



**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED**

# **IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA ZA 2020. GODINU**

**Zagreb, ožujak 2021.**

## Sadržaj

Skraćeni pregled .....	03
1. Struktura marketing miksa	
I.    Administrativni rashod.....	11
II.   Dizajn vrijednosti.....	12
III.  Komunikacija vrijednosti.....	16
IV.  Distribucija i prodaja vrijednosti.....	21
V.   Interni marketing.....	24
VI.  Marketinška infrastruktura.....	25
2. Financijsko izvješće	
Prihodi.....	27
Rashodi.....	32
Rekapitulacija.....	35
3. Prilozi	
Prilog 1. Statistika noćenja i dolazaka turista.....	36
Prilog 2. Rashodi ureda.....	38
Prilog 3. Turistički informativni centri.....	39
Prilog 4. Potpora događanjima.....	42
Prilog 5. Potpora razvoju DMO-a.....	50
Prilog 6. Brošure i suveniri.....	51
Prilog 7. Sajmovi .....	52
Prilog 8. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama .....	53
Prilog 9. Kandidature za stručne skupove i potpore skupovima i projekti ...	54
Prilog 10. Potpore marketinškim projektima.....	55
Prilog 11. Statistika održanih poslovnih skupova prema evidenciji TZGZ.....	56

## SKRAĆENI PREGLED

Izvešće o ostvarenju Programa rada za 2020. godinu i financijsko izvješće Turističke zajednice grada Zagreba (TZGZ), prikaz je obavljenih aktivnosti tijekom 2020. godine, ostvarenih u skladu s Programom rada i financijskim planom za 2020. godinu i sukladno odlukama Turističkog vijeća i Skupštine TZGZ-a te cjelokupnim zakonskim okvirom koji uređuje rad turističkih zajednica

Očekivanja za 2020. godinu su bila visoko postavljena zbog svih ostvarenih prethodnih rezultata kao i zbog ukupno vođenih ciljanih promotivnih aktivnosti koje se provode kroz cijelu godinu. Pandemija koronavirusa je imala i još uvijek ima globalni utjecaj koji se, možda, najviše i odrazio na turistički sektor. Cijela Europa je s početkom proljeća ušla u dugotrajni *lockdown*, koji je uz oslabljenje tijekom ljeta, ponovno uveden u zimskom razdoblju. Uz pandemiju, na turističku industriju se odrazio i zagrebački potres 22. ožujka 2020. godine koji je prouzročio štetu na kulturnoj baštini i smještajnim objektima, a za čiji oporavak će trebati i duže vremena od aktiviranja turističkih aktivnosti. Sukladno tome i ovo izvješće treba promatrati s aspekta svih neizvjesnih i nepredvidivih okolnosti koje su se odvijale tijekom prošle godine, a koje su u pojedinim segmentima potpuno onemogućile ili učinile nesvrshodnim bilo kakve planirane promotivne aktivnosti. U takvim okolnostima, adaptirajući se na sve okolnosti, slijedeći upute nadležnih institucija, osmišljavali su se mehanizmi i kreirale su se potpuno *tailor-made* aktivnosti kako bi se zadržala prisutnost i pojavnost turističke destinacije te upravljalo turističkim kretanjima na najbolji mogući način.

Zbog svega opisanog i svih uvedenih zabrana putovanja, turistički dolasci i noćenja u 2020. godini ostvareni su i realizirani u potpuno smanjenom obujmu od očekivanja te je ostvareno 24 % dolazaka (344.814) i 30% noćenja (807.270) u odnosu na 2019. godinu. U dolascima su na prvom mjestu gosti iz Njemačke, zatim slijede gosti iz Italije, Bosne i Hercegovine i Srbije. U noćenjima na prvom mjestu su gosti iz Italije, zatim slijede gosti iz Njemačke, SAD-a i Bosne i Hercegovine.

Utjecaj svih okolnosti odrazio se i na smještajnu industriju Zagreba. Prema podacima TZGZ-a ukupni smještajni kapaciteti u hotelima 2020. godine povećani su za 2,86% u odnosu na 2019. godinu, u hotelima s 5 zvjezdica smještajni kapacitet je ostao isti, dok se za 3,52% povećao smještajni kapacitet u hotelima s 4 zvjezdica, pad od 31,87% u hotelima s 4/3 zvjezdica, povećanje od 2,37% u hotelima s 3 zvjezdica, s 2 zvjezdice smještajni kapaciteti ostaju isti. Završetkom godine u Zagrebu se nalazilo i 5 nekategoriziranih hotela koji su dodatno povećali hotelske kapacitete, a reguliranje njihovih statusa se očekuje u sljedećem razdoblju. Do navedenih razlika došlo je uslijed otvaranja novih hotela s 4 zvjezdice (Hotel Republika i Hotel Antunović East) i novih nekategoriziranih hotela (Manda Heritage Hotel i Timeout Heritage Hotel Zagreb), zatvaranjem hotela (Integralni Hotel Irundo Zagreb) te promjene smještajnih kapaciteta nakon provedenog upravnog postupka ponovne kategorizacije (Hotel Antunović Zagreb, Art Hotel Like, Hotel Central, Sundial Boutique Hotel, The Loop Hotel i Hotel Blue).

SMJEŠTAJNI KAPACITETI									
HOTELI	2020			2019			index '20./'19.		
	Br. objek.	Sobe i ap.	Postelje	Br. objek.	Sobe i ap.	Postelje	Br. objek.	Sobe i ap.	Postelje
5*	5	1.088	2.165	5	1.088	2.165	100,00	100,00	100,00
4*	23	2.082	3.680	21	2.025	3.555	109,52	102,81	103,52
4/3*	2	32	62	3	44	91	66,67	72,73	68,13
3*	33	1.338	2.460	32	1.314	2.403	103,13	101,83	102,37
2*	3	117	242	3	117	242	100,00	100,00	100,00
nema kateg.	5	202	376	5	143	279	100,00	141,26	134,77
<b>Ukupno:</b>	<b>71</b>	<b>4.859</b>	<b>8.985</b>	<b>69</b>	<b>4.731</b>	<b>8.735</b>	<b>102,90</b>	<b>102,71</b>	<b>102,86</b>

U 2020. godini broj privatnih smještajnih objekata smanjio se za 14,26% u odnosu na 2019. godinu, njihov broj smještajnih jedinica smanjio se za 10,98% i njihovi smještajni kapaciteti smanjili su se za 12,89% u odnosu na 2019. godinu.

PRIVATNI SMJEŠTAJ								
2020			2019			index'20./'19		
Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Postelje
2.362	3.543	8.368	2.755	3.980	9.606	85,74	89,02	87,11
<b>2.362</b>	<b>3.543</b>	<b>8.368</b>	<b>2.755</b>	<b>3.980</b>	<b>9.606</b>	<b>85,74</b>	<b>89,02</b>	<b>87,11</b>

U 2020. godini zabilježili smo pad broja hostela za 11,11% i pad njihovih smještajnih kapaciteta za 8,18% u odnosu na 2019. godinu.

HOSTELI	2020		2019		index'20./'19.	
	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje
	48	2.212	54	2.409	88,89	91,82
<b>Ukupno:</b>	<b>48</b>	<b>2.212</b>	<b>54</b>	<b>2.409</b>	<b>88,89</b>	<b>91,82</b>

I u 2020. godini, posebna suradnja se odvijala s Gradom Zagrebom, njegovim uredima i službama, Hrvatskom turističkom zajednicom i njenim predstavništvima u inozemstvu te cjelokupnom turističkom industrijom.

U radu TZGZ-a i Turističkog ureda u 2020. godini morale su *ad hoc* zbog novonastale situacije raditi prilagodbe i nova rješenja, a sve kako bi se odgovorilo novonastalim potrebama. Uz Program rada za 2020. godinu, dva puta su usvajane izmjene i dopune kako bi se što realnije odgovorilo novonastalim situacijama kako na prihodovnoj, tako i na rashodovnoj strani. Aktivnosti su u stvarnosti bile diktirane jedino mogućim ostvarenjima – svim epidemiološkim mjerama i mogućnostima putovanja – iz inozemstva i domaćeg tržišta. U što većoj mjeri su se slijedile strategije marketinške politike, usmjerene prema ostvarenju već usvojenih ciljeva iz Strateško operativnog marketinškog plana 2017.-2020. kroz prilagodbe:

- 1) Stvoriti veću dodanu vrijednost boravka u destinaciji
  - Razviti Zagreb kao cjelogodišnju destinaciju kroz fokusirani razvoj turističkih proizvoda – prilagodba s obzirom na otvorenost putovanja i epidemiološke mjere
  - Unaprijediti ključne turističke proizvode destinacije, posebice kratki odmor – city break – prilagodba s obzirom na otvorenost putovanja i epidemiološke mjere
  - Valorizirati nedovoljno iskorištene resurse i stvoriti dodatne motive dolaska u destinaciju, zadržavanje i unapređenje pozicije grada Zagreba kao atraktivne kongresno-turističke destinacije – aktivnosti promocije – online i offline, prezentacije i sajmovi te aktivnosti kongresnog ureda –

prilagođeno s obzirom na otvorenost putovanja i epidemiološke mjere i potpuno otkazivanje sajamskih aktivnosti

- 2) Povećati efikasnost marketinških aktivnosti – u novonastaloj situaciji održavanja pojavnosti destinacije
  - Konzistentno komunicirati i primjenjivati turistički brend Zagreba
  - Provoditi integrirane marketinške kampanje na ciljnim tržištima, fokusirane prema ciljnim segmentima gostiju te otvaranje novih tržišta
  - Kontinuirano podizati prepoznatljivost Zagreba kao kongresne i turističke destinacije
- 3) Inovirati sustav upravljanja turizmom destinacije – u novonastaloj situaciji upravljanja uzrokovanoj pandemijom
  - Kontinuirano stvarati intelektualni kapital turističke zajednice kojim se omogućava donošenje efikasnih poslovnih odluka
  - Inovirati interne i eksterne procese kako bi se povećala efikasnost
  - Razvijati B2B komunikaciju i odnose radi uravnoteženog i uključivog razvoja upravljanja destinacijom na svim razinama
  - Korištenje modernih tehnologija u kreiranju, stvaranju i promoviranju ponude

#### 1) Stvoriti veću dodanu vrijednost boravka u destinaciji

U ovoj izazovnoj godini, praksa i uvjeti života maksimalno su promijenili mogućnosti i potrebe za održavanjem i osmišljavanjem projekata, manifestacija i događanja. Zbog posljedica pandemije koronavirusa, kao i potresa te značajnog pada turističkih dolazaka i noćenja, u pitanje je bilo dovedeno i samo ispunjavanje ciljeva poticanja razvoja postojećih i kreiranje novih projekata kojima se povećava broj dolazaka i noćenja u destinaciji, obogaćuje turistička ponuda destinacije te promovira turistički proizvod Zagreba. Ovakvu situaciju nikako nije bilo moguće predvidjeti niti planirati. Ujedno, cjelokupna situacija dovela je u pitanje financiranje i planiranje budućeg razdoblja.

Zbog svega navedenog, TZGZ je morala prilagoditi Program rada pri čemu je prioritet bio stavljanje budžeta unutar održivih okvira kao i provođenje aktivnosti koje su bile u skladu sa zadanim okvirima održavanja manifestacija i događanja kao i interesa posjetitelja Zagreba.

U fokusu su bila kreativna i ambijentalna događanja na otvorenom koja nisu poticala velika okupljanja, kao i kulturna i druga događanja, koja su se mogla izvesti u kontroliranim uvjetima. Zagreb je i dalje zadržao svoj šarm i otvorenost prema svim posjetiteljima, ali prije svega je bilo bitno da se lokalno stanovništvo osjeća ugodno i sigurno.

Festival svjetla Zagreb koji, nakon Adventa, predstavlja najznačajniji turistički proizvod grada Zagreba te se dugoročno očekuje da će isti generirati povećanje broja dolazaka i noćenja u proljetnom periodu, je zbog pandemije koronavirusa, s predviđenog termina u ožujku odgođen na listopad i u konačnici prebačen na 2021. godinu. S obzirom na činjenicu da je Festival privlačio velik broj posjetitelja te njegov međunarodni karakter, donesena je konačna odluka o organiziranju istog u 2021. godini, kako bi se prevenirala svaka mogućnost zdravstvenog rizika, a Festival organizirao u trenutku kad nastupi normalizacija putovanja.

Pokrenut je i novi kulturno-umjetnički projekt Izvan okvira koji se posebno osvrnuo na aktualnu temu obnove Zagreba, skrećući pozornost na kulturnu ponudu grada koja je pretrpjela značajna oštećenja uzrokovana zagrebačkim potresom.

Advent u Zagrebu održan je sukladno preporukama i odlukama nadležnih tijela, u nešto drugačijem ozračju, a pripremili su se prigodni programi kojima se nastojalo očuvati duh najboljeg božićnog sajma u Europi. Poseban naglasak ove godine stavljen je na kulturna događanja uz niz različitih prigodnih glazbenih festivala s ukupno 95 koncerata, koji su zbog epidemioloških mjera bili prenošeni i online, a i pojedini zagrebački muzeji su se uključili s prigodnim programima. Svake godine Advent se oplemenjuje novitetima te je pokrenut projekt Svjetlost Adventa, u sklopu kojeg se ostvarila suradnja s deset institucija na Gornjem gradu i ukasili se njihovi prozori u blagdanskome duhu, želeći tako donijeti pozitivne emocije, kreirati osjećaj zajedništva i u konačnici, potaknuti naše sugrađane da se uključe i time daju svoj doprinos Adventu.

S obzirom da zbog epidemioloških mjera adventske lokacije nisu mogle biti organizirane na način kao prijašnjih godina, pored svega navedenog, TZGZ je s partnerima prigodno uredila tri lokacije u Donjem Gradu te četiri u Gornjem gradu, a sve kako bi se očuvao imidž najboljeg božićnog sajma u Europi. Na ovaj način je, sukladno mjerama, omogućeno doživjeti Advent na otvorenom bez dugotrajnog zadržavanja na jednom mjestu.

Situacija uzrokovana pandemijom i potresom uvelike je promijenila pristup prezentacije turističke, ali i kongresne ponude Zagreba. Sukladno nastaloj situaciji nastavljene su marketinške aktivnosti tijekom 2020. godine i to prema ciljanim interesnim skupinama kao što su turoperatori, putnički agenti i turistički novinari, a sve kako bi se zadržala prisutnost i pojava destinacije Zagreb.

Premda je 2020. godina donijela brojne promjene uzrokovane koronavirusom u vidu otkazivanja aktivnosti i prebacivanja u virtualni format, nastavljeno je s aktivnostima koje su se u danim uvjetima mogle realizirati te promocijom Zagreba na inozemnim tržištima.

Tako je TZGZ sudjelovala na ukupno 13 turističkih sajmovu u 12 zemalja, od kojih 6 samostalno, 5 u organizaciji HTZ-a, 2 u suradnji s Predstavništvima HTZ-a, te na 2 kongresne burze – većina ih se odvila do početka pandemije, a nakon toga u virtualnom formatu.

Sudjelovanje na radionicama doprinosi kontinuiranom razvoju i vidljivosti destinacije te stvara temelje za brži oporavak. TZGZ je u 2020. godini predstavila turističku ponudu Zagreba na ukupno 11 prezentacija i poslovnih radionica – u fizičkom obliku do početka pandemije, a u virtualnom u ostalom dijelu godine. Posebne prezentacije i radionice održane su samostalno ili u suradnji s HTZ-om (Sell Croatia). Osim turističke, prezentirana je i kongresno-incentive ponuda na 9 radionica i posebnih događanja, samostalno i u suradnji s HTZ-om – u fizičkom obliku do početka pandemije, a u virtualnom u ostalom dijelu godine.

Mogućnosti organiziranja i realizacije studijskih putovanja u 2020. godini bile su izrazito nepovoljne zbog nemogućnosti putovanja prouzrokovanih pandemijom u cijelome svijetu. Studijska putovanja agenata organizirana su i provedena u suradnji s domaćim i stranim turoperatorima i njihovim domicilnim partnerima stoga su realizirana tri studijska posjeta s ukupno 20 agenata. Studijska putovanja novinara organizirana su u najvećoj mjeri u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, kao i izravno od strane TZGZ-a. Tijekom 2020. godine Zagreb je posjetilo 9 studijskih grupa s ukupno 83 novinara od čega ih je najviše stiglo u siječnju povodom predsjedanja RH Vijećem EU.

Od promotivnih materijala tiskane su ažurirane verzije mapa „Korak po korak“ u 8 jezičnih verzija i općih brošura „Dobro došli u Zagreb“ u 15 jezičnih verzija i to u razdoblju prije pandemije s planiranim prvotnim očekivanjima za 2020. godinu. Nastavljeno je izdavanje već tradicionalne brošure-mjesečnika Program priredaba u dvije jezične verzije (hrvatska i engleska), ali s prilagodbom broja izdanja sukladno *lockdownu*. Isto tako nastavilo se i s produkcijom turističkih novina „Zagreb4You“. S obzirom na promjenu u strukturi gostiju i orijentacijom na domaće tržište tijekom proljeća te u mjesecu studenom podržano je i izdanje turističke novine „Like Zagreb“ čiji je cilj predstaviti raznolikost zagrebačke

turističke ponude te time posjetitelje grada Zagreba raznovrsnošću događanja zadržati što duže u destinaciji i isto tako motivirati na ponovni posjet.

Zbog predsjedanja Hrvatske Vijećem EU, kao i pozitivnih općih trendova, 2020. godina je prema svim pokazateljima trebala donijeti najbolje rezultate kada se radi o skupovima, kongresima i incentive putovanjima. Prvo tromjesečje upravo to i pokazuje s 39% više održanih skupova i oko 6% više sudionika. Zbog globalne pandemije gotovo svi skupovi su otkazani ili odgođeni za buduće razdoblje, a većina aktivnosti koje se provode s ciljem promocije i prodaje, preselila se u virtualnu sferu.

Prema rang listi kongresnih gradova svijeta organizacije International Congress and Convention Association – ICCA, koja rezultate objavljuje tijekom svibnja za proteklu godinu, Zagreb je pozicioniran na 48. mjestu za 2019. godinu, što predstavlja najbolji do sada postignut rezultat. I dalje je primjetan nedostatak polivalentnog – multifunkcionalnog kongresnog centra kod kandidiranja za velike kongrese međunarodnih asocijacija.

Pod okriljem TZGZ-a funkcionira pet turističkih informativnih centara koje je tijekom godine posjetilo 88.031 posjetitelj. Osim kroz izravnu komunikaciju, informatori odgovaraju na brojne telefonske i pisane upite, sudjeluju u ažuriranju informacija za objavu na internetu te u pripremi mjesečnika Program priredaba. U cilju pružanja što kvalitetnije usluge svim posjetiteljima grada Zagreba, kontinuirano se posvećuje pažnja usavršavanju stranih jezika.

## 2) Povećati efikasnost marketinških aktivnosti

Turistička zajednica grada Zagreba je konzistentno, i sukladno novonastaloj situaciji, komunicirala i primjenjivala turistički brand Zagreba putem svih svojih offline i online kanala te marketinških kampanja provedenih u protekloj godini.

Od samog početka pandemije web stranice TZGZ prilagođene su novonastaloj situaciji: na naslovnici su bile dodane kategorije vezane za vijesti uz koronavirus. Dio stranica bio je posvećen virtualnim turama, virtualnim koncertima, kazališnim predstavama, popisu restorana koji obavljaju uslugu dostave hrane i sl. Na [www.tzgz.hr](http://www.tzgz.hr) svakodnevno su se u kategoriji Novosti ažurirale informacije vezane za turistički sektor.

Uz već tradicionalne marketinške kampanje, prilagođene u 2020. godini, a koje obuhvaćaju tri najznačajnija turistička proizvoda Zagreba, „Festival Svjetla Zagreb“, „Zagreb Summer Tour“ i „Advent Zagreb“ provedena je i kampanja „Around Zagreb“ – Blizu grada, blizu srca. Ista je uz dosadašnje kampanje koje su Zagreb pozicionirale na karti Europe kao cjelogodišnju city break destinaciju spremno odgovorila izazovu pandemije i promovirala Zagreb i njegovu okolicu, s naglaskom na bogatstvu kulturne, eno i gastro ponude u spoju s boravkom na otvorenom. Kampanja je nastala u suradnji sa Turističkom zajednicom Zagrebačke županije i provedena je u dva vala u ljetnim mjesecima.

Kampanje su se provodile prvenstveno radi održavanja pojavnosti i prisutnosti za buduće razdoblje, kao i zbog trenda u svijetu nastalog uslijed pandemije, a koji podrazumijeva sigurnost i boravak na otvorenom. Uz Hrvatsku, primarno na tržištima zemalja u okruženju, Slovenija, Srbija, Bosna i Hercegovina, Austrija te na svim najznačajnijim ciljanim tržištima u Europi poput Mađarske, Francuske, Danske, Njemačke, Irske, Švedske, Norveške, Velike Britanije, Belgije, Španjolske i Portugala.

Uz navedene kampanje, u jeku pandemije koronavirusa i nakon zagrebačkog potresa, provedeno je niz kampanja na društvenim mrežama. Najznačajnija je bila i Sa zagrebačkih balkona pri čemu su sami građani sudjelovali u kreiranju virtualne izložbe koja se koristila kao organska marketinška kampanja na društvenim mrežama. Ujedno je osmišljena i sveobuhvatna kampanja #ZagrebLovesYou kojom smo željeli ostati u kontaktu sa svima koji su bili u našem gradu, ponijeli iz njega lijepe uspomene te naravno sa Zagrepčanima i ljudima u Hrvatskoj i izvan nje koji vole Zagreb.

Posebno je kreiran emotivni video Zagreb Loves You vezan za posljedice potresa u Zagrebu koji se koristio u kampanjama diljem svijeta. Video prikazuje Zagreb prije potresa, sadrži i kadrove nastale u trenutku potresa te nagovještava bolju budućnost i povratak na Zagreb kakav je bio prije pandemije i potresa. Ostvarena je i posebna suradnja s američkim peterostrukim dobitnikom Emmy-ja za naraciju, Rob Reiderom, a koji se kao narator pojavljuje i u promotivnom filmu Around Zagreb.

U periodu od listopada do kraja 2020. godine TZGZ je nastavila suradnju s renomiranom američkom institucijom – Smithsonian Institution putem čijeg se online magazina promovirala zagrebačka turistička i kulturna ponuda na američkom tržištu i to sve za buduće razdoblje. U suradnji sa svjetski poznatim vodičem i turističkim portalom Lonely Planet provedena je kampanja putem native i display oglasa te kampanja na Facebook profilu portala, a krajem 2020. godine, s ciljem jačanja Zagreba kao gastronomske destinacije, započela je suradnja s Michelin Guide.

Kako se Advent 2020. godine u velikoj se mjeri odvijao u virtualnom svijetu, tako je na potpuno inovativan način marketinški iskorištena prisutnost na drugim emitivnim tržištima iz kojih posjetitelji u prošloj godini nisu mogli doći. Tako je napravljena AR izložba adventskih motiva koja se mogla vidjeti u gradovima diljem Hrvatske, regije (Sarajevo, Mostar, Beograd, Novi Sad, Ljubljana, Maribor) te u Njemačkoj (Minhen) te tako na potpuno novi način imati doživljaj Adventa u Zagrebu iako bez fizičke prisutnosti. Ujedno je tijekom Adventa organizirana i virtualna izložba božićnih jaslica zagrebačkih sakralnih objekata, a sve zbog nemogućnosti tradicionalnog obilaska crkava u blagdansko razdoblje. Na web stranicama Adventa, kao i na društvenim mrežama, prenosili su se adventski koncerti putem live streama. Na društvenim mrežama provedena je kampanja naziva Sa zagrebačkih prozora putem koje je prikupljeno preko 300 fotografija božićne atmosfere iz domova naših sugrađana, a koje su objedinjene u jedinstveni video loop. Na ovaj način se prilagođeno situaciju komuniciralo svim dostupnim alatima kako bi se ostvarila vrijednost za buduće razdoblje.

### 3) Inovirati sustav upravljanja turizmom destinacije

TZGZ je u prošloj godini nastavila s nadogradnjom sustava online prijava projekata za sufinanciranje, koji omogućava kontinuirano praćenje, objektivno i intuitivno ocjenjivanje te pregled statistike koja olakšava analizu i buduće planiranje samog procesa te razvoja projekata. Ujedno sustav omogućava lakšu prijavu i pregled projekata samom korisniku odnosno prijavitelju. Uveden je po prvi puta digitalni obrazac izvješća o utrošenim sredstvima, čime je zaokružen proces digitalnog pružanja potpore.

U 2020. godini pripremljen je Strateški operativni marketinški plan za razdoblje 2021. – 2023. u suradnji s tvrtkom Horwath HTL. Dokument analizira destinaciju Zagreb, postavlja ključna strateška uporišta na kojima će preko marketinške vizije i pozicioniranja počivati strateški marketinški plan. Pomnom analizom ponude i potražnje, a imajući u vidu utjecaje pandemije i potresa, analizira sve aspekte za kreiranje strateškog i operativnog marketinškog plana. Slijedom svega navedenog definira operativni marketinški plan s pripadajućim ključnim aktivnostima kao što su aktivnosti razvoja turističkog proizvoda, komunikacijske aktivnosti te B2B aktivnosti (suradnja s dionicima). Cjelokupni plan zaokružen je akcijskim planom sukladno kojem su prethodno navedene aktivnosti postavljene u vremenski okvir te usklađene kako s financijskim tako i terminskim okvirom. Usvojena su tri scenarija mogućih turističkih kretanja od pesimističnog do optimističnog što već sada ukazuje na potrebnu opreznost u planiranju i ostvarivanju aktivnosti.

S obzirom na pandemiju koronavirusa i potresa koji je pogodio Zagreb u prvoj polovici 2020. godine, na web stranicama [infozagreb.hr](http://infozagreb.hr), konstantno prateći situaciju, rađene su preinake te se prezentirao sadržaj prilagođen situaciji. TZGZ je u 2020. godini nastavila

sa unapređenjem i dodavanjem sadržaja (video, tekst i fotografije) na web stranice LoveZagreb, stranice koje nastaju u suradnji s lokalnim stanovništvom, koje na najslikovitiji mogući način predstavljaju sve što Zagreb ima za ponuditi, a što nije moguće naći u standardnim vodičima i brošurama. U 2020. godini napravljene su nove web stranice za promociju Zagreba i njegove okolice, a u suradnji s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije, s naglaskom na kulturnu, eno i gastro ponudu. Napravljen je i redizajn adventskih web stranica, prilagođen novom vizualu i motivu ovogodišnjeg Adventa. Web stranice posvećene zdravstvenom turizmu i kulturi, obogaćivane su novim tekstovima i fotografijama.

U svome radu TZGZ je tijekom 2020. godine primijenila novi način postupanja u odnosu na potpore koje imaju status *de minimis* potpora i s istim postupkom je nastavljeno u 2021. godini.

TZGZ je osvojila brojne nagrade među kojima treba istaknuti:

1. TZGZ – nagrada „Meetings Star Award”, Ljubljana, Slovenija, 2020.
2. film „Zagreb Loves You“ - nagrada „Jury Award“ na međunarodnom festivalu turističkog i ekološkog filma, SILAFEST, Srbija 2020.
3. film „Zagreb Loves You“ - nagrada „Special Award“ na International Tourism Film Festival, Turska, 2020.
4. film „Zagreb Loves You“ – 3. mjesto u kategoriji „The Best Croatian Film Tourism Destination – City“ na Međunarodnom festivalu turističkog filma „Zagreb Tourfilm Festival“, Hrvatska, 2020.
5. film „Zagreb Loves You“ – 2. mjesto u kategoriji „Social responsibility“ na Međunarodnom festivalu turističkog filma „Art & Tur“, Portugal, 2020.
6. TZGZ – gđa Morana Suton priznanje za Europskog turističkog informatora godine, organizacija European Cities Marketing (ECM), 2020.
7. film „Zagreb Loves You“ - nagrada „The Best Culture and Heritage“ na BH Tourism Film Festivalu, Sarajevo, BIH, 2020.

Zbog svega navedenog, može se zaključiti da je TZGZ ostvarila svrhu svog djelovanja u protekloj godini te ostvarila sve opisane ciljeve i potrebne rezultate.

# **IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA ZA 2020. GODINU**

# 1. STRUKTURA MARKETING MIKSA

## I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

### 1. Rashodi za radnike

Planirana sredstva 2020. godinu utrošena su za bruto OD i ostala materijalna primanja radnika, izdatke za prijevoz i ostale rashode za radnike. Sredstava na stavci ostali rashodi za radnike nisu realizirana, jer veći dio djelatnika u 2020. godini nije obavio sistematski pregled zbog pandemije koronavirusa.

### 2. Rashodi ureda

Turistički ured TZGZ-a je u 2020. godini provodio sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Zagreba i koordinirao izvršenje. U 2020. godini nabavljeno je novo vozilo u zamjenu za staro iz 2007. godine. Zbog učestalih problema pri radu uzrokovanih dotrajalom serverom, isti je zamijenjen novim. Ostali rashodi iskazani su prema tablici u prilogu.

#### **PRILOG 2.: Rashodi ureda**

### 3. Rashodi TIC – evi

Turistički informativni centri, smješteni na četiri lokacije u gradu te u zračnoj luci, bili su na usluzi posjetiteljima grada Zagreba za davanje najraznovrsnijih informacija i to ponajprije u izravnoj komunikaciji. S obzirom na pandemiju koronavirusa, ali i potres u Zagrebu, tijekom 2020. godine, info centri su sukladno odlukama nadležnih institucija bili zatvoreni za posjetitelje u razdoblju od 20. ožujka do 11. svibnja. Unatoč tome, sve potrebne informacije korisnicima bile su dostupne putem besplatnog telefona i e-pošte. Specifična, novonastala situacija iziskivala je svakodnevno prikupljanje i ažuriranje informacija o pružateljima različitih usluga, a koje su i redovno objavljivane na službenim stranicama TZGZ-a. Mjesečnik „Program priredaba“ publiciran je tijekom godine, s iznimkom u travnju i svibnju kada je bila proglašen *lockdown*. Zbog pandemije, ali i potresa koji je u ožujku pogodio Zagreb, broj događanja se znatno smanjio, odnosno mnoga događanja su postala virtualna, ali su i u takvom obliku također bila ažurirana i objavljivana u mjesečniku „Program priredaba“.

Radno vrijeme svih pet info-centara se tijekom godine mijenjalo sukladno epidemiološkoj situaciji i odlukama nadležnih institucija, ali i potrebama posjetitelja kojih je bilo znatno manje. Nakon prestanka *lockdowna*, svih pet TIC-eva radilo je u jednoj smjeni. Od lipnja, dva najveća info centra (Trg bana J. Jelačića i MZLZ Franjo Tuđman) započeli su s radom u dvije smjene. Ostala tri info centra (Kula Lotrščak, Autobusni kolodvor i Željeznički kolodvor) zadržali su jednu smjenu do kraja godine.

U prosincu 2020. godine produženo je korištenje poslovnog prostora u zgradi Glavnog kolodvora Zagreb za sljedeće razdoblje od 5 godina.

U 2020. godini nastavljeno je kontinuirano jezično usavršavanje dijela osoblja zaposlenog u info centrima.

Tijekom 2020. kao i prethodnih godina, u svim info-centrima na dnevnoj bazi vođena je statistika o broju inozemnih i domaćih posjetitelja koji su osobno zatražili neku informaciju. Obradeni statistički podaci o broju posjetitelja u svakom od info-centara, prikazani su u tablicama i popratnim grafičkim prikazima koji se nalaze u prilogima.

Epidemiološka situacija u Hrvatskoj kao i u cijelom svijetu uzrokovala je drastičan pad putovanja na globalnoj razini, što se u velikoj mjeri odrazilo i na broj posjetitelja u TIC-evima. Sukladno tome, svi TIC-evi bilježe znatan pad posjetitelja od ukupno 81% manje u odnosu na 2019. godinu.

Od ukupnog broja evidentiranih posjetitelja u TIC-evima (88.031), udio domaćih posjetitelja bio je 52%, a inozemnih 48%. Od svih posjetitelja, 77% evidentirano je u dva info centra – u središnjem info-centru na Trgu bana Jelačića te u MZLZ Franjo Tuđman.

#### **PRILOG 3. Turistički informativni centri**

### 4. Rashodi za rad tijela: Naknada TV i NO

Planirana sredstva su utrošena za naknadu članovima Turističkog vijeća i Nadzornog odbora. Za Nadzorni odbor samo do završetka razdoblja izvršavanja aktivnosti.

## **II. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

### **1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada**

Projekt ukrašavanja ulica i trgova cvjetnim košaricama nastavljen je i u 2020. godini. Cvjetne košarice na rasvjetnim stupovima, zidnim svjetiljkama i kandelabrima pozicionirane su na turistički atraktivnim lokacijama Gornjeg i Donjeg grada, vizualno ih oplemenjuju te čine boravak u Zagrebu ugodnijim stvarajući klimu dobrodošlice za sve posjetitelje.

### **2. Potpora događanjima**

Neočekivani izazovi, neizvjesnost i stalne promjene uzrokovane pandemijom koronavirusa znatno su promijenili uvjete i mogućnosti održavanja manifestacija, a time i pružanja potpora. Aktivnosti su se gotovo cijelu godinu prilagođavale epidemiološkim mjerama te je, uz dosadašnje kriterije, fleksibilnost predstavljala vrlo bitan faktor prilikom odlučivanja o potporama. I dalje su aktivnosti bile savjetodavne, logističke, promidžbene i financijske, a podijeljene su na grupe: potpore projektima, eno i gastro događanja, sportska događanja, potpore u koordinaciji s Gradom, božićna i novogodišnja događanja, kulturni, festivalski i filmski projekti i događanja, suradnja s TZ, udrugama i KUD-ovima te donacije u kulturi.

Projekti kojima se pruža potpora svojim sadržajem i programom doprinose novim iskustvenim doživljajima posjetitelja. Prvenstveno se odnose na razne razglede grada pa su kroz godinu podržani novo-osmišljeni razgledi na tržištu: Zelene oaze grada Zagreba – razgled e-romobilima, Invisible Zagreb – razgled poseban po tome što ga vodi nekadašnji beskućnik, g. Mile Mrvalj koji svojom tematikom osvještava na koji način žive beskućnici grada Zagreba.

Nastavilo se podupirati i već dobro poznate razglede: Segway City Tour Zagreb, Biciklističke i pješačke ture Zagrebom, zatim razgled inspiriran Augustom Šenoom – „Vazda moj Zagreb“, kazališnu interaktivnu turu Šetnja s kolumbinama, Secret Zagreb turu, Truffle Garden - potragu za tartufima te razglede zgrade Hrvatskog glazbenog zavoda u Zagrebu. Podržani su tematski projekti poput Design Weeka Zagreb i Ljeta u Tehničkom. Zbog pandemije odnosno *lockdowna*, nažalost nisu se održali mnogi predviđeni projekti od kojih su neki: Floraart – međunarodna vrtna izložba, 3. Zagreb Harley – Davidson Rally, Plac Mljac, ljeta na Trešnjevačkom placu, Karibu Coffe Fest, Gentleman's Fair Zagreb, itd.

Zagreb svoju bogatu gastronomiju i vinsku kulturu kao važan segment turističke i kulturne ponude približava posjetiteljima kroz najrazličitije eno i gastro manifestacije među kojima se izdvajaju: Mali piknik, Le Grič i Vinart Grand Tasting.

Sportska događanja predstavljaju značajan generator u udjelu dolazaka i noćenja, a u većoj mjeri i promocije stoga zauzimaju značajan udio u potporama. Osim samih sudionika te pratnje stručnog stožera i obitelji, velika natjecanja prate i navijači te u konačnici značajno utječu na turističku potrošnju. Nažalost mnoga sportska natjecanja su u zadnji tren otkazana, a mnoga se nisu niti smjela održati unatoč planu, a ona sportska natjecanja koja su se uspjela održati sukladno svim epidemiološkim preporukama stožera su: Svjetski kup juniorke floret, International Dance Open, Zagreb Open Grand Prix u hrvanju te Aquabike championship natjecanje jet skija na Jarunskom jezeru.

U koordinaciji s relevantnim gradskim uredima nastavljeno je pružanje potpora projektima i događanjima od posebnog utjecaja na turizam grada, a kako bi se izbjegla preklapanja pojedinih potpora. Potpore se dodjeljuju prema njihovoj sugestiji, pri čemu je Turističko vijeće TZGZ svaku preporuku Grada posebno razmotrilo i donijelo konačnu odluku o pružanju potpore pojedinom projektu ili manifestaciji, a s ciljem valorizacije njihove kvalitete i značaja.

TZGZ je kroz razne vidove oglašavanja promovirala turističku ponudu grada Zagreba u suradnji s pojedinim sportskim klubovima od međunarodnog značaja. Različiti oglašivački paketi omogućili su da se na stadionima prikažu oglasi TZGZ-a (LED displayi, banneri na ogradi, semafori), da oglasi TZGZ budu vidljivi na press zidovima za vrijeme domaćih i međunarodnih press konferencija te da se Zagreb promovira na klupskim materijalima i opremi itd.

Cilj projekta Advent u Zagrebu u pandemijskoj godini bio je nastavak kontinuiteta održavanja najznačajnijeg turističkog događaja i proizvoda grada Zagreba, s fokusom na glazbene projekte i prigodno ukrašavanje najznačajnijih lokacija. Održano je ukupno 9 različitih prigodnih glazbenih festivala: Festival adventskih i božićnih pjesama, Advent Classic Fest, Adventski koncerti Zagrebačkih solista, Večeri s Brahmsom, Adventski koncerti Zagrebačkog komornog orkestra, Zagrebačke adventske razglednice, Advent pod lanternom, S božićnih balkona i Harfom u Advent. Ukrašavanjem su obuhvaćeni Trg kralja Tomislava, park Zrinjevac, prostor oko Hrvatskog narodnog kazališta te Strossmayerovo šetalište, Park Bele IV i Plato Gradec na Gornjem gradu. Pokrenut je i projekt Svjetlost Adventa gdje je TZGZ, u suradnji s 9 institucija na Gornjem gradu, inicirala ukrašavanje njihovih prozora u blagdanskome duhu, a na sudjelovanje su pozvani i svi sugrađani koji su tako dali svoj doprinos Adventu. Sukladno propisanim epidemiološkim mjerama, ugostiteljske i suvenirske ponude nije bilo.

Kulturna ponuda grada Zagreba obuhvaća širok spektar modernih i tradicionalnih manifestacija, festivala, performansa na otvorenom kao i programa unutar kulturnih ustanova, koje svojim sadržajima privlače brojne građane i turiste tijekom cijele godine. Kultura i kulturni turizam važan su čimbenik cjelokupnog turističkog razvoja i sukladno tome, TZGZ stavlja naglasak na osmišljavanje atraktivnih proizvoda kulture, koji podržavaju imidž Zagreba kao kulturno-turističke destinacije. Bogata kulturna baština u Zagrebu njeguje se vodeći računa o lokalnoj kulturi uz suvremeni način interpretacije koji uključuje različite manifestacije, glazbene i filmske festivale, kulturne priredbe, tradicionalne manifestacije, nove inovativne muzeje. U 2020. godini podržana su već tradicionalna događanja od posebnog kulturnog i turističkog značaja kao što su Noć muzeja, Međunarodna smotra folklor, Art park, Ljetne večeri Scene Amadeo, Ljetne noći Teatra Exit, Ljeto u MSU, Dan otvorenog trga te novi projekt Ljetne večeri HNK u Zagrebu. I ove godine podržan je projekt Okolo koji je svojim urbanim umjetničkim intervencijama djelomično zapuštenim, neočekivanim i potresom pogođenim urbanim lokacijama centra grada dao novi izgled i značenje, a sugrađanima i posjetiteljima umjetnički doživljaj. Potpora je pružena dramskim projektima GKD Gavella dok manifestacije Dubrovačke ljetne igre u Zagrebu i Muzeji izvan muzeja nisu održane zbog tehničkih i organizacijskih razloga odnosno zbog situacije s pandemijom koronavirusa.

Zagreb je priznata destinacija brojnih festivala koji oblikuju život i imidž grada, pritom najveći među njima generiraju noćenja i dolaske. Polovica planiranih festivala nije realizirano, uglavnom zbog zabrane okupljanja uslijed epidemioloških mjera i zatvaranja granica. Tako su otkazani najposjećeniji festivali poput INmusic festivala, Festivala vatrometa i Zagreb beer festa, ali i manji zbog nemogućnosti gostovanja stranih izvođača. Ipak, u manjem obujmu održan je tradicionalni Cest is d best, zatim Ljeto na Štrosu, Festival svjetskog kazališta u HNK, Festival umjetničkih zastavica koji ne zahtjeva okupljanje publike te niz manjih koji su se uspjeli prilagoditi epidemiološkim mjerama.

Filmski festivali su dio tradicije grada te izvrsno nadopunjuju ponudu i pozitivno utječu na imidž grada. Suradnja je ove godine ostvarena s festivalima ZagrebDox, Animirani Zagreb, Fantastic Zagreb Film Festival i 18. Zagreb Film Festival.

Predstavljanjem turističkih zajednica iz drugih krajeva Hrvatske u Zagrebu, nastoji se sugrađanima i brojnim posjetiteljima približiti bogatstvo i raznolikost kulturne, povijesne i tradicijske baštine tih područja. Sukladno tome u 2020. godini pružena je potpora TZ Grada Županje koja je u Zagrebu predstavila svoje manifestacije i turističku ponudu. TZGZ pruža potporu udrugama koje njeguju i promoviraju tradicijske vrijednosti čime posredno ili neposredno doprinose turističkoj ponudi Zagreba. Potpora je tako pružena udruzi Hrvatska kuća Materina priča, a nastavljena je i suradnja s Narodnim sveučilištem Sesvete na nizu manifestacija koje se ostvaruju na području Gradske četvrti Sesvete.

Putem donacija u kulturi pružena je potpora institucijama, ansamblima i muzejima kao važnim nositeljima kulturne ponude grada Zagreba. Godišnje potpore za programe rada, ali i značajne izložbe ostvarili su: Muzej za umjetnost i obrt, Muzej grada Zagreba, Etnografski muzej, Galerija Klovićevi dvori, Arheološki muzej, Umjetnički paviljon, Muzej iluzija, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika, Kuća za ljude i umjetnost – Lauba, Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović, Muzej čokolade i Moderna galerija. Sredstva su izdvojena i za različite programe Centra kulture na Peščenici i Udruženja za razvoj kulture URK Močvara, a podržane su i godišnje aktivnosti Parka prirode Medvednica i Ansambla narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado.

#### **PRILOG 4.: Potpora događanjima**

##### **3. Potpora razvoju DMO-a**

Manifestacije i projekte TZGZ realizira samostalno ili u sinergiji s partnerima - stručnim organizacijama, društvima i udrugama. Najvažnije projekte TZGZ pritom predstavljaju Festival svjetla Zagreb, Zagrebački vremeplov te svojevrsno nulto izdanje projekta Art fair Zagreb. Festival svjetla Zagreb nije bilo moguće realizirati zbog epidemioloških mjera. Međutim, kako je Festival otkazan neposredno prije njegova početka, a zahtjeva dugotrajnu pripremu, partnerima su sukladno ugovornim odnosima djelomično priznate i podmirene aktivnosti provedene u pripremi festivala. Takve aktivnosti su primjenjive i očuvane u budućem odgođenom izdanju festivala. Zagrebački vremeplov, koji se sastoji od niza projekata čiji je cilj oživjeti neka prošla vremena, dijelom je realiziran. Unutar projekta polovično je realiziran projekt s utjelovljenim likovima prošlih vremena - Gornji grad u prošlosti, dok su Tkalčijana, Kumice s Dolca i Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije realizirani sukladno usvojenim izmjenama i dopunama programa rada. U sklopu projekta Art fair Zagreb realizirane su manifestacije koje će u budućnosti biti sastavni dio sveobuhvatnog projekta. Uspješno je nastavljen projekt Besplatni razgledi grada za Zagrepčane, koncert Zagrebačkih solista za Uskrs, u Oktogonu je prezentirana Hrvatska kulturna baština, kao i koncert Filmmusicorkestra na kabrio busu tijekom najvećih restrikcija uzrokovanih pandemijom.

#### **PRILOG 5.: Potpore razvoju DMO-a.**

##### **4. Potpore DMK-a**

TZGZ je i u 2020. godini planirala i podržala inicijative destinacijskih menadžment kompanija kao i avioprijevoznika s ciljem dodatne promocije grada Zagreba prilagođavajući se novonastaloj situaciji.

Ostvarene su suradnje s nacionalnim avioprijevoznikom Croatia Airlines te ostalim avioprijevoznicima kao što su njemački Eurowings – početkom godine, poljski LOT te Turkish Airlines u vrijeme Adventa u Zagrebu.

Zagrebačkim DMK dana je potpora za nastup na turističkim sajmovima u organizaciji HTZ-a, a Atlantis Travelu za samostalni nastup na sajmu OTM Mumbai. Navedene potpore su *de minimis* potpore i ostvarene su kao jedine s obzirom na pandemiju.

Nastavljena je uspješna promotivna suradnja s Croatia Airlinesom u svrhu promocije avio linija za Zagreb, a koja je u nekim dijelovima godine bila i jedina avio kompanija koja nas je međunarodno povezivala. Uz uspješnu promotivnu suradnju, nacionalnom prijevozniku omogućen je i zajednički nastup na sajmovima Holiday and SPA Expo Sofija i TTR Bucuresti koji su se ostvarili prije pandemije.

Navedene aktivnosti su doprinijele ostvarenju cilja - veće prisutnosti zagrebačke turističke ponude na turističkim sajmovima i u prodajnim katalogima DMK koliko je u izvanrednoj situaciji bilo moguće.

## **5. Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti/ kongresni odjel**

Za 2020. godinu očekivanja su, prema svim parametrima, bila rekordna prema broju planiranih kongresa i ostalih vrsta skupova. Tome je trebalo doprinijeti i predsjedanje Hrvatske Vijećem EU, koje je trebalo generirati značajan broj takvih događanja, a što potvrđuju i brojke iz prvog tromjesečja. Zbog pandemije uzrokovane koronavirusom, većina skupova je otkazana, odgođena za buduće razdoblje ili je održana u virtualnoj formi.

Vodi se sustavna evidencija, prikupljaju se i obrađuju podaci o održanim i predstojećim skupovima koji su dobili financijsku potporu, kao i potporu u vidu promotivnih materijala ili razgleda grada te direktnim kontaktiranjem organizatora. U 2020. godini evidentirano je 520 poslovnih skupova s ukupno 48.564 sudionika što je 35% manje poslovnih skupova u odnosu na 2019. godinu. Kod međunarodnih skupova zabilježen je pad od 64%, a kod domaćih je zabilježen znatno manji pad (16%). U skladu s planiranim za 2020. godinu pružena je pomoć organizatorima pri podnošenju kandidatura, i dana je potpora za organizaciju 27 skupova. U 2020. godini zabilježeno je 7 kandidatura za skupove od 2022.-2025. godine, kao i 5 dobivenih kandidatura za skupove koji će se održati 2022. i 2023. godine. Kandidature za međunarodne skupove, kao i potpore za održavanje skupova i posebnih događanja uključuju savjetodavnu pomoć i financijska sredstva. Prema potrebi, a kada to predstavlja obvezu budućeg grada domaćina, sudjeluje se u organizaciji posebnih prezentacija ili se organizira promotivni info punkt za vrijeme trajanja prethodnog kongresa.

**PRILOG 9.: Kandidature za stručne skupove i potpore skupovima i projekti;**

**PRILOG 11.: Popis održanih poslovnih skupova prema evidenciji TZGZ.**

## **6. Maketa grada Zagreba**

Sredstva planirana u 2020. godini za moguće potrebe održavanja trajne makete postavljene u središtu Zagreba nisu utrošena.

## **7. Kulturni turizam**

Kroz aktivnosti kulturnog turizma nastoji se potaknuti suradnja i unaprjeđenje partnerstva između kulturnog i turističkog sektora, a u cilju podizanja standarda kulturno-turističkog proizvoda. Podržana je već tradicionalna manifestacija Festival hrvatske glazbe u Beču koja je održana tijekom trajanja prvog hrvatskog predsjedanja Vijećem EU i izložba Miroslav Kraljević - Hrvatski modernist u Budimpešti, Moderna galerija.

## **8. Zdravstveni turizam**

U 2020. godini u vidu promocije zdravstvenog turizma Zagreba, TZGZ je nastupila na specijaliziranoj konferenciji zdravstvenog turizma pod nazivom 6th Medical Tourism Conference u Ateni na kojoj je predstavljen Zagreb kroz isticanje naših promotivnih materijala na štandu te logotipa na svim kanalima promocije na konferenciji. Održani su i B2B sastanci. U planu je bilo sudjelovanje na još nekoliko specijaliziranih sajmova/konferencija, no one su zbog pandemije otkazane/odgođene za sljedeću godinu ili održane u virtualnom obliku.

Planirana veća outdoor kampanja nije realizirana iz istoimenog razloga, no provedeno je offline oglašavanje u nekoliko tiskovnih publikacija.

## **9. Ured direktora – potpore projektima**

Prema odluci Turističkog vijeća TZGZ-a, direktorica ureda tijekom godine odobrava potpore manjih iznosa za ad hoc događanja od turističkog značaja za Zagreb, bez posebnog odobrenja viših tijela, a ukupna svota godišnje ne prelazi iznos predviđen planom.

## **10. Marketinški projekti, financijske potpore i poslovne suradnje**

TZGZ je u 2020. godini dodijelila potpore za izradu „Židovskog vodiča“, monografije „Kultura kao brend“ te mobilne aplikacije „Zagreb“.

Isto tako podržani su i marketinški projekti u prilagođenom obliku, sukladno situaciji, koji nadopunjuju marketinške aktivnosti TZGZ na način blizak posjetiteljima i prezentiraju Zagreb kao poželjnu destinaciju. Neki od projekata su proljetno izdanje magazina „Time Out Zagreb“ s ekstenzijom na

online, turističke novine „Zagreb4You” te „Like! Specijal Zagreb”.

Zbog pandemije koronavirusa projekt „Putevima Lijepa naše“ nije realiziran te samim time nije ostvario planiranu potporu, dok se projektu „Blue line“ nije isplatila potpora zbog promjene projekta u odnosu na prijavljeno u Javnom pozivu za prikupljanje prijave za sufinanciranje u 2020. godini.

**PRILOG 10.: Potpore marketinškim projektima**

### III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

#### 1. Online komunikacije

##### 1.1. Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije

U 2020. godini TZGZ je započela kampanju za Festival svjetla Zagreb, a koja je zaustavljena zbog pandemije uzrokovane koronavirusom.

Kampanja se odvijala na portalima i mrežama portala u Italiji, Austriji i Njemačkoj, putem Google Display-a te na društvenoj mreži Twitter.

Također, za potrebe oglašavanja Festivala svjetla započela je i kampanja u suradnji s Večernjim listom u obliku prijenosa native i PR članaka te banneri na online platforme VL za potrebe promocije na inozemnim i BiH izdanjima.

U suradnji s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije, TZGZ je provela sveobuhvatnu online kampanju Around Zagreb - Blizu grada, blizu srca. U sklopu kampanje pripremljeni su advertorijali koji su se prikazivali na portalima u Hrvatskoj, Njemačkoj, Sloveniji i Austriji kao i video, kreiran za istoimenu kampanju, koji je promoviran na YouTube kanalu TZGZ.

Kampanja se provodila i putem društvenih mreža Facebook, Twitter i Instagram.

S obzirom na smanjen interes i mogućnost putovanja, kampanja vezana za ljetna događanja - Summer Tour provedena je u manjem u obujmu nego dosadašnjih godina, s ciljem promoviranja grada domicilnom tržištu i u suradnji s portalima u Hrvatskoj kroz storytelling odnosno advertorijale.

Adventska kampanja oglašavana je na tržištima Hrvatske, Slovenije, Austrije, Poljske, Ukrajine, BiH i Srbije. Kampanja se odvijala na portalima i mrežama portala te na društvenim mrežama. Za potrebe kampanje kreirani su advertorijali od strane TZGZ-a, a kreirani su, također, i od strane domaćih i stranih portala.

Advent 2020. godine u velikoj se mjeri odvijao u virtualnom svijetu pa je tako napravljena AR izložba adventskih motiva u suradnji s tvrtkom Equinox Vision. Ista se mogla vidjeti u gradovima diljem Hrvatske, regije (Sarajevo, Mostar, Beograd, Novi Sad, Ljubljana, Maribor) te u Njemačkoj (Minhen) te tako na potpuno novi način imati doživljaj Adventa u Zagrebu iako bez fizičke prisutnosti. Osim virtualne izložbe, TZGZ je, u suradnji s portalom 24sata, prenosila božićne koncerte u vidu live streama. Koncerte se moglo pratiti putem YouTube kanala 24sata te na društvenim mrežama TZGZ i 24sata. U sklopu live streamova koncerata na portalu 24sata su objavljivani native članci kao i preroll oglasi. Ujedno je tijekom Adventa organizirana i virtualna izložba božićnih jaslaca zagrebačkih sakralnih objekata, a sve zbog nemogućnosti tradicionalnog obilaska crkava u blagdansko razdoblje.

Osim prijenosa adventskih koncerata, TZGZ je u 2020. godini u suradnji s domaćim portalima, također, putem live streama prenosila Uskrsnji koncert i kao i koncert povodom Svjetskog dana turizma.

U 2020. godini TZGZ nastavljena je suradnja s američkim renomiranim Smithsonian Institution putem čijeg se online magazina ([www.smithsonianmag.com](http://www.smithsonianmag.com)) promovirala zagrebačka turistička i kulturna ponuda na američkom tržištu. Uz stranicu posvećenu kulturnoj ponudi [culture.infozagreb.hr](http://culture.infozagreb.hr), komunicirana je i stranica [www.aroundzagreb.hr](http://www.aroundzagreb.hr) gdje je objedinjena turistička ponuda Zagreba i Zagrebačke županije s naglaskom na kulturnu, eno i gastro ponudu. Kampanja se odvijala u razdoblju od rujna do kraja prosinca.

U suradnji sa svjetski poznatim vodičem i turističkim portalom Lonely Planet provedena je kampanja putem native i display oglasa te kampanja na Facebook profilu portala. U sklopu kampanje uređen je i obogaćen profil Zagreba na spomenutom portalu s novim sadržajem (tekstovi, fotografije), a kampanja je ostvarena u razdoblju od listopada do prosinca.

Krajem 2020. godine, a s ciljem jačanja Zagreba kao gastronomske destinacije, započela je suradnja s Michelin Guide. U sklopu kampanje na web stranici [guide.michelin.com](http://guide.michelin.com) objavljena su dva advertorijala, pisana od strane stručnog tima Michelin Guide-a, a isti su objavljeni i na njihovim društvenim mrežama kao Instagram story-i i FB postovi.

Web stranica [www.lovezagreb.hr](http://www.lovezagreb.hr), kreirana od strane lokalnih blogera, nadopunjena je novim tekstovima i video materijalima (vlogovima, loopovima) posvećenih zagrebačkim atrakcijama, običajima, delicijama i slično. Također, nastavljen je serijal video blogova (vlogova) naziva Around Zagreb kojim se predstavlja turistička ponuda Zagreba i okolice s naglaskom na gastro-enološku ponudu, a s ciljem produljenja boravka gostiju u Zagrebu.

Nastavljeno je i s održavanjem postojećih profila TZGZ-a na društvenim mrežama: Facebook, Twitter, Instagram i YouTube.

Također, otvoren je profil na društvenoj mreži Tik Tok s ciljem približavanja turističke ponude Zagreba mlađoj populaciji.

Za potrebe promocije kongresne ponude nastavljene su promotivne aktivnosti na profilima na društvenim mrežama Facebook i LinkedIn, za čije je potrebe nastavljeno s produkcijom posebnih tekstova koji obrađuju kongresnu i poslovnu ponudu grada. Tekstovi su prvotno objavljivani na [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr) stranici, a zatim prenošeni na društvene mreže.

Početak 2020. godine broj fanova na Facebook-u bio je 63.529, a početkom 2021. godine 70.830 s konstantnom tendencijom rasta. Fanovi dolaze ponajviše iz: Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Njemačke, SAD, Italije, Slovenije, Srbije, Makedonije, Austrije, Australije i Ujedinjenog Kraljevstva. U strukturi, 64% fanova čine žene, a 35% muškarci, pri čemu je kod oba spola najveći postotak pratitelja u dobnim skupinama 25-34 (žene 19%, muškarci 12%) i 35-44 (žene 18%, muškarci 9%). Na Instagramu je broj fanova početkom 2020. godine iznosio 38.057 dok je početkom 2021. godine ta brojka porasla na 44.178. Broj followera na društvenoj mreži Twitter početkom 2021. godine je 16.230, što je porast za više od 1.300 followera u odnosu na početak 2020. godine. Tijekom 2020. godine na Twitteru je objavljeno gotovo 1.400 postova, što je rezultiralo sa više od 20.000 pregleda profila i gotovo 2.5 milijuna impresija.

U 2020. godini nastavljeno je s održavanjem sustava panoramskih ruta koje su atraktivan alat za dijeljenje korisnicima zanimljivih lokacija putem društvenih mreža. Sustav je komuniciran i na podstranicama Virtualni Zagreb na kojima su korisnici mogli doživjeti Zagreb u virtualnom svijetu.

Od planiranih aktivnosti zbog epidemioloških razloga nisu realizirane kampanje za INmusic festival, kampanja zdravstvenog turizma na tržištima Njemačke (Bavarska), Belgije (Bruxelles) i sjeverne Italije, destinacijska kampanja na kineskom tržištu. Kao što je već spomenuto kampanja za Festival svjetla Zagreb nije realizirana u potpunosti, dok je tradicionalna Zagreb Summer Tour kampanja realizirana u manjem obujmu.

Zbog smanjenog broja posjetitelja u destinaciji aplikacija Zagreb Be There nije obogaćivana dodatnim sadržajima.

S obzirom na nemogućnost realiziranja spomenutih aktivnosti sredstva nisu u potpunosti realizirana.

## **1.2. Newsletter**

Newsletter TZGZ-a kao sredstvo redovitog obavještanja i komuniciranja s novinarima te s ostalim ciljnim skupinama poput veleposlanstava, putničkih agencija, hotela, predstavništava Hrvatske turističke zajednice, turoperatora itd., kao i korisnicima koji su se sami prijavili za primanje newslettera, u 2020. godini se slao sporadično, ovisno o epidemiološkoj situaciji. Od planiranih najmanje 12 newslettera, poslano je njih 7. Slanje kongresnog newslettera MeetInZagreb započeto je u siječnju 2020. godine te je također nastavljeno sporadično iz već navedenih razloga, stoga planirana sredstva nisu u potpunosti realizirana.

## **1.3. Razvoj i upravljanje internet stranicama**

S obzirom na pandemiju koronavirusa i potresa koji je pogodio Zagreb u prvoj polovici 2020. godine, na web stranicama infozagreb.hr, konstantno prateći situaciju, rađene su preinake te se prezentirao sadržaj prilagođen situaciji.

Samim time, u svrhu prezentiranja turističkog sadržaja Zagreba izrađena je podstranica Virtualni Zagreb [www.infozagreb.hr/sto-raditi-kod-kuce](http://www.infozagreb.hr/sto-raditi-kod-kuce). Na navedenoj stranici prezentiran je sadržaj koji je moguće konzumirati online, a usko je vezan za turističku ponudu Zagreba kao što su online izložbe, predstave, video recepti zagrebačke kuhinje, online razgledi i sl. Također, kreirana je i posebna podstranica na kojoj su se mogle pronaći aktualne informacije vezane za pandemiju u cilju informiranja posjetitelja i dionika u destinaciji. Vezano za dionike u destinaciji, aktualne informacije objavljivale su se i na korporativnim stranicama [www.tzgz.hr](http://www.tzgz.hr).

I u 2020. godini nastavljeno je sa prilagodbama Web administratora – CMS (Content Management System) za [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) i sve ostale web stranice u vlasništvu TZGZ-a kako bi se olakšalo upravljanje sadržajem i uređivanjem stranica.

Kompletni redizajn stranice je prebačen na 2021. godinu s obzirom na to da se nije mogao realizirati zbog otežanih uvjeta rada, a u 2020. godini definirana je samo nova struktura weba.

TZGZ je kreirala posebne web stranice [www.aroundzagreb.hr](http://www.aroundzagreb.hr) za potrebe zajedničke kampanje s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije. Na stranicama je predstavljena turistička ponuda Zagreba i Zagrebačke županije, a poseban naglasak je stavljen na boravak u prirodi, rekreaciju, gastronomiju i kulturnu ponudu, kao i na sigurnost.

Zbog izmijenjenog programa Adventa u Zagrebu i prebacivanja većine sadržaja na online, rađene su veće intervencije na web stranici [www.adventzagreb.hr](http://www.adventzagreb.hr), u sadržajnom smislu, kao i prezentaciji istog. Napravljene izmjene nisu se ticale same strukture i funkcionalnosti stranice.

Web stranica zdravstvenog turizma [www.healthtourism.infozagreb.hr](http://www.healthtourism.infozagreb.hr) na kojima se Zagreb predstavlja kao centar medicinske izvrsnosti je u 2020. godini nadopunjavana novim sadržajem te su se prema potrebi radile izmjene u sadržaju.

Podstranica posvećena kulturnoj ponudi [www.culture.infozagreb.hr](http://www.culture.infozagreb.hr) je tijekom godine obogaćivana posebnim tekstovima vezanim uz kulturnu ponudu grada. Također, na podstranici su se objavljivale i snimke koncerata zagrebačkih glazbenika nastalih tijekom perioda zatvaranja.

Specijalizirane stranice i mikro stranice u vlasništvu TZGZ-a poput [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr), [www.tzgz.hr](http://www.tzgz.hr), [www.zagrebplaces.com](http://www.zagrebplaces.com), [www.betherezagreb.com](http://www.betherezagreb.com), [www.lovezagreb.hr](http://www.lovezagreb.hr) i [www.festivalsvjetlazagreb.hr](http://www.festivalsvjetlazagreb.hr) održavane su i nadopunjivane novim sadržajima (tekstovi, video, fotografije) tijekom cijele godine.

Google Analytics, pokazuje da je u 2020. godini web stranicu [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) pregledalo 339.939 posjetitelja koji su pregledali 1.009.550 stranica. Web stranicu [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr) posjetilo je ukupno 41.326 posjetitelja, što je otprilike na razini posjeta u 2019. godini. Web stranicu [www.adventzagreb.hr](http://www.adventzagreb.hr) posjetilo je ukupno 60.994 posjetitelja. Smanjena posjećenost web stranica može se pripisat smanjenom interesu za putovanjima uzrokovanom pandemijom koronavirusa.

TZGZ je u prošloj godini nastavila s nadogradnjom sustava online prijave projekata za sufinanciranje, koji omogućava kontinuirano praćenje, objektivno i intuitivno ocjenjivanje te pregled statistike koja olakšava analizu i buduće planiranje samog procesa te razvoja projekata. Ujedno sustav omogućava lakšu prijavu i pregled projekata samom korisniku odnosno prijavitelju. Završena je i testna faza digitalnog obrasca izvješća o utrošenim sredstvima koji je od početka godine obavezan način podnošenja izvješća, čime je proces digitalnog pružanja potpore zaokružen.

## **2. Offline komunikacije**

S ciljem privlačenja, informiranja potencijalnih posjetitelja, kao i održavanja destinacijske prisutnosti, TZGZ je u 2020. godini oglašavala turističku ponudu grada Zagreba kroz offline komunikacijske kanale: radio, časopisi, novine, oglasne pozicije na javnom prijevozu, billboard i citylight plakati na glavnim emitivnim turističkim tržištima.

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

U 2020. godini udruženo oglašavanje je organizirano u nešto drugačijem obliku. Naime, zbog pandemije je Hrvatska turistička zajednica odustala od projekta, no Turistička zajednica grada Zagreba je odlučila nastaviti sa zajedničkim oglašavanjem s partnerima u destinaciji, odnosno hotelima i agencijama. Iznos koji je bio predviđen nije realiziran u potpunosti iz razloga što su i subjekti zbog cjelokupne situacije morali odustati od planiranog oglašavanja. Subjekti koji su realizirali media planove u cijelosti ili djelomično su HUP, BTravel i Katarina line.

Tijekom 2020. godine realizirane su samostalne offline kampanje. Prva kampanje u godini je ona za Festival Svjetla Zagreb koja je, slijedom iznenadne situacije uzrokovane pandemijom, prekinuta tek nekoliko dana nakon samog početka. Kampanja je započeta na tržištima zemalja u okruženju (Slovenija, Bosna i Hercegovina te Srbija) te Italije i Austrije, a koristili su se mediji kao billboardi, citylighti, oslikani autobusi te radio.

Proljetno-ljetna kampanja pod nazivom Zagreb Summer Tour ostvarena je krajem lipnja. Kampanja je realizirane putem billboard i citylight plakata te brendiranjem autobusa u Hrvatskoj te na tržištima Slovenije te Bosne i Hercegovine.

Po prvi put u suradnji s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije realizirana je kampanja Around Zagreb. Ova jedinstvena destinacijska kampanja kreirana je s ciljem stvaranja cjelogodišnje platforme promocije bogate ponude glavnog grada i njegove okolice. U proljetnom periodu kampanja je provedena na tržištu Hrvatske, Austrije, Slovenije te Bosne i Hercegovine putem oglasnih površina billboard i citylight plakata. Imajući u vidu jedinstvenost platforme, kampanja je provedena još jednom najesen i to na tržištu Hrvatske.

Slijedom situacije uzrokovane pandemijom te velikog broja nedostupnih tržišta iz kojih su prethodnih godina pristizali posjetitelji, offline kampanja Advent Zagreb provedena je u nešto izmijenjenom obliku. Offline kampanja realizirana je tijekom studenog i prosinca putem OOH oglašavanja (billboard i citylight plakati) u Hrvatskoj i Sloveniji te putem radio kampanje u Hrvatskoj.

U 2020. godini nastavljena je i vrlo uspješna suradnja s aviokompanijom Turkish Airlines koja je imala za cilj zadržavanje pojavnosti Advent Zagreb na dalekim tržištima.

### **2.2. Promotivne kampanje s partnerima**

Poslovna suradnja s HNS-om ostvaruje se u svrhu korištenja promotivnih minuta i oglašivačkog potencijala u Hrvatskoj i inozemstvu putem stadionskih LED ekrana, rotacijskih banneri uz teren, press panoa tijekom konferencija za novinare HNS-a, oglašavanja na web stranici HNS-a i ostalim službenim materijalima.

Isto tako, suradnja se odnosi i na mogućnost korištenja reprezentativne vrste za promotivne nastupe TZGZ-a, a sve u svrhu atraktivnijeg pozicioniranja Zagreba na domaćem i inozemnim tržištima.

Utrošena sredstva: 530.000

Usprkos situaciji uzrokovanoj pandemijom utrke Audi FIS World Cup – Snow Queen Trophy 2021. su održane bez publike uz prijenos na brojnim domaćim i svjetskim TV postajama. Sredstva na stavci su utrošena za oglašavanje u promidžbenoj kampanji kroz online i offline kanale.

Utrošena sredstva: 3.500.000

### **2.3. Promotivni panoi i displeji**

Tijekom godine naručivano je više vrsta promotivnih panoa tj. banneri (roll up banneri, pop up rastezalice većih dimenzija, banneri isprintani na tekstilu) različitih motiva koji su korišteni za potrebe promocije pojedinih događanja te prilikom predstavljanja medijima. Tako su npr. izrađivani panoi za promotivnu kampanju Izvan okvira, promotivni displej za manifestacije Advent u Zagrebu te tiskani plakati za potrebe promotivnih kampanja tijekom godine. Pročelje TIC-a na Trgu bana Jelačića 11 za vrijeme Adventa Zagreb bilo je ukrašeno prigodnom dekoracijom.

## **2.4. Opće oglašavanje**

Promocijske aktivnosti usmjerene su prema suradnji s medijima kroz objavljivanje oglasa u tisku, ili objavljivanja oglasa od posebnog značaja prilikom važnijih promocija i događanja u svrhu djelotvorne promidžbe i stvaranja prepoznatljivog imidža grada, a sve u okviru novonastale situacije. Isto tako dodatna pažnja posvećena je oglašavanju u raznim vodičima kako općim tako i kulinarskim.

### **2.4.1. Oglašavanje u tisku**

S ciljem kreiranja integriranih marketinških kampanja, a sve u cilju pojavnosti i prilagodbe novonastaloj situaciji, iste je potrebno svrsishodno nadograditi oglašavanjem u tiskanim medijima putem klasičnih oglasa za destinaciju Zagreb, oglasa vezanih uz promotivne kampanje te advertorijala, kako u domaćim tako i u stranim medijima.

Tako su u domaćim medijima komunicirani turistički proizvodi Zagreb Summer Tour, Advent Zagreb te Around Zagreb gdje se ističu kampanje u Jutarnjem listu, Večernjem listu te Glasu Istre.

U domaćim medijima namijenjenim stranim posjetiteljima (Zagreb in your pocket, Insight design guide, Esplanade magazine) naglasak je stavljen na promociju Zagreb Card kartice.

U stranim medijima ističe se oglašavanje u magazinu Virtuoso Life te National Geographic Traveller gdje je Zagreb promoviran kao gastro i citybreak destinacija.

Dodatno se ističe specijalizirano oglašavanje u vodiču Gault&Millau koji Zagreb profilira i kao gastro destinaciju.

### **2.4.2. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni odjel**

Zbog globalne pandemije i neizvjesnosti, oglašavanje je znatno reducirano. Slijedom navedenog, oglašavanje je provedeno u magazinu Business Intelligence Report, a krajem godine je realizirano oglašavanje u online katalogu Signatures du MICE u suradnji s agencijom Partance. Troškovi predmetnog oglašavanja previdom su iskazani na stavci Organizacija i sudjelovanje na poslovnim radionicama te je posljedično pogrešno izražen smanjeni trošak na ovoj stavci, a povećanje je nastalo na stavci Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama /kongresni odjel. Kongresno-incentive ponuda prezentirana je i u specijaliziranom časopisu Punto Mice za španjolsko govorno područje, a koji se distribuira na području Španjolske, Argentine, Čilea, Meksika i Perua. Na deset stranica je prezentirana Hrvatska, od čega je Zagreb predstavljen na četiri stranice.

### **2.4.3. TV Oglašavanje**

Emitiranje promidžbenih emisija TZGZ-a tijekom 2020. godine na satelitskom programu zagrebačke televizije - Z1 nastavljeno je kao rezultat dugogodišnje uspješne suradnje. Emisije su emitirane na četiri strana jezika, putem satelitskog prijemnika EUTELSAT 16-A. Emitirani su filmovi Zagreb u srcu Europe na engleskom, njemačkom, francuskom i talijanskom jeziku.

## **2.5. Brošure i tiskani materijali**

U 2020. godini nastavljene su aktivnosti vezane uz planiranje, pripremu i izdavanje ili otkup različitih tiskanih promotivnih materijala koji su se koristili pri nastupima na turističkim i kongresnim sajmovima te poslovnim radionicama, dok su posjetiteljima Zagreba distribuirani putem Turističkih informativnih centara, smještajnih objekata te prema pojedinačnim upitima organizatora raznovrsnih događanja u Zagrebu i Hrvatskoj.

Tiskane su ažurirane verzije mapa Korak po korak u 8 jezičnih verzija i općih brošura Dobro došli u Zagreb u 15 jezičnih verzija i to u razdoblju prije pandemije s planiranim prvotnim očekivanjima za 2020. godinu. Nastavljeno je izdavanje već tradicionalne brošure-mjesečnika Program priredaba u dvije jezične verzije (hrvatska i engleska) čija su tiskana izdanja iznimno izostala u travnju i svibnju uslijed velikog broja otkazanih događanja i privremeno zatvorenih institucija zbog pandemije koronavirusa i zagrebačkog potresa.

Za potrebe promocije Zagreba također je otkupljena određena količina dvojezične knjige posvećene manifestaciji Advent u Zagrebu.

### **PRILOG 6.: Brošure i suveniri**

### **2.6. Suveniri i promo materijali**

Tijekom 2020. godine organizirane su narudžbe različitih vrsta promotivnih proizvoda i suvenira koji se koriste prilikom niza promotivnih aktivnosti TZGZ-a. Naručivani su najprepoznatljiviji suveniri – licitarska srca s natpisom Zagreb, eko non-woven vrećice s logotipom Zagreb Be There i nove vrste papirnatih vrećica u dvije veličine, također uz korištenje vizuala Zagreb Be There.

S obzirom na nove okolnosti, epidemiološke mjere i preporuke vezane uz korona krizu, u drugom dijelu godine naručivane su nove vrste promotivnih materijala – maske za lice i osvježavajuće maramice, obje s aplikacijom različitih logotipa i vizuala TZGZ-a.

### **PRILOG 6.: Brošure i suveniri**

### **2.7. Zagreb Card**

Tijekom 2020. godine ukupno je prodano 396 Zagreb Card kartice, od čega 275 od 72h i 121 od 24h. Prodaja je niska sukladno pandemiji gdje smo više od 2 mjeseca bili u nemogućnosti prodavati kartice. Zagreb Card je predstavljen i u zajedničkoj promotivnoj ECM brošuri svih europskih gradova koji imaju „city card“ karticu pod naslovom European City Cards te uključen u ECM-ove promotivne

aktivnosti u kampanji We love city cards.

### 3. **Smeđa signalizacija i info table**

Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije tijekom 2020. godine odvijalo se sukladno trenutnim potrebama održavanja. Izrađene je nova tabla za Muzej čokolade Zagreb.

### 4. **Nagrade i priznanja (nagradna putovanja, priznanja i festivalske prijave)**

Sudjelovanjem na međunarodnim stručnim natjecanjima, posebice na festivalima turističkog filma, nastoji se upoznati stručna tijela s turističkim potencijalima Zagreba. Za vrijeme trajanja posebnih prezentacija dodjeljuju se nagradna putovanja u Zagreb, od kojih je u 2020. godini nije realizirano niti jedno zbog pandemije. Na filmskim festivalima te međunarodnim skupovima, TZGZ je u 2020. godini osvojila:

1. TZGZ – nagrada „Meetings Star Award”, Ljubljana, Slovenija, 2020.
2. film „Zagreb Loves You“ - nagrada „Jury Award“ na međunarodnom festivalu turističkog i ekološkog filma, SILAFEST, Srbija 2020.
3. film „Zagreb Loves You“ - nagrada „Special Award“ na International Tourism Film Festival, Turska, 2020.
4. film „Zagreb Loves You“ – 3. mjesto u kategoriji „The Best Croatian Film Tourism Destination – City“ na Međunarodnom festivalu turističkog filma „Zagreb Tourfilm Festival“, Hrvatska, 2020.
5. film „Zagreb Loves You“ – 2. mjesto u kategoriji „Social responsibility“ na Međunarodnom festivalu turističkog filma „Art & Tur“, Portugal, 2020.
6. TZGZ – gđa Morana Suton priznanje za Europskog turističkog informatora godine, organizacija European Cities Marketing (ECM), 2020.
7. film „Zagreb Loves You“ - nagrada „The Best Culture and Heritage“ na BH Tourism Film Festivalu, Sarajevo, BIH, 2020.

## **IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

### **1. Sajmovi**

#### **1.1. Sajmovi – samostalni nastupi TZGZ i u suradnji sa HTZ-om**

Ciljevi sudjelovanja TZGZ-a na turističkim sajmovima su uspostavljanje kontakata s partnerima (posebno turističkim agencijama i turoperatorima), promocija turističke ponude Zagreba profesionalnoj i širokoj publici te izgradnja imidža Zagreba kao turističke destinacije. U 2020. godini TZGZ je sudjelovala na ukupno 13 turističkih sajmova u 12 zemalja, od kojih 6 samostalno, 5 u organizaciji HTZ-a te 2 u suradnji s Predstavništvima HTZ-a. Svi navedeni sajmovi su se održali u fizičkom obliku prije pandemije, osim sajmova WTM London i ITB Asia koji su se obzirom na pandemiju koronavirusa održali virtualno.

Zagrebačkim destinacijskim menadžment kompanijama dana je potpora za nastup na turističkim sajmovima u organizaciji HTZ-a (agencijama Abacus tours, Atlas Plus, Uniline te HUP-u Zagreb su sufinancirana 2 m2 za nastup na sajmu Fitur Madrid koji se održao u fizičkom obliku, a agencijama Uniline i Perfecta Travel 90% iznosa sudjelovanja za sajam WTM London koji se održao u virtualnom obliku) te im je omogućen besplatan nastup u okviru samostalnih sajamskih nastupa TZGZ-a (agenciji Uniline za nastup na sajmu IMTM Tel Aviv te Residence grupi i Hotelu Academia za nastup na sajmu International Fair of Tourism Beograd, kao i nacionalnom avioprijevozniku Croatia Airlines za nastup na sajmovima Holiday and SPA Expo Sofija i TTR Bucuresti).

Nastupi na turističkim sajmovima u inozemstvu ocjenjeni su uspješnima te su značajno doprinijeli poslovanju TZGZ-a, posebice u pogledu poznavanja pojedinih tržišta te aktualnih obilježja i preferencija ciljnih skupina. Nastavno na predmetno, sudjelovanje TZGZ-a na sajmovima pružilo je detaljniji uvid te osnovne smjernice razvoja i prilagodbe proizvoda pojedinom tržištu, što je posebice važno u fazi post-covid oporavka čitavog sustava.

Na ostalim sajmovima u organizaciji HTZ-a na kojima TZGZ nije sudjelovala kroz zakup prostora, u okviru štanda HTZ-a bili su dostavljani i dijeljeni promotivni materijali

#### **PRILOG 7.: Sajmovi**

#### **1.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama**

Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama u potpunosti je obilježeno globalnom pandemijom, s obzirom da je došlo do otkazivanja svih događanja te vrste ili do transformacije u virtualne evente. Slijedom navedenog, planirane kongresne burze IMEX Frankfurt i IMEX America su otkazane. Predstavljanje kongresno-incentive ponude na kongresnim burzama od izuzetne je važnosti, jer omogućava izravan dodir s potencijalnim kupcima-organizatorima skupova i incentive putovanja.

Kongresni odjel je, tako, u 2020. sudjelovao na kongresnoj burzi Conventa u Ljubljani i IBTM World, u studenom. Conventa je održana u siječnju, u redovitim uvjetima, dok je IBTM World održan virtualno.

Na navedenim burzama potvrđen je velik interes za Zagreb, bilo da se radi o organizaciji kongresa ili incentive programa. Specijalizirane kongresne burze predstavljaju i platformu za identifikaciju najzainteresiranijih kupaca za koje se organiziraju posebna studijska ili individualna inspekcijska putovanja na temelju kojih se donose odluke o organizaciji pojedinog događanja u destinaciji.

#### **PRILOG 8.: Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama**

### **2. Posebne prezentacije – radionice**

#### **2.1. Posebne prezentacije – radionice**

Premda je 2020. godina donijela brojne promjene uzrokovane koronavirusom u vidu otkazivanja aktivnosti i prebacivanja u virtualni format, nastavljeno je s aktivnostima koje su se u danim uvjetima mogle realizirati te promocijom Zagreba na inozemnim tržištima. Sudjelovanje na radionicama doprinosi kontinuiranom razvoju i vidljivosti destinacije te stvara temelje za brži oporavak.

TZGZ je u 2020. godini predstavila turističku ponudu Zagreba na ukupno 11 prezentacija i poslovnih radionica. Posebne prezentacije i radionice održane su samostalno ili u suradnji s HTZ-om (Sell Croatia). Posebno se ističu prezentacije turističke ponude Zagreba koje su održane u Moskvi (30. siječnja, radionica Sell Croatia i Dani hrvatskog turizma), Atlanti (27. veljače, zajednička radionica s TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Dubrovačko-neretvanske županije i klasterom Središnje Hrvatske za tržište SAD-a) te Oslu (23. siječnja, radionica TravelMatch 2020). S obzirom na nemogućnost održavanja radionica uživo, sljedeće aktivnosti održane su u virtualnom formatu: radionica ETOA City Fair (20. srpnja), JATA Travel Mart (31. kolovoza - 2. rujna), radionica ReConnect (India) (18. i 21. rujna), radionica TU Balkan Online Workshop (28.-29. listopada), radionica ETOA Global European Marketplace (30. listopada), radionica Owners CONNECT Travel Agent Forum (18.-19. studenog), radionica i konferencija USTOA Marketplace & Annual Conference (1.- 4. prosinca) te radionica ETOA Recovery 21 (9. prosinca).

#### **2.2. Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni odjel**

Kroz zajedničke aktivnosti s HTZ-om, kao i predstavnicima turističkog gospodarstva, te samostalno nastoji se poboljšati ukupna razina kvalitete ponude s ciljem povećanja konkurentnosti. S ciljem promocije Zagreba, u siječnju je organiziran road show u suradnji sa specijaliziranom agencijom

Partance, a koji je pokrio tri grada: Strasbourg-Lille-Bruxelles. U organizaciji Partance-a, Kongresni odjel je sudjelovao na dvije radionice u Parizu, prvoj namijenjenoj specijaliziranim agencijama Grape Harvest Workshop (listopad) i drugoj namijenjenoj međunarodnim asocijacijama Association Lunch Workshop (prosinac). U veljači je organiziran MCE Central & Eastern European Forum u Beču, te Successful Meetings University International u New Yorku, na kojima je Kongresni odjel sudjelovao u suradnji s HTZ-om. Kongresno-incentive ponuda predstavljena je i na sljedećim virtualnim radionicama: Epex@Wow (listopad i studeni), M&I Wyred World Forum (studeni).

U suradnji s HTZ-om, uplaćeno je sudjelovanje na radionici MCE South Europe Forum (Algarve). Zbog globalne pandemije, MCE South Europe nije mogao biti realiziran te je organizator ponudio sudjelovanje na jednom od Foruma u 2021. godini. Jednako tako, u suradnji s HTZ-om uplaćeno je sudjelovanje na M&I Forum Europe (Oslo) i M&I Forum The Americas (Punta Cana), koji iz istih razloga nisu mogli biti realizirani. Organizator je ponudio voucher za sudjelovanje na njihovim virtualnim eventima, kao i sudjelovanje na fizičkim eventima u 2021. godini. Dio iznosa vouchera je iskorišten za sudjelovanje na virtualnom M&I Wyred World Forumu.

Sukladno izraženom smanjenom trošku na stavci Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama – kongresni odjel, povećanje je nastalo na ovoj stavci.

### 3. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima

Studijska putovanja novinara organizirana su u najvećoj mjeri u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, kao i izravno od strane TZGZ-a. Tijekom 2020. godine Zagreb je posjetilo 9 studijskih grupa s ukupno 83 novinara od čega ih je najviše stiglo u siječnju povodom predsjedanja RH Vijećem EU. Cjelokupna aktivnost je pod iznimnim utjecajem pandemije koronavirusa.

Detaljan popis novinara po zemljama prikazan je u tablici.

Država	Broj studijskih posjeta	Broj osoba
Austrija	1	1
EU	1	70
Francuska	3	5
Izrael	1	2
Njemačka	1	3
SAD	1	1
Slovenija	1	1
<b>UKUPNO</b>	<b>9</b>	<b>83</b>

Od ukupnog broja studijskih posjeta bilo je 2 TV ekipa s 4 pax:

Država	Broj TV ekipa	Broj osoba
Francuska	2	4
<b>UKUPNO</b>	<b>2</b>	<b>4</b>

Svi objavljeni i prikupljeni članci ili reportaže analiziraju se i arhiviraju.

### 4. Studijska putovanja agenata

Tijekom 2020. godine nastavljena je suradnja s turoperatorima i turističkim agencijama te organiziranje studijskih putovanja s ciljem upoznavanja zagrebačke turističke ponude ili unapređenja prodaje, ukoliko već imaju programe posjeta Zagrebu. Mogućnosti organiziranja i realizacije studijskih putovanja u 2020. godini bile su izrazito nepovoljne zbog nemogućnosti putovanja prouzrokovanih situacijom s pandemijom koronavirusa u cijelome svijetu.

Studijska putovanja agenata organizirana su i provedena u suradnji s domaćim i stranim turoperatorima i njihovim domicilnim partnerima. Realizirana su tri studijska posjeta s ukupno 20 agenata.

Zbog karantene i smanjenih mogućnosti kretanja, troškovi aktivnosti bili su manji od očekivanih što je rezultiralo ukupnom manjom potrošnjom na stavci.

U tablici je prikazan popis turističkih agenata koji su 2020. godine u organizaciji TZGZ-a boravili u Zagrebu.

Popis turističkih agenata.

Država	Broj studijskih posjeta	Broj osoba
SAD	2	4
Hrvatska	1	16
<b>UKUPNO</b>	<b>3</b>	<b>20</b>

**5. Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni odjel**

U 2020. godini, organizirano je ili se sudjelovalo u organizaciji 5 studijskih i inspekcijskih putovanja za kongresne organizatore tijekom kojih je Zagreb upoznalo 24 sudionika.

U suradnji s kongresnom burzom Conventa, u siječnju je organizirano studijsko putovanje za 10 zainteresiranih kupaca. Prije službenog početka kongresne burze Meetex, za zainteresirane kupce je organiziran dodatni inspekcijski posjet Zagrebu na kojem je sudjelovalo 7 osoba.

Organiziran je i inspekcijski posjet za predstavnike udruženja American Society of Travel Advisors (ASTA) s ciljem motivacije sudionika konferencije ASTA Destination Expo u Dubrovniku, za dolazak na pred i post turu u Zagreb. Kao i sve ostale aktivnosti bazirane na direktnoj prodaji i promociji, inspekcijski posjeti i studijska putovanja značajno su pogođena globalnom pandemijom tijekom koje nije bilo moguće organizirati aktivnosti te vrste.

**6. Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrug. i ostal. org.**

U 2020. godini uspješno je nastavljena suradnja s ministarstvima, državnim protokolarnim uredima, veleposlanstvima, gradskim uredima, organizatorima konferencija, školama i ostalim organizacijama i institucijama. Posredstvom njihovih upita organizirano je više od 15 razgleda grada za strane diplomate i druge visoke dužnosnike, učenike na razmjeni, inozemne sudionike međunarodnih festivala i drugih značajnih projekata, a u svrhu upoznavanja i promocije grada. Troškovi dodatnih aktivnosti (poput organizacije razgleda grada i sl.), predviđenih u razdoblju predsjedanja RH Vijećem EU, zbog karantene i smanjenih mogućnosti kretanja prouzrokovanih pandemijom koronavirusa bili su manji od očekivanih što je rezultiralo ukupnom manjom potrošnjom na stavci.

## **V. INTERNI MARKETING**

### **1. Edukacija**

#### **1.1. Obuka osoblja**

Obuke se provode s ciljem poboljšanja postojećih znanja te usvajanja novih, potrebnih za kvalitetno provođenje planiranih aktivnosti. Djelatnici TZGZ-a sudjelovali su na edukaciji o *de minimis* potporama. Nastavljeno je s pohađanjem tečajeva stranih jezika (ruski i korejski).

#### **1.2. Seminari klubova konkurentnosti i marketinga**

Klubovi konkurentnosti i marketinga su udruge javnog i privatnog sektora kojima je cilj unapređenje sinergije cijelog turističkog sustava. Klubovi konkurentnosti definiraju mogućnosti poboljšanja kvalitete u turizmu.

#### **1.2.1. Sastanci i okupljanja s predstavnicima turističke industrije/partnerima i edukativni seminari**

Sredstva na stavci iskorištena su prvenstveno za unapređenje kvalitete ponude turističke industrije Zagreba. Nastavljena je edukacija djelatnika MUP-a, iz poznavanja turističkih lokacija i primijenjenog engleskog jezika kako bi bili od adekvatne pomoći stranim posjetiteljima na terenu u centru Zagreba.

#### **1.3. Kultura turizma – uvođenje izbornog predmeta u škole**

TZGZ je u suradnji s Gradskim uredom za obrazovanje, 2010. godine, pokrenula projekt „Kultura turizma” u obliku izvannastavne aktivnosti u srednjim školama grada Zagreba koje primarno nemaju turistički obrazovni sadržaj. Cilj je u mladima pobuditi svijest o Zagrebu kao turističkoj destinaciji te o njegovim kulturnim i prirodnim potencijalima, što bi dugoročno trebalo ostaviti traga na zagrebačkom turizmu kao i gospodarskom razvoju grada te stvaranju klime dobrodošlice. Sukladno planiranom, projekt je uspješno okončan sudjelovanjem pet zagrebačkih srednjih škola. Učenici su tijekom jednog semestra sudjelovali u projektu u obliku izvannastavne aktivnosti, no ove godine bez javnog izlaganja završnih prezentacija zbog epidemioloških mjera i situacije s pandemijom COVID-19.

## VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

### 1. **Proizvodnja multimedijalnih materijala**

Sukladno prethodnim godinama, u 2020. godini nastavljena je produkcija promotivnih multimedijalnih materijala o Zagrebu koji su korišteni za prikazivanje na TV-u, Internetu (YouTube i ostale društvene mreže), ekranima na letovima Croatia Airlinesa i posebnim prezentacijama TZGZ-a.

Tijekom 2020. godine napravljena su i dva video spota. Jedan je promotivni spot o manifestaciji Advent Zagreb dok je drugi video spot za potrebe kampanje Around Zagreb.

Video Around Zagreb stavlja naglasak na zelenilo, boravak u prirodi, rekreaciju, kao i na bogatu kulturnu i gastronomsku ponudu glavnog grada i zagrebačkog zelenog prstena. Narator u filmu je g. Rob Reider, američki peterostruki dobitnik Emmy nagrade za svoje emisije i glazbene skladbe, a s njim je TZGZ već ostvarila sjajnu suradnju na filmu „Zagreb Loves You“. Video je prilagođen na nekoliko jezičnih verzija (hrvatski, engleski, njemački, talijanski).

### 2. **Istraživanje tržišta**

U 2020. godini pripremljen je Strateški operativni marketinški plan za razdoblje 2021. – 2023. u suradnji s tvrtkom Horwath HTL. Dokument analizira destinaciju Zagreb, postavlja ključna strateška uporišta na kojima će preko marketinške vizije i pozicioniranja počivati strateški marketinški plan. Pomnom analizom ponude i potražnje, a imajući u vidu utjecaje pandemije i potresa, analizira sve aspekte za kreiranje strateškog i operativnog marketinškog plana. Slijedom svega navedenog definira se operativni marketinški plan s pripadajućim ključnim aktivnostima kao što su aktivnosti razvoja turističkog proizvoda, komunikacijske aktivnosti te B2B aktivnosti (suradnja s dionicima). Cjelokupni plan zaokružen je akcijskim planom sukladno kojem su prethodno navedene aktivnosti postavljene u vremenski okvir te usklađene kako s financijskim tako i terminskim okvirom.

### 3. **Formiranje baze podataka**

TZGZ prati napise o Zagrebu u domaćem i stranom tisku, kao i objavljene reportaže na TV i radio postajama. Opseg praćenja tema je dodatno korigiran zbog što preciznijeg prikaza pojavnosti rada TZGZ u medijima, a prikupljeni materijali se arhiviraju i koriste u daljnjim analizama i, po potrebi, za planiranje promotivnih kampanja. Realizirana je i procjena vrijednosti objavljenih materijala kroz izradu „cost benefit“ analize.

Mediji su javnosti, u 2020. godini, odaslali 1.488 priloga o svim promatranim institucijama, događanjima i osobama, a TZGZ je subjekt u 1.253 medijske objave što znači da je medijska javnost imala priliku informirati se o poslovanju i aktivnostima koje se provode/planiraju u toj instituciji posredovanjem u prosjeku 3,4 priloga svakog dana. U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2020. Turistička zajednica grada Zagreba ostvarila je u promatranim medijima AVE (Advertising Value Estimation) od 17.924.919 kn i pozitivan PR učinak procijenjene vrijednosti 7.104.064 kn.

Najviše priloga objavljeno je putem Interneta – 811; Tisak – 216; Radio – 154; TV – 72

TZGZ je u 2020. ostvarila pozitivan publicitet, sa smanjenjem negativne pojavnosti u odnosu na 2019. godinu – utjecaj na smanjenje PR vrijednosti u odnosu na prošlu godinu uglavnom je vezano općenito uz smanjenje pojavnosti u pojedinim tipovima medija pa su stoga obje prikazane vrijednosti nešto niže u odnosu na prošlu godinu. Valja naglasiti da se radilo o manje od 1% negativnih objava.

Što se inozemnog tiska tiče, u 2020. godini su, o temama od interesa za Turističku zajednicu grada Zagreba promatrani mediji su objavili 69 članaka, ukupne površine 109.426cm<sup>2</sup> i ukupne vrijednosti 21.029.985 kn. Prilozi su objavljeni u 55 novinskih naslova, a promatrani mediji porijeklom su iz 9 zemalja. Najviše članaka objavljeno je u Austriji, Njemačkoj i Nizozemskoj.

### 4. **Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama**

#### 4.1. **Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službena putovanja / kongresni odjel**

TZGZ je član relevantnih međunarodnih strukovnih udruga poput: ECM, ICCA, SITE. S obzirom na situaciju uzrokovanu koronavirusom, sve organizacije održavale su virtualne konferencije i sastanke. Slijedom navedenog, Kongresni odjel sudjelovao je na sljedećim virtualnim događanjima: ICCA Association Meetings Programme (lipanj), ECM Summer School 2.0 (kolovoz) i 59th ICCA Congress (studenj).

#### 4.2. **Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima**

TZGZ je kroz redovite članske aktivnosti nastavila suradnju s međunarodnim organizacijama od važnosti za turizam, promociju i edukaciju. Tako su djelatnici TZGZ-a sudjelovali u najvažnijim godišnjim sastancima organizacije European Cities Marketing: ECM TIC Expert Meeting (virtualno) i City Cards Expert Meeting (virtualno).

Pored navedenog, djelatnici su sudjelovali i na stručnom skupu (konferenciji): City Nation Place Global (virtualno).

#### 4.3. **Članarina strukovnim udrugama**

U 2020. godini izvršene su članske obveze prema sljedećim organizacijama: UNWTO, ECM, ETOA, USTOA, ICCA, SITE, UHPA, UPUHH te prema Udruzi računovođa i financijskih djelatnika.

## **5. Dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala**

Sredstva na stavci koriste se za otkup fotografija, prijevode, lektoriranje, dizajn i pripremu za tisak banneri, brošura, pojedinačnih oglasa i sl.

Tijekom godine organizirano je niz fotografiranja te su otkupljena prava na korištenje fotografija najvažnijih događanja (Advent u Zagrebu, ljetna događanja), te za potrebe kampanje Around Zagreb. Isto tako organizirano je i fotografiranje same destinacije s ciljem osuvremenjivanja postojeće baze fotografija. Otkupljene fotografije su pohranjene u elektronskom formatu i koriste se za potrebe publikacija, ažuriranje web stranice te za potrebe medija, oglašavanja i nastupa na turističkim sajmovima.

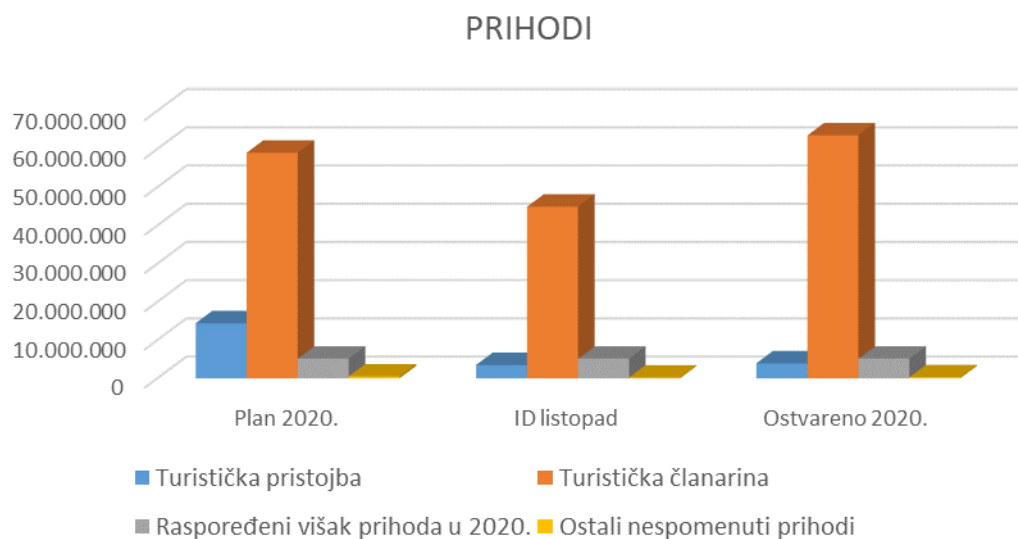
Za potrebe promocije kampanje Around Zagreb osmišljen je i cjelokupni vizualni identitet. Prateći trendove u oglašavanju te poštivajući postojeće vizualne identitete, osvježeni su vizuali kojima se najavljuju događanja kao Festival svjetla Zagreb, Zagreb Summer Tour i Advent Zagreb.

## 2. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

### I. PRIHODI 2020.

RB	Prihodi po vrstama	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.	Indeks	Strukt.
1.	Turistička pristojba	14.400.000	3.500.000	3.934.544	112,42	5,39
2.	Turistička članarina	59.000.000	44.900.975	63.568.394	141,57	87,16
3.	Raspoređeni višak prihoda u 2020.	5.150.000	5.150.000	5.150.000	100,00	7,06
4.	Ostali nespomenuti prihodi	500.000	200.000	276.593	138,30	0,38
	<b>UKUPNO</b>	<b>79.050.000</b>	<b>53.750.975</b>	<b>72.929.531</b>	<b>135,68</b>	<b>100,00</b>

Grafikon 1. Planirani i ostvareni prihodi po vrstama



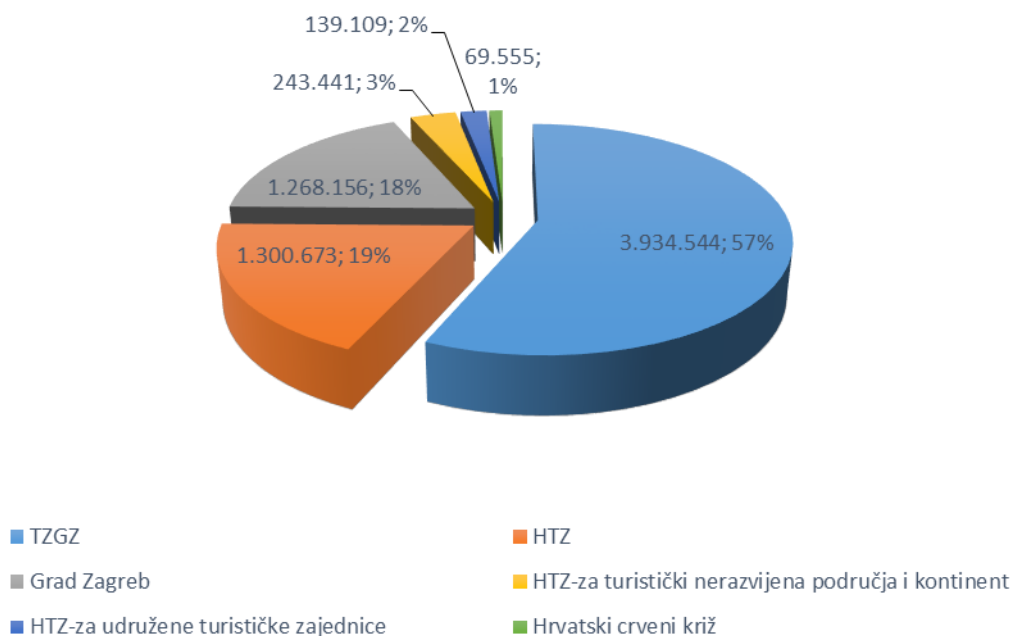
## 1. Turistička pristojba

Prihod od turistička pristojbe za 2020. godinu ostvaren je u iznosu 3.934.544 kuna ili 12,42% viši u odnosu na Izmjene i dopune Programa rada za 2020. godinu, a koji je posebno prilagođavan novonastaloj, neizvjesnoj i nepredvidivoj situaciji uzrokovanoj pandemijom koronavirusa i potresom u Zagrebu. U strukturi ukupnih prihoda, prihodi od turistička pristojbe čine 5,39%. Ukupno raspoređena turistička pristojba za 2020. godinu iznosi 6.955.478 kn.

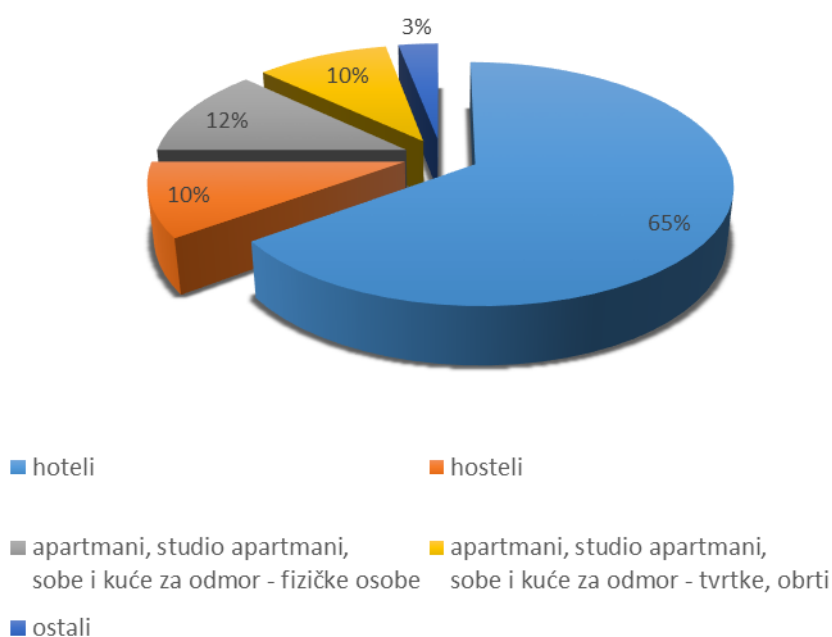
Prema Zakonu o turističkoj pristojbi sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	3.934.544
HTZ	1.300.673
Grad Zagreb (30% od 65% sredstava raspoređenih TZGZ)	1.268.156
HTZ-za turistički nerazvijena područja i kontinent	243.441
HTZ-za udružene turističke zajednice	139.109
Hrvatski crveni križ	69.555
Ukupno:	6.955.478

Grafikon 2. Raspored uplaćene turistička pristojbe



Grafikon 2.a Udio uplata smještajnih objekata u prihodu od turistička pristojbe



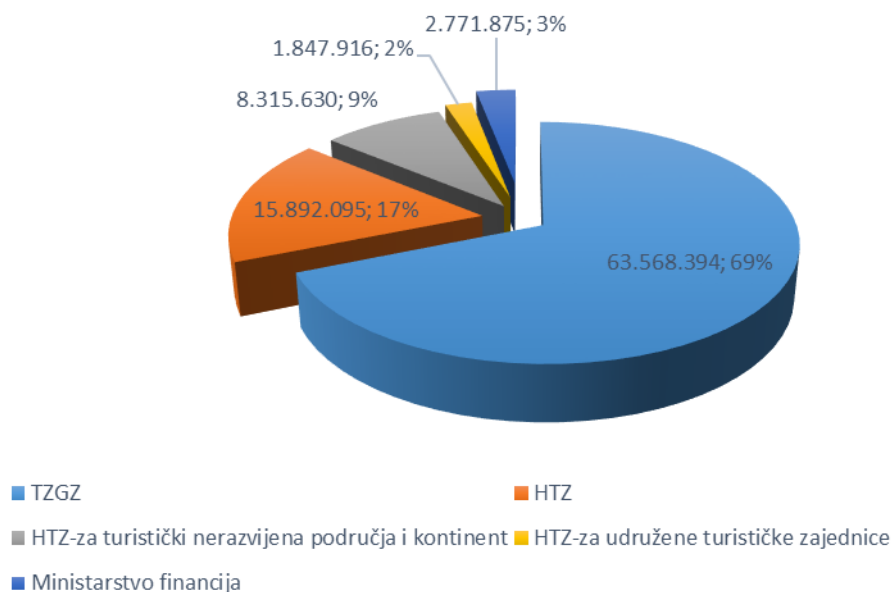
## 2. Turistička članarina

Prihod od turističke članarine iznosi 63.568.394 kn ili 41,57% više u odnosu na Izmjene i dopune Programa rada za 2020. godinu koje su usklađivane s novonastalom neizvjesnom i nepredvidivom situacijom u turizmu uzrokovanu pandemijom. U strukturi ukupnih prihoda, prihod od turističke članarine sudjeluje s 87,16%. Tijekom 2020. godine s osnove članarine raspoređeno je 92.395.911 kn. U odnosu što smo predvidjeli u Izmjenama i dopunama Programa rada za 2020. godinu, prihod od turističke članarine realiziran je u većem iznosu budući da su mjesečni predujmovi uplaćivani na temelju prihoda iz 2019. godine. Očekivalo se revidiranje predujmova i samim time smanjen prihod od članarine – navedeno se nije postupovno ostvarilo. Ostvareni višak prihoda od turističke članarine rezerviran je i ugrađen u Program rada za 2021. godinu, za pokrivanje povrata preplate članarine od strane obveznika koji će po godišnjem obračunu za 2020. godinu zatražiti povrat više uplaćene turističke članarine te za realizaciju zakonom propisanih ciljeva i zadaća TZGZ-a.

Prema Zakonu o turističkoj članarini sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	63.568.394
HTZ	15.892.095
HTZ-za turistički nerazvijena područja i kontinent	8.315.630
HTZ-za udružene turističke zajednice	1.847.916
Ministarstvo financija	2.771.875
Ukupno:	92.395.911

Grafikon 3. Raspored uplaćene turističke članarine

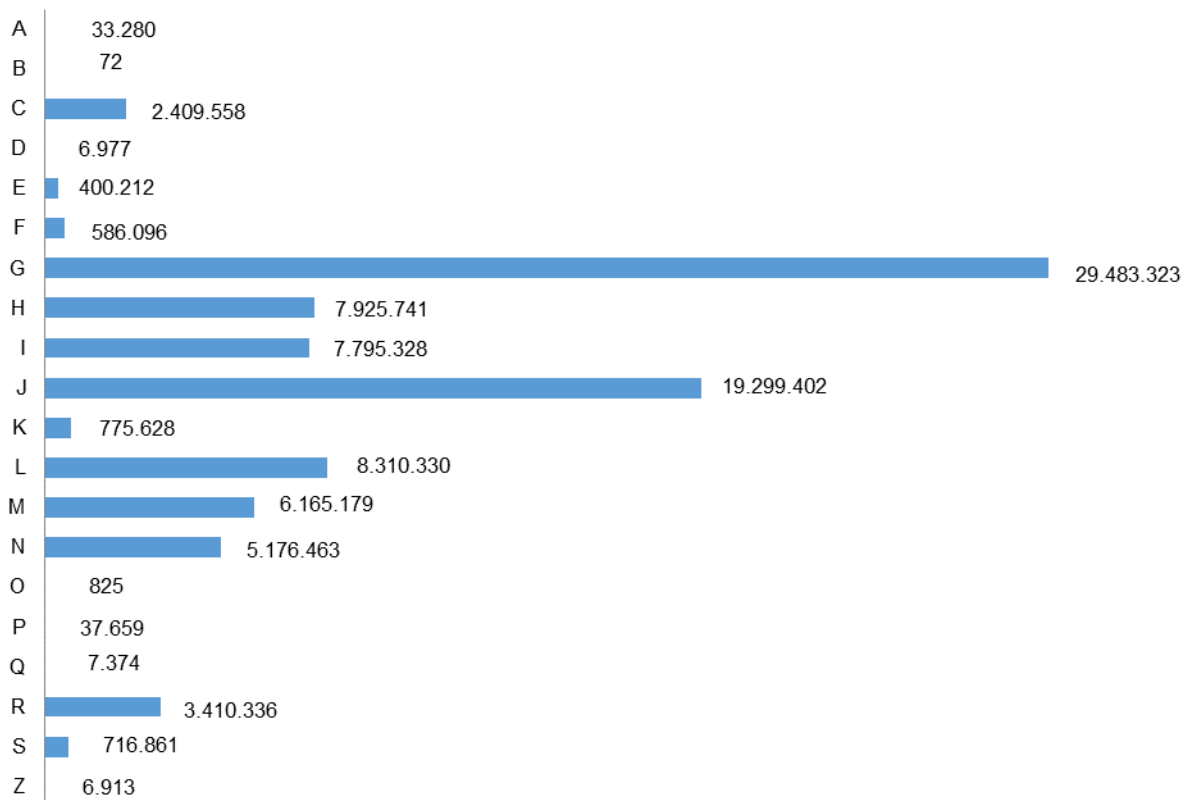


Raspored uplate turističke članarine prema djelatnostima (evidencija TZGZ):

	<b>Djelatnosti prema NKD - 2007.</b>	<b>Uplata 2019</b>	<b>Uplata 2020</b>	<b>Index</b>	<b>Struktura</b>
<b>A</b>	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	51.355	33.280	64,80	0,05
<b>B</b>	Rudarstvo i vađenje	78	72	91,87	0,00
<b>C</b>	Prerađivačka industrija	2.439.306	2.409.558	98,78	2,42
<b>D</b>	Opskrba el. energijom, plinom, parom i klimatizacijom	9.907	6.977	70,42	0,01
<b>E</b>	Opskrba vodom, uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	11.081	400.212	3.611,62	0,01
<b>F</b>	Graditeljstvo	799.537	586.096	73,30	0,79
<b>G</b>	Trgovina na veliko i malo, popravak vozila i motocikala	28.510.221	29.483.323	103,41	28,32
<b>H</b>	Prijevoz i skladištenje	9.099.623	7.925.741	87,10	9,04
<b>I</b>	Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usl. hrane	8.426.483	7.795.328	92,51	8,37
<b>J</b>	Informacije i komunikacije	24.226.943	19.299.402	79,66	24,06
<b>K</b>	Financijska djelatnost i djelatnost osiguranja	609.333	775.628	127,29	0,61
<b>L</b>	Poslovanje nekretninama	7.534.718	8.310.330	110,29	7,48
<b>M</b>	Stručne znanstvene i tehničke djelatnosti	7.947.718	6.165.179	77,57	7,89
<b>N</b>	Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	5.693.724	5.176.463	90,92	5,66
<b>O</b>	Javna uprava obrana, obvezno socijalno osiguranje	0	825		0,00
<b>P</b>	Obrazovanje	50.991	37.659	73,85	0,05
<b>Q</b>	Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	4.653	7.374	158,48	0,00
<b>R</b>	Umjetnost, zabava i rekreacija	4.151.038	3.410.336	82,16	4,12
<b>S</b>	Ostale uslužne djelatnosti	980.859	716.861	73,09	0,97
<b>Z</b>	Nepoznati	136.860	6.913	5,05	0,14

Prema evidenciji TZGZ u 2020. godini 28.350 obveznika uplaćuje turističku članarinu, od čega su 18.529 pravne osobe, a 9.821 fizičke osobe. U 2019. godini 27.586 obveznika je uplaćivalo turističku članarinu.

Grafikon 4. Raspored uplate turističke članarine po djelatnostima



### 3. Ostali prihodi

- Prihod od sponzorstva	50.000 kuna
- Prihodi od prodaje imovine (automobili)	133.585 kuna
- Ostali prihodi (refundacija, kamata, naknade., teč. raz,...)	93.008 kuna
<b>Ostali prihodi ukupno:</b>	<b>276.593 kuna</b>

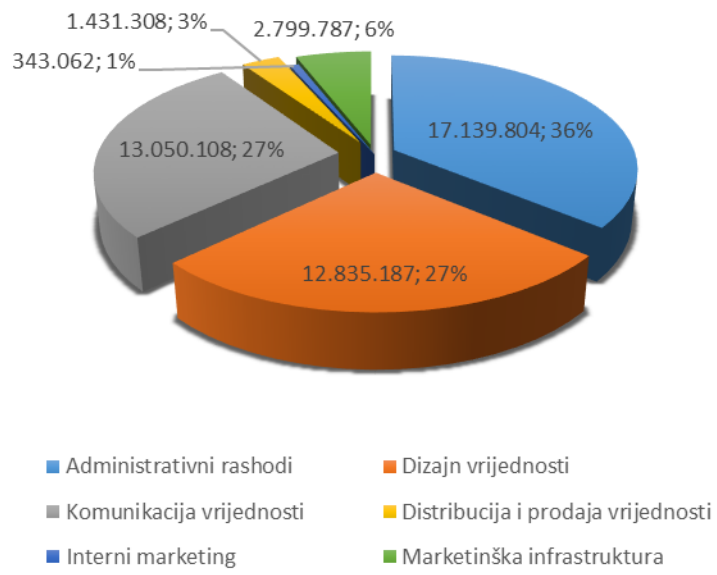
4. Višak prihoda raspoređen iz prethodne godine je u iznosu od 5.150.000 kn.

## II. RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.	Indeks	Struktura
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>					
1.	Rashodi za radnike					
1.1.	Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika	11.000.000	11.000.000	9.591.133	87,19	20,15
1.2.	Izdaci za prijevoz na posao	290.000	270.000	247.094	91,52	0,52
1.3.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu)	150.000	150.000	73.216	48,81	0,15
2.	Rashodi ureda	3.973.400	3.880.000	3.501.691	90,25	7,36
3.	Rashodi - TIC-evi	4.600.000	4.179.000	3.469.116	83,01	7,29
4.	Rashodi za rad tijela: naknade TV	385.000	264.000	257.554	97,56	0,54
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>20.398.400</b>	<b>19.743.000</b>	<b>17.139.804</b>	<b>86,81</b>	<b>36,01</b>
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>					
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	200.000	200.000	200.270	100,14	0,42
2.	Potpora događanjima	11.390.500	7.641.231	6.221.544	81,42	13,07
3.	Potpora razvoju DMO - a	7.800.500	3.622.854	3.446.809	95,14	7,24
4.	Potpora DMK - a (touroperatori, aviokompanije)	1.940.000	1.635.000	1.458.053	89,18	3,06
5.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti /kongresni odjel	835.000	607.108	417.166	68,71	0,88
6.	Maketa grada Zagreba	15.000	15.000		0,00	0,00
7.	Kulturni turizam					
7.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja i susreti s partnerima	20.000	5.000		0,00	0,00
7.2.	Posebni projekti i prezentacije	100.000	20.000	20.000	100,00	0,04
7.2.1.	Festival Hrvatske glazbe u Beču - KIC	70.000	70.000	55.050	78,64	0,12
	Ukupno 7.	190.000	95.000	75.050	79,00	0,16
8.	Zdravstveni turizam	900.000	233.141	98.466	42,23	0,21
9.	Ured direktora - potpore projektima	300.000	250.000	154.669	61,87	0,32
10.	Marketinški projekti, financijske potpore i poslovne suradnje	1.647.000	809.445	763.159	94,28	1,60
	<b>Ukupno II.</b>	<b>25.218.000</b>	<b>15.108.779</b>	<b>12.835.187</b>	<b>84,95</b>	<b>26,97</b>
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>					
1.	Online komunikacija					
1.1.	Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije	6.800.000	4.600.000	4.188.362	91,05	8,80
1.2.	Newsletter TZGZ	160.000	100.000	89.247	89,25	0,19
1.3.	Razvoj i upravljanje internet stranicama	760.000	770.000	756.644	98,27	1,59
2.	Offline komunikacije					
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	3.310.000	2.089.122	1.587.067	75,97	3,33
2.2.	Promotivne kampanje s partnerima	6.955.000	4.030.000	4.030.000	100,00	8,47
2.3.	Promotivni pano i displeji	200.000	50.000	58.060	116,12	0,12
2.4.	Opće oglašavanje					
2.4.1.	Oglašavanje u tisku	616.600	949.500	863.002	90,89	1,81
2.4.2.	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni odjel	123.000	100.000	36.093	36,09	0,08
2.4.3.	TV oglašavanje	700.000	500.000	500.000	100,00	1,05
2.5.	Brošure i tiskani materijali	2.047.000	557.832	521.353	93,46	1,10
2.6.	Suvenir i promo materijali	1.605.000	377.601	308.376	81,67	0,65

2.7.	Zagreb Card	100.000	43.000	42.984	99,96	0,09
3.	Smeđa signalizacija i info table	120.000	60.000	36.338	60,56	0,08
4.	Nagrade i priznanja (nagradna putovanja, priznanja i festivalske prijave)	65.000	30.000	32.584	108,61	0,07
	<b>Ukupno III.</b>	<b>23.561.600</b>	<b>14.257.055</b>	<b>13.050.108</b>	<b>91,53</b>	<b>27,42</b>
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>					
1.	Sajmovi					
1.1.	Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ - om	1.948.000	696.141	663.977	95,38	1,39
1.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	490.000	55.000	52.636	95,70	0,11
2.	Posebne prezentacije - radionice					0,00
2.1.	Posebne prezentacije - radionice	700.000	180.000	147.220	81,79	0,31
2.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni odjel	490.000	350.000	405.343	115,81	0,85
2.3.	EXPO 2020 Dubai	1.000.000				0,00
3.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	300.000	100.000	37.243	37,24	0,08
4.	Studijska putovanja agenata	380.000	40.000	9.771	24,43	0,02
5.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni odjel	300.000	100.000	59.605	59,61	0,13
6.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organ.	350.000	70.000	55.513	79,30	0,12
	<b>Ukupno IV.</b>	<b>5.958.000</b>	<b>1.591.141</b>	<b>1.431.308</b>	<b>89,95</b>	<b>3,01</b>
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>					
1.	Edukacija					
1.1.	Obuka osoblja	100.000	70.000	51.771	73,96	0,11
1.2.	Seminari klubova konkurentnosti i marketinga					
1.2.1.	Sastanci i okupljanja s predstavnicima turističke industrije/partnerima i edukativni seminari	200.000	70.000	51.291	73,27	0,11
1.2.2.	Studijska putovanja TU TZGZ	250.000				
1.3.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	290.000	240.000	240.000	100,00	0,50
	<b>Ukupno V.</b>	<b>840.000</b>	<b>380.000</b>	<b>343.062</b>	<b>90,28</b>	<b>0,72</b>
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>					
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	600.000	930.000	1.016.658	109,32	2,14
2.	Istraživanje tržišta	700.000	450.000	437.500	97,22	0,92
3.	Formiranje baze podataka	120.000	100.000	85.571	85,57	0,18
4.	Suradnja s domaćim i međ. institucijama					0,00
4.1.	Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službeno putovanje. / kongresni odjel	80.000	30.000	18.178	60,59	0,04
4.2.	Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima	150.000	40.000	17.706	44,26	0,04
4.3.	Članarine u strukovnim udrugama	124.000	121.000	118.868	98,24	0,25
5.	Dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala	1.300.000	1.000.000	1.105.307	110,53	2,32
	<b>Ukupno VI.</b>	<b>3.074.000</b>	<b>2.671.000</b>	<b>2.799.787</b>	<b>104,82</b>	<b>5,88</b>
	<b>UKUPNO:</b>	<b>79.050.000</b>	<b>53.750.975</b>	<b>47.599.256</b>	<b>88,56</b>	<b>100,00</b>

Grafikon 6. Struktura rashoda



### III. REKAPITULACIJA

UKUPNI PRIHODI 2020.	67.779.530,81 kuna
UKUPNI RASHODI 2020.	<u>47.599.255,88 kuna</u>
RAZLIKA	20.180.274,93 kuna

Višak prihoda nad rashodima tekuće 2020. godine ukupno iznosi 20.180.274,93 kuna zbog nemogućnosti provedbe svih aktivnosti u turizmu, a što je uzrokovano neizvjesnom i nepredvidivom situacijom uzrokovanom pandemijom koronavirusa i potresom u Zagrebu. Razlika između ovdje navedenih ukupnih prihoda i ukupnih prihoda 2020. godine (tablica I. Prihodi 2020. str.27.) je u unesenom dijelu viška prihoda iz 2019. godine u iznosu od 5.150.000 kn.

# PRILOG 1. STATISTIKA NOĆENJA I DOLAZAKA TURISTA

## DOLASCI I NOĆENJA PREMA EVIDENCIJI TZGZ

TZG ZAGREB									
	Zemlja	I - XII 2020			I - XII 2019			indeks dolasci	2020/19 noćenja
		dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja		
1.	Albanija	1.629	3.376	0,418	4.584	8.018	0,301	36	42
2.	Argentina	1.214	5.726	0,709	9.262	18.189	0,683	13	31
3.	Australija	1.306	6.384	0,791	30.599	64.969	2,439	4	10
4.	Austrija	8.785	17.866	2,213	36.921	61.510	2,310	24	29
5.	Belgija	3.665	7.836	0,971	14.747	29.545	1,109	25	27
6.	Bjelorusija	172	622	0,077	1.079	2.113	0,079	16	29
7.	Bosna i Hercegovina	16.121	38.587	4,780	49.110	92.563	3,475	33	42
8.	Brazil	1.859	7.156	0,886	15.003	29.477	1,107	12	24
9.	Bugarska	5.626	8.902	1,103	30.242	43.095	1,618	19	21
10.	Cipar	174	448	0,055	961	2.383	0,089	18	19
11.	Crna Gora	1.802	3.995	0,495	6.019	13.087	0,491	30	31
12.	Češka	5.090	8.332	1,032	12.088	21.534	0,809	42	39
13.	Čile	436	1.249	0,155	2.588	5.180	0,194	17	24
14.	Danska	1.452	3.116	0,386	6.964	15.141	0,568	21	21
15.	Estonija	357	795	0,098	1.437	3.646	0,137	25	22
16.	Finska	687	2.533	0,314	3.924	10.299	0,387	18	25
17.	Francuska	9.662	23.717	2,938	33.321	66.466	2,496	29	36
18.	Grčka	1.962	4.393	0,544	12.409	21.955	0,824	16	20
19.	Hong Kong, Kina	574	1.425	0,177	13.678	16.032	0,602	4	9
20.	Indija	913	4.808	0,596	16.396	33.015	1,240	6	15
21.	Indonezija	406	873	0,108	4.052	5.490	0,206	10	16
22.	Irska	891	2.529	0,313	4.515	10.743	0,403	20	24
23.	Island	78	192	0,024	1.039	3.186	0,120	8	6
24.	Italija	18.201	52.383	6,489	66.569	132.649	4,981	27	39
25.	Izrael	2.252	7.021	0,870	13.531	28.616	1,074	17	25
26.	Japan	1.783	3.466	0,429	29.850	45.159	1,696	6	8
27.	Jordan	45	109	0,014	400	929	0,035	11	12
28.	Južnoafrička Republika	167	568	0,070	2.725	5.062	0,190	6	11
29.	Kanada	1.294	5.460	0,676	32.027	62.943	2,363	4	9
30.	Katar	1.424	1.895	0,235	6.551	7.831	0,294	22	24
31.	Kazahstan	97	207	0,026	410	1.053	0,040	24	20
32.	Kina	2.283	7.696	0,953	60.127	88.178	3,311	4	9
33.	Koreja, Republika	5.453	8.322	1,031	94.267	119.253	4,478	6	7
34.	Kosovo	1.942	4.035	0,500	4.416	8.453	0,317	44	48
35.	Kuvajt	46	177	0,022	967	2.190	0,082	5	8
36.	Letonija	379	823	0,102	2.084	3.874	0,145	18	21
37.	Lihtenštajn	8	19	0,002	72	127	0,005	11	15
38.	Litva	492	1.238	0,153	2.786	5.406	0,203	18	23
39.	Luksemburg	337	664	0,082	880	1.631	0,061	38	41
40.	Mađarska	4.318	9.024	1,118	20.262	33.421	1,255	21	27
41.	Makao, Kina	3	4	0,000	96	128	0,005	3	3
42.	Makedonija	2.884	5.975	0,740	10.740	21.418	0,804	27	28
43.	Malta	164	555	0,069	594	1.892	0,071	28	29
44.	Maroko	159	452	0,056	779	1.927	0,072	20	23
45.	Meksiko	435	1.799	0,223	4.028	7.737	0,291	11	23
46.	Nizozemska	4.246	9.347	1,158	22.998	44.880	1,685	18	21
47.	Norveška	613	1.566	0,194	4.546	10.016	0,376	13	16
48.	Novi Zeland	204	643	0,080	4.957	9.097	0,342	4	7
49.	Njemačka	23.752	51.379	6,365	73.659	141.331	5,307	32	36
50.	Oman	17	21	0,003	308	748	0,028	6	3
51.	Ostale afričke zemlje	705	4.034	0,500	3.658	13.391	0,503	19	30
52.	Ostale azijske zemlje	3.057	9.275	1,149	38.244	61.974	2,327	8	15
53.	Ostale europske zemlje	287	764	0,095	1.420	3.814	0,143	20	20
54.	Ost.zem.Juž.i Sred.Am.	1.269	5.998	0,743	7.463	14.807	0,556	17	41
55.	Ostale zemlje Oceanije	45	181	0,022	121	338	0,013	37	54
56.	Ostale zemlje Sjv.Am.	70	173	0,021	627	1.246	0,047	11	14

57.	Poljska	12.392	18.224	2,257	27.502	42.160	1,583	45	43
58.	Portugal	1.128	3.220	0,399	12.159	22.623	0,849	9	14
59.	Rumunjska	6.049	13.102	1,623	17.966	34.327	1,289	34	38
60.	Rusija	3.569	10.646	1,319	12.581	27.825	1,045	28	38
61.	SAD	10.487	44.720	5,540	82.972	180.121	6,763	13	25
62.	Slovačka	2.037	3.738	0,463	9.416	16.954	0,637	22	22
63.	Slovenija	8.206	16.322	2,022	30.634	50.623	1,901	27	32
64.	Srbija	12.755	27.944	3,462	38.223	73.009	2,741	33	38
65.	Španjolska	3.462	10.143	1,256	41.631	79.272	2,976	8	13
66.	Švedska	2.616	6.098	0,755	9.023	19.282	0,724	29	32
67.	Švicarska	4.606	9.659	1,197	18.210	35.402	1,329	25	27
68.	Tajland	325	714	0,088	5.998	7.620	0,286	5	9
69.	Tajvan, Kina	1.412	1.608	0,199	25.248	27.112	1,018	6	6
70.	Tunis	69	176	0,022	343	789	0,030	20	22
71.	Turska	2.399	6.026	0,746	10.361	18.415	0,691	23	33
72.	Ujedinjena Kraljevina	6.900	19.971	2,474	35.237	80.943	3,039	20	25
73.	Ujedinjeni Ar. Emirati	508	1.317	0,163	6.717	11.227	0,422	8	12
74.	Ukrajina	6.176	11.487	1,423	9.653	18.411	0,691	64	62
	<b>Strani turisti</b>	<b>228.388</b>	<b>555.248</b>	<b>68,78</b>	<b>1.216.974</b>	<b>2.205.270</b>	<b>82,801</b>	<b>19</b>	<b>25</b>
	<b>Domaći turisti</b>	<b>116.426</b>	<b>252.022</b>	<b>31,22</b>	<b>244.771</b>	<b>458.067</b>	<b>17,199</b>	<b>48</b>	<b>55</b>
	<b>UKUPNO</b>	<b>344.814</b>	<b>807.270</b>	<b>100,00</b>	<b>1.461.745</b>	<b>2.663.337</b>	<b>100,000</b>	<b>24</b>	<b>30</b>

#### PREGLED TRŽIŠTA S NAJVIŠE OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA

	Zemlja	dolasci
1	Njemačka	23.752
2	Italija	18.201
3	Bosna i Hercegovina	16.121
4	Srbija	12.755
5	Poljska	12.392
6	SAD	10.487
7	Francuska	9.662
8	Austrija	8.785
9	Slovenija	8.206
10	Ujedinjena Kraljevina	6.900

	Zemlja	noćenja
1	Italija	52.383
2	Njemačka	51.379
3	SAD	44.720
4	Bosna i Hercegovina	38.587
5	Srbija	27.944
6	Francuska	23.717
7	Ujedinjena Kraljevina	19.971
8	Poljska	18.224
9	Austrija	17.866
10	Slovenija	16.322

	Zemlja	dolasci 2020	dolasci 2019	index '20/'19
1	Njemačka	23.752	73.659	32
2	Italija	18.201	66.569	27
3	Bosna i Hercegovina	16.121	49.110	33
4	Srbija	12.755	38.223	33
5	Poljska	12.392	27.502	45
6	SAD	10.487	82.972	13
7	Francuska	9.662	33.321	29
8	Austrija	8.785	36.921	24
9	Slovenija	8.206	30.634	27
10	Ujedinjena Kraljevina	6.900	35.237	20

	Zemlja	noćenja 2020	noćenja 2019	index '20/'19	prosj. ostanak dana 2020.g.
1	Italija	52.383	132.649	39	2,88
2	Njemačka	51.379	141.331	36	2,16
3	SAD	44.720	180.121	25	4,26
4	Bosna i Hercegovina	38.587	92.563	42	2,39
5	Srbija	27.944	73.009	38	2,19
6	Francuska	23.717	66.466	36	2,45
7	Ujedinjena Kraljevina	19.971	80.943	25	2,89
8	Poljska	18.224	42.160	43	1,47
9	Austrija	17.866	61.510	29	2,03
10	Slovenija	16.322	50.623	32	1,99

**PRILOG 2. RASHODI UREDA**

RB	Rashodi ureda	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.	Indeks	Strukt.
1.	Potrošni materijal	80.000	55.000	42.472	77,22	1,21
2.	Materijal za održavanje čistoće	13.000	8.000	7.268	90,85	0,21
3.	Uredski materijal	80.000	55.000	46.746	84,99	1,33
4.	Potrošnja električne energije i plina	100.000	85.000	76.214	89,66	2,18
5.	Utrošak benzina	30.000	17.000	18.525	108,97	0,53
6.	Izdaci za sitan inventar	35.000	40.000	26.735	66,84	0,76
7.	Trošak telefona i telefaksa	210.000	210.000	208.783	99,42	5,96
8.	Trošak poštarine	70.000	60.000	35.833	59,72	1,02
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	400.000	450.000	472.703	105,05	13,50
10.	Usluge čišćenja	220.000	220.000	215.425	97,92	6,15
11.	Usluge najma poslovnog prostora	920.000	960.000	872.214	90,86	24,91
12.	Ostale komunalne usluge	30.000	30.000	30.382	101,27	0,87
13.	Odvjetničke i revizorske usluge i usluge savjetovanja	100.000	200.000	180.412	90,21	5,15
14.	Grafičke usluge	10.000	5.000	1.675	33,50	0,05
15.	Ostale usluge	180.000	150.000	166.837	111,22	4,76
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	10.000				0,00
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	20.000				0,00
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000				0,00
19.	Trošak reprezentacije	180.000	160.000	125.842	78,65	3,59
20.	Premije osiguranja	70.000	60.000	50.409	84,01	1,44
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	65.000	58.262	89,63	1,66
22.	Stručna literatura i tisak	70.000	65.000	59.185	91,05	1,69
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	500.000	765.000	628.446	82,15	17,95
24.	Ostali troškovi poslovanja	75.000	75.000	50.131	66,84	1,43
25.	Neplanirani rashodi	4.400	5.000	0	0,00	0,00
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>3.473.400</b>	<b>3.740.000</b>	<b>3.374.498</b>	<b>90,23</b>	<b>96,37</b>
II.	Poslovni prostor, adaptacija	500.000	140.000	127.193	90,85	3,63
	<b>UKUPNO RASHODI UREDA</b>	<b>3.973.400</b>	<b>3.880.000</b>	<b>3.501.691</b>	<b>90,25</b>	<b>100,00</b>

**PRILOG 3. TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTRI****TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA**

RB	Opis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Usluge student servisa	80.000	8.000	7.121
2.	Usluge najma	110.000	54.000	53.519
3.	Radna odjeća	10.000	7.000	3.918
4.	Potrošnja električne energije i plina	50.000	30.000	19.449
5.	Usluge održavanja	20.000	25.000	23.400
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	10.000	20.000	16.633
7.	Komunalne usluge	20.000	16.000	16.276
8.	Uređenje prostora	15.000	15.000	14.375
9.	Troškovi reprezentacije	15.000	8.000	7.017
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	6.000	6.000	5.425
11.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	8.000	3.814
	<b>Ukupno:</b>	<b>341.000</b>	<b>197.000</b>	<b>170.947</b>

**TIC - ZRAČNA LUKA**

RB	Opis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Usluge student servisa	100.000	17.000	16.878
2.	Usluge najma	20.000	20.000	
3.	Radna odjeća	5.000	4.000	2.369
4.	Potrošnja električne energije i plina	10.000	10.000	
5.	Troškovi telefona i internet		6.000	5.870
6.	Usluge održavanja	4.000	4.000	
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	7.000	5.000	1.913
8.	Komunalne usluge	4.000	4.000	
9.	Uređenje prostora	5.000	1.000	1.250
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	6.000	6.000	5.814
11.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000	2.000	138
	<b>Ukupno:</b>	<b>163.000</b>	<b>79.000</b>	<b>34.231</b>

**TIC - GLAVNI KOLODVOR**

RB	Opis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Usluge student servisa	60.000	9.000	8.889
2.	Usluge najma	75.000	51.000	50.558
3.	Radna odjeća	5.000	3.000	491
4.	Uređenje prostora	2.000	1.000	488
5.	Literatura (glasila, časopisi..)	6.000	4.000	3.829
6.	Komunalne usluge	3.000	2.000	1.062
7.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	2.000	31
	<b>Ukupno:</b>	<b>154.000</b>	<b>72.000</b>	<b>65.347</b>

**TIC - AUTOBUSNI KOLODVOR**

RB	Opis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Usluge student servisa	40.000	4.000	3.935
2.	Usluge najma	110.000	110.000	106.500
3.	Usluge najma reklamnog prostora	30.000	27.000	26.847
4.	Radna odjeća	5.000	3.000	529
5.	Potrošnja el. energije i plina	17.000	15.000	11.167
6.	Usluge održavanja	40.000	40.000	36.556
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000	5.000	1.302
8.	Komunalne usluge	9.000	8.000	7.697
9.	Uređenje prostora	5.000	1.000	488
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	6.000	6.000	4.916
11.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	3.000	1.041
	<b>Ukupno:</b>	<b>272.000</b>	<b>222.000</b>	<b>200.977</b>

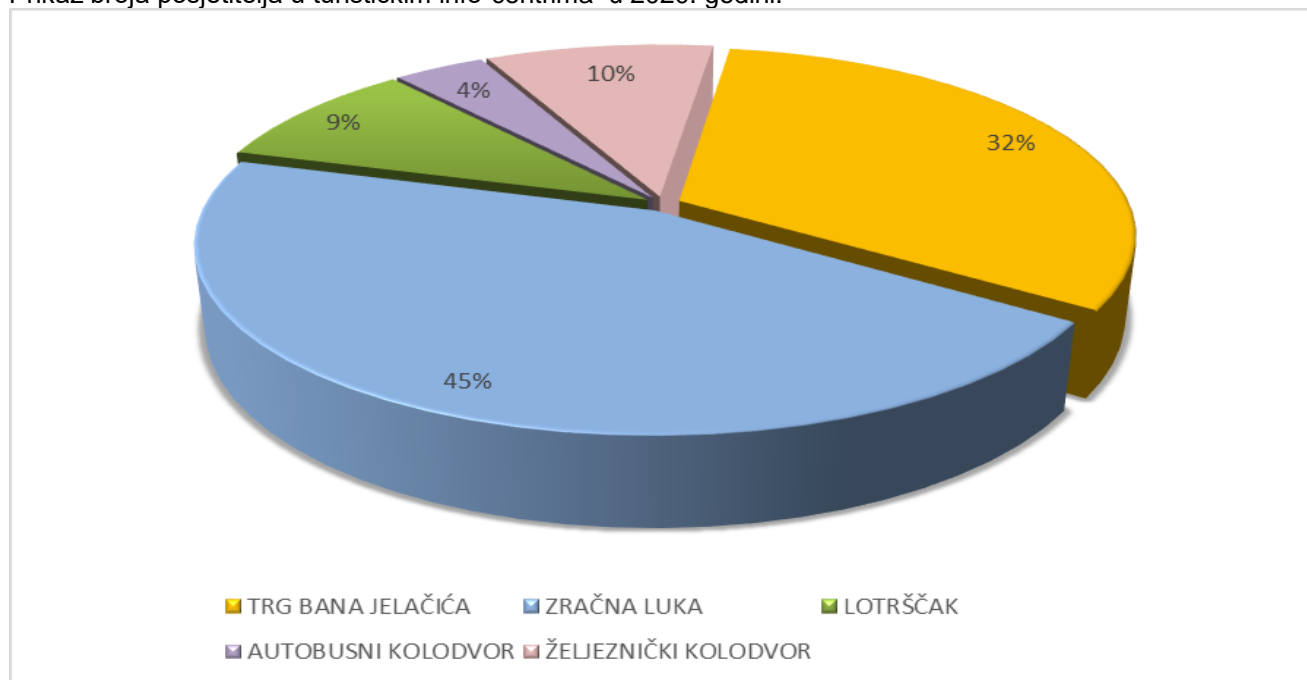
**TIC – LOTRŠČAK**

RB	Opis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Usluge student servisa	50.000	8.000	7.153
2.	Usluge najma	60.000	50.000	50.000
3.	Radna odjeća	5.000	3.000	1.184
4.	Tekuće i investicijskog održavanje	3.000	2.000	1.050
5.	Uređenje prostora	3.000	1.000	488
6.	Literatura (glasila, časopisi..)	6.000	3.000	2.584
7.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	2.000	
	<b>Ukupno:</b>	<b>130.000</b>	<b>69.000</b>	<b>62.458</b>

**PRIKAZ STATISTIKE BROJA POSJETITELJA U TURISTIČKO-INFORMATIVNIM CENTRIMA**

T I C	POSJETITELJI UKUPNO	STRUKTURA
TRG BANA JELAČIĆA	28.176	32,01
ZRAČNA LUKA	39.844	45,26
LOTRŠČAK	8.153	9,26
AUTOBUSNI KOLODVOR	3.384	3,84
ŽELJEZNIČKI KOLODVOR	8.474	9,63
<b>U K U P N O:</b>	<b>88.031</b>	<b>100,00</b>

Priказ broja posjetitelja u turističkim info-centrima u 2020. godini.



MJESEC	Trg bana J.Jelačića		Zračna luka F.T.		Željeznički kolodvor		Autobusni kolodvor		Kula Lotrščak	
	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.
Siječanj	5.188	940	3.695	9.807	1.252	474	217	369	308	1.067
Veljača	5.183	746	3.312	8.073	807	316	195	470	542	1.063
Ožujak	2.698	220	1.228	3.250	575	175	97	141	223	345
Travanj	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Svibanj	642	27	50	18	0	0	39	21	0	0
Lipanj	1.321	201	132	98	0	0	107	60	144	176
Srpanj	1.431	708	604	928	335	189	206	314	192	694
Kolovoz	1.293	793	784	1.766	1.021	451	108	296	372	1.013
Rujan	1.831	405	905	2.135	685	204	98	190	243	538
Listopad	1.447	235	610	1.297	554	207	107	133	187	380
Studeni	1.549	203	265	440	472	158	68	51	188	236
Prosinac	1.007	108	223	224	457	142	63	34	154	88
<b>UKUPNO</b>	<b>23.590</b>	<b>4.586</b>	<b>11.808</b>	<b>28.036</b>	<b>6.158</b>	<b>2.316</b>	<b>1.305</b>	<b>2.079</b>	<b>2.553</b>	<b>5.600</b>
<b>Sveukupno</b>	<b>28.176</b>		<b>39.844</b>		<b>8.474</b>		<b>3.384</b>		<b>8.153</b>	
Ukupno domaćih posjetitelja:			45.414							
Ukupno stranih posjetitelja:			42.617							
<b>SVEUKUPNO POSJETITELJA: 88.031</b>										

**PRILOG 4. POTPORA DOGAĐANJIMA**

RB	Potpore projektima	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Zagreb Truffle Garden - Truffle Garden d.o.o. / kroz godinu		10.000	5.000	4.000
2.	Obilazak grada putevima Augusta Šenoae "Vazda moj Zagreb" - udruga Svi naši Šenoae / kroz godinu		10.000	10.000	10.000
3.	Secret Zagreb - obrt Kazivačica / kroz godinu		20.000	10.000	10.000
4.	Razgled zgrade Hrvatskoga glazbenog zavoda u Zagrebu - Hrvatski glazbeni zavod / kroz godinu		9.000		
5.	Glazbene šetnje Zagrebom - Hrvatski glazbeni zavod		10.000	10.000	10.000
6.	Invisible Zagreb - Brodoto udruga / kroz godinu		10.000	10.000	10.000
7.	Interaktivna tura Šetnja s kolumbinama - Kolumba-tours d.o.o. / kroz godinu		10.000	5.000	5.000
8.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike Tours Zagreb j.d.o.o. / kroz godinu		10.000	5.000	5.000
9.	Muzej realnosti - UNICEF ured za Hrvatsku		30.000		
10.	Zelene oaze grada Zagreba - Bikini Scooters d.o.o. / ožujak - studeni		10.000	5.000	5.000
11.	Segway City Tour Zagreb - Zelena potkova j.d.o.o. / ožujak - studeni		10.000	5.000	5.000
12.	Neznane junakinje - Omnes artes d.o.o. / travanj - lipanj		10.000		
13.	Zagreb auto show - Zagrebački velesajam d.o.o. / travanj		30.000		
14.	3. Zagreb Harley-Davidson Rally - udruga vlasnika Harleya, ogranak Pleter		20.000		
15.	Design week Zagreb - Scuderia d.o.o. / rujan	30.000	50.000	30.000	30.000
16.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj		50.000		
17.	Turističko panoramsko razgledanje grada - Zagrebački električni tramvaj d.o.o. / lipanj - rujan		10.000		
18.	Tjedan nacionalnih manjina grada Zagreba - Koordinacija vijeća i predstavnika nacionalnih manjina Grada Zagreba / lipanj		10.000	5.000	5.000
19.	Plac mljac, Ljeto na Trešnjevačkom placu - G.A.D. Produkcija d.o.o. / lipanj - srpanj		60.000		
20.	35. Zagrebački Oldtimer rally - Oldtimer klub Zagreb / lipanj		10.000		
21.	Karibu coffee fest - 365 Coffee d.o.o. - Karibu Kaaawa / lipanj		10.000		
22.	Ljeto u Tehničkom - Scuderia d.o.o. / lipanj - rujan		30.000	15.000	15.000
23.	ZGodionica - Udruga Legende Zagreb / kolovoz		30.000		
24.	Gentlemen's fair Zagreb - Ponedjeljak d.o.o. / rujan		20.000		
25.	Booksa u parku - Udruga za promicanje kultura Kulturtreger			5.000	5.000
26.	Projekt Briga o gostu s posebnim potrebama - Centar za odgoj i obrazovanje			5.000	5.000
27.	Triptih, art projekt - udruga Preuredi moju pumpu			40.000	8.456
28.	NEPLANIRANO		50.000	10.000	
	<b>UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA</b>	<b>30.000</b>	<b>529.000</b>	<b>175.000</b>	<b>132.456</b>

RB	Eno i gastro	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 31.12.20.
1.	Mali piknik - Udruga Mali plac / kolovoz		20.000	30.000	30.000
2.	Vinart Grand Tasting - Vinart d.o.o. / veljača - ožujak	10.000	10.000	10.000	10.000
3.	Le park: Grič - Udruga Mali plac		20.000	20.000	20.000
4.	Baš Naš' gourmet and music festival - FHR d.o.o.		20.000		
5.	NEPLANIRANO		20.000	10.000	
	<b>UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO</b>	<b>10.000</b>	<b>90.000</b>	<b>70.000</b>	<b>60.000</b>

RB	Sport	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	29. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad		50.000		
2.	Svjetski kup juniorke floret pojedinačno i ekipno - Hrvatski mačevalački savez /siječanj		10.000	10.000	10.000
3.	Europski kadetski judo kup - Zagrebački judo savez / ožujak		20.000		
4.	Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj		10.000	7.000	
5.	12. Paraswimming Zagreb Open - Plivački klub Natator		10.000		
6.	International Dance Open - udruga Bambi kids / listopad - studeni		40.000	20.000	20.000
7.	Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj		10.000		
8.	V. Hrvatske svjetske igre - Hrvatski svjetski kongres / srpanj		100.000		
9.	Prvenstvo jugoistočne Europe i 20. Zagreb open u orijentacijskom trčanju - Orijentacijski klub Vihor / kolovoz		20.000		
10.	Božićni Jastreb Open - Kup Veleposlanika Republike Koreje, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastreb / prosinac		10.000	5.000	
11.	28. memorijal Antuna Tove Stipančića - Stolnoteniski savez Zagreba / studeni		10.000		
12.	Zagrebački noćni cener, utrka - Udruga Aktivan život / studeni		10.000	10.000	
13.	Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac		25.000	25.000	
14.	SMA CroatiaRun - Društvo distrofičara Zagreb / svibanj		9.000		
15.	Zagreb Open Grand Prix - Savez hrvatskih športova Grada Zagreba / lipanj		20.000	10.000	10.000
16.	Malonogometni turnir Kutija šibica - Ustanova Upravljanje sportskim objektima / studeni - prosinac		10.000		
17.	Aquabike championship - Hrvatski jet ski savez / lipanj	15.000		15.000	15.000
18.	NEPLANIRANO		50.000	33.000	
	<b>UKUPNO SPORT</b>	<b>15.000</b>	<b>414.000</b>	<b>135.000</b>	<b>55.000</b>

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	NK Dinamo		462.500	323.750	323.750
2.	RK Zagreb		500.000	350.000	175.000
3.	VK Mladost		480.000	336.000	
4.	KK Cibona		480.000	336.000	286.000
5.	Sandra Perković promotion d.o.o.		50.000	35.000	
6.	I.A.A.F. - Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting – Atletski klub Dinamo Zrinjevac / rujan		1.000.000	600.000	600.000
7.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni		70.000	70.000	70.000
8.	Zagreb Children Trophy i FIS Zagreb Open - Zagrebački skijaški savez / siječanj - veljača		10.000		
9.	Lisinski pleše pod maskama – KD Vatroslava Lisinskog / veljača		20.000	30.000	30.000
10.	44. Ina Delta Rally - Auto Klub INA Delta Zagreb / rujan		30.000	30.000	30.000
11.	Dani satire Fadila Hadžića - Satiričko kazalište Kerempuh / rujan		50.000	70.000	70.000
12.	Časopis Hrvatski glasnik - Hrvatsko građansko Društvo Crne Gore		20.000	20.000	20.000
13.	Miss Universe - Media produkcija d.o.o. / ožujak	20.000	20.000	20.000	20.000
14.	Lađarska utrka Grada Zagreba Jarun - udruga Sveti Ilija Metković / lipanj		40.000	30.000	30.000
15.	Miss Sporta - Iridam Mrvec j.d.o.o. / srpanj	20.000	20.000	20.000	20.000
16.	Modna revija Zlatna igla Zagreba - Udruženje obrtnika grada Zagreba / rujan		40.000		
17.	Obnova Zagreba, film - Oluja film j.d.o.o.			121.250	121.250
18.	Neraspoređeno		300.000	50.000	
	<b>UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM</b>	<b>40.000</b>	<b>3.592.500</b>	<b>2.442.000</b>	<b>1.796.000</b>

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis	ID listopad	Odluka TV	Ostvareno 2020.
1.	Advent na Zrinjevcu - Katapult event j.d.o.o. i Prggin d.o.o.		300.000	424.200	332.001
2.	Prigodno uređenje na Trgu kralja Tomislava - Katapult koncept d.o.o.		468.750	333.800	316.530
3.	Advent na Europskom trgu - Svibanj projekt d.o.o.		100.000		
4.	Advent kod Matoša - Udruga Legende		100.000		
5.	Advent na Štroso - Dobra nota d.o.o.		100.000		
6.	Advent u Klovićevim dvorima - Galerija Klovićevi dvori				
7.	Advent u Maksimiru - Katapult promocija d.o.o.		150.000		
8.	Žive božićne jaslvice - Udruga S.I.D.R.O.		30.000	30.000	
9.	ArtOmat - Hrvatsko društvo likovnih umjetnika		45.000	45.000	
10.	X. smotra Udruge prijatelja hrvatskih božićnih jaslca - Etnografski muzej		15.000	15.000	15.000
11.	Projekt Ilica Q'art: Društveni kalendar - HKKKKI		130.000		
12.	Bajka za van, kazališne ture u parku Ribnjak - Teatar Poco loco		15.000	15.000	15.000
13.	IWCZ Christmas Bazaar, kulturno gastro predstavljanje stranih zemalja - Međunarodni klub žena		10.000		
14.	Advent u Maloj sceni - Kazalište Mala scena		10.000	10.000	10.000
15.	Backo mini express - Muzej vlakića Backo Mini Express d.o.o.	15.000	15.000	15.000	15.000
16.	Advent Classic Fest, više lokacija - EPTA - Udruga klavirskih pedagoga Hrvatske		30.000	20.000	20.000

17.	S Božićnih balkona Zagrebu, koncerti - Umjetnička organizacija Ad gloriam brass		60.000	60.000	60.000
18.	Adventski koncerti Zagrebački solista - Umjetnička organizacija Zagrebački solisti		60.000	60.000	60.000
19.	Festival adventskih i božićnih pjesama u Zagrebu - Udruga Musica nota		60.000	60.000	60.000
20.	Advent Fest 2020. u kapeli Ranjenog Isusa - udruga Zvuci tišine		50.000	20.000	
21.	Adventski koncerti Zagrebačkog komornog orkestra - Zagrebački komorni orkestar		50.000	50.000	45.000
22.	Glazba u crkvi sv. Blaža - Župa sv. Blaža		10.000	10.000	
23.	Zagrebačke adventske razglednice - Hrvatski glazbeni centar		40.000	40.000	40.000
24.	Večeri s Brahmsom - Umjetnička organizacija Cristoforium		50.000	42.000	41.000
25.	Advent pod lanternom - udruga Musica nota		38.000	35.000	35.000
26.	Božić s klincima - KUD Vedra nota		5.000	5.000	
27.	Koncerti popularne duhovne glazbe - Filius Regis Design j.d.o.o.		30.000		
28.	Zagrebački harfistički festival - Harfom u Advent - umjetnička organizacija Hathor		20.000	20.000	20.000
29.	TZ Delnice - predstavljanje Adventa		5.000	5.000	
30.	Advent Run, utrka - Run Croatia j.d.o.o.	10.000	10.000	10.000	10.000
31.	Kosine za invalide - Fest d.o.o.		15.000		
32.	Punktovi s Orašarima - obrt LeBand		70.000	70.000	70.530
33.	Uređenje HNK - Katapult promocija d.o.o.		118.750	165.000	142.327
34.	Svjetlost Adventa - više partnera		100.000	150.000	91.075
35.	Božić obitelji Zima, prigodno uređenje Vranyczanyjeve poljane i Strossmayerovog šetališta - Jarun park d.o.o.		70.000	326.900	327.095
36.	Instalacija Imela na Platou Gradec - Prolight d.o.o.			160.000	155.130
37.	Trg sv. Marka, ukrašavanje - FED d.o.o.		30.000	6.250	6.250
38.	Ukrašavanje Manduševca - FED d.o.o.		10.000	1.000	947
39.	Advent u zagrebačkim hotelima Esplanade; Hilton: Garden, Canopy, Double Tree; Maistra: Sheraton, Westin, International, Jadran; Amadria; Time Out	335.000		400.000	335.000
40.	Emitiranje snimke Orašara na HRT-u - HNK			80.000	
41.	Trg bana J. Jelačića, ukrašavanje - ĐKĆ d.o.o., FED d.o.o.			46.000	45.021
42.	ŽiČbo, potpora adventskoj promocijskoj kampanji zagrebačkih ugostitelja - Udruženje ugostitelja Zagreb	59.000		150.000	59.000
43.	NEPLANIRANO		300.000	100.000	33.127
	Autorske naknade za glazbu Advent				3.488
	Advent - kostimirani likovi na Adventu - udruga Etnoteka				24.839
	Izvedba djed Božićnjaka na Adventu - obrt Hydro attack				4.800
	<b>UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA</b>	<b>419.000</b>	<b>2.720.500</b>	<b>2.980.150</b>	<b>2.360.032</b>

\*Odlukom TV napravljena je preraspodjela sredstava u prethodnoj tablici.

RB	Kultura	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Art park Zagreb - udruga Preuredi moju pumpu / lipanj - rujan		70.000	50.000	50.000
2.	Muzeji izvan muzeja MIM - Hrvatski prirodoslovni muzej / svibanj		250.000		
3.	Design District Zagreb - Superstudio Design Projects d.o.o. / lipanj		300.000		
4.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz		200.000	200.000	200.000
5.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj		100.000	40.000	30.000
6.	54. Međunarodna smotra folklor - KUC Travno / srpanj		60.000	50.000	30.000
7.	Ljetne noći Teatra Exit - Teatar Exit / kolovoz i rujan		50.000	30.000	30.000
8.	Dan otvorenog trga - Hrvatsko narodno kazalište		40.000	40.000	40.000
9.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu		15.000	15.000	15.000
10.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih		10.000	5.000	5.000
11.	29. Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasionska baština / lipanj		70.000		
12.	Međunarodno saksofonističko natjecanje Josip Nohta - Muzička akademija Sveučilišta u Zagrebu / svibanj		10.000		
13.	Pop up drama - Umjetnička organizacija Teatrum		70.000		
14.	Svjetski dan glazbe - Hrvatska glazbena unija / lipanj			10.000	10.000
15.	Međunarodno baletno natjecanje Mia Čorak Slavenska - Hrvatsko društvo profesionalnih baletnih umjetnika / srpanj		10.000		
16.	Ljetne večeri scene Amadeo - Udruga Scena Amadeo / kolovoz - rujan		50.000	30.000	30.000
17.	Biljke i svirke - Biljke i svirke d.o.o. / lipanj - srpanj		20.000		
18.	Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / lipanj - rujan		30.000	30.000	30.000
19.	Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / lipanj - prosinac		25.000	25.000	15.000
20.	Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad		25.000		
21.	Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan		40.000		
22.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista - Zagrebački solisti / kolovoz - rujan		80.000	43.750	43.750
23.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj		20.000	20.000	20.000
24.	Dubrovačke ljetne igre u Zagrebu - Javna ustanova u kulturi Dubrovačke ljetne igre / studeni - prosinac		200.000	50.000	
25.	31. muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj		20.000		
26.	HOERSPIEL: mala igra za slušanje (i gledanje) - RadioTeatar Bajsic i prijatelji		25.000		
27.	FUN THAT WE NEED INDEED – ZABAVA KOJU FAKAT TREBAMO, otvoreni dani s lutkarskom umjetnosti - umjetnička organizacija LOFT		10.000		
28.	Umjetničko modno scenski projekt Hippy Garden - Rabuzin - HMU kombinat / svibanj		100.000		
29.	Ljetne večeri HNK - Hrvatsko narodno kazalište /lipanj			70.000	70.000
30.	Savez Roma u RH - Koncert Europskog orkestra za mir / kolovoz			15.000	9.665
31.	Projekt HNK u vašem kvartu			30.000	30.000
32.	Program Kulturno naprijed na siguran način - IN VIDA d.o.o.			5.000	
33.	Gradsko dramsko kazalište Gavella - kazališne predstave / studeni			100.000	100.000
34.	NEPLANIRANO		70.000	30.000	
	<b>UKUPNO KULTURA</b>	<b>0</b>	<b>1.970.000</b>	<b>888.750</b>	<b>758.415</b>

RB	Festivali	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Festival Sv. Marka, Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe - Markofest d.o.o. / travanj - svibanj		60.000		
2.	Međunarodni festival vatrometa - Mirnovec pirotehnika d.o.o. / kolovoz		60.000		
3.	Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / kolovoz		200.000	100.000	100.000
4.	Ljeto na Štrošu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca / lipanj - rujan		90.000	50.000	50.000
5.	Pop Up Summer Garden - Urban Entertainment j.d.o.o. / srpanj - rujan		80.000		
6.	Zagreb Beer Fest - Hashtag d.o.o. / svibanj		100.000		
7.	39. Večeri na Griču - Kulturni centar Travno / srpanj		50.000	35.000	35.000
8.	Festival svjetskog kazališta - HNK / kroz godinu		200.000	200.000	200.000
9.	Be your own hero, Zagreb karneval - Hashtag j.d.o.o.		20.000	10.000	10.000
10.	13. Festival tolerancije, JFF Zagreb - udruga Festival suvremenog židovskog filma Zagreb / lipanj - srpanj		30.000	15.000	15.000
11.	Zagreb Guitar Festival - Glazbena škola Bonar / ožujak - travanj		20.000		
12.	22. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / svibanj		25.000		
13.	Festival umjetničkih zastavica Zagreb - Flažolet d.o.o. / kolovoz		50.000	49.981	49.981
14.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj		20.000		
15.	Luftanje - Pepermint d.o.o. / lipanj - rujan		20.000	15.000	15.000
16.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj		30.000	10.000	10.000
17.	Croatia International Choir Festival - Djevojački zbor Mozartine / srpanj		15.000		
18.	Zagreb wind & bras festival - Zagrebački orkestar ZET-a / srpanj		10.000		
19.	Festival Mediterana - agencija Proglas, obrt / srpanj		20.000		
20.	Crossover festival Ribnjak - Katapult promocija d.o.o. / srpanj		40.000		
21.	Matoš u ribičiji (Ljeto kod Matoša) - Udruga Legende Zagreb / srpanj-kolovoz		70.000		
22.	Musica maxima X, festival komorne glazbe - Zagrebački komorni orkestar / rujan		30.000	20.000	20.000
23.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan			30.000	30.000
24.	52. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan		30.000	30.000	30.000
25.	Zagrebački harfistički festival - Umjetnička organizacija Hathor / listopad		20.000		
26.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o. / studeni		100.000	70.000	
27.	Festival folklor - FA Turopolje		10.000		
28.	NEPLANIRANO		50.000	30.000	10.000
	Ritam Mediterana - agencija Proglas, obrt / srpanj				10.000
	<b>UKUPNO FESTIVALI</b>	<b>0</b>	<b>1.450.000</b>	<b>664.981</b>	<b>574.981</b>

RB	Filmski projekti	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum		40.000	40.000	40.000
2.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / rujan - listopad		20.000	10.000	10.000
3.	Ljetno kino Gradec - Udruga Kadenca / kolovoz - rujan		40.000		
4.	Fantastic Zagreb film festival - Robot 22 / srpanj		30.000	15.000	15.000
5.	18. Zagreb Film Festival - UO Zagreb Film Festival / studeni		20.000	10.000	10.000
6.	Croatian cinema - Hrvatski filmski savez / kroz godinu		20.000		
7.	Revija europskog fima - Umjetnička organizacija Metropolis / srpanj		10.000		
8.	NEPLANIRANO		10.000	10.000	
	<b>UKUPNO FILMSKI PROJEKTI</b>	<b>0</b>	<b>190.000</b>	<b>85.000</b>	<b>75.000</b>

RB	Suradnja s TZ, udrugama i KUD-ovima	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	TZ Ogulina - predstavljanje manifestacija u Zagrebu		10.000		
2.	TZ Delnice		10.000		
3.	TZ Kutine - Škrletfest Zagreb, predstavljanje regije Moslavina		10.000		
4.	TZ Županje - predstavljanje manifestacija u Zagrebu		10.000	10.000	10.000
5.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac		5.000	5.000	3.661
6.	Kulturno - umjetničke manifestacije u Sesvetama - Narodno sveučilište Sesvete / kroz godinu		70.000	30.000	26.000
7.	Hrvatska etno kuća Materina priča - Udruga hrvatska kuća Materina priča / kroz godinu		10.000	5.000	5.000
8.	Društvo turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije / kroz godinu		15.000		
9.	NEPLANIRANO		30.000	5.000	
	<b>UKUPNO SURADNJA S TZ, UDRUGAMA I KUD-OVIMA</b>	<b>0</b>	<b>170.000</b>	<b>55.000</b>	<b>44.661</b>

RB	Donacije u kulturi	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Muzej za umjetnost i obrt		20.000	20.000	20.000
2.	Muzej grada Zagreba		20.000	20.000	20.000
3.	Etnografski muzej		20.000	20.000	20.000
4.	Galerija Klovićevi dvori		20.000	10.000	10.000
5.	Tehnički muzej Nikola Tesla		20.000		
6.	Arheološki muzej		40.000	20.000	20.000
7.	Umjetnički paviljon		80.000	40.000	40.000
8.	Muzej iluzija - Mozgaonica d.o.o.	25.000	25.000	25.000	25.000
9.	Koncertna dvorana Tvornica kulture		20.000	10.000	
10.	Javna ustanova Park prirode Medvednica		20.000	10.000	10.000
11.	Zagrebačke mažoretkinje		20.000		
12.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado		50.000	40.000	40.000
13.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika		20.000	20.000	20.000
14.	Kuća Lauba - događanja kroz godinu		65.000	65.000	65.000
15.	Centar za kulturu i film Augusta Cesarca - Ljetna pozornica Tuškanac /lipanj-rujan		20.000		
16.	Ustanova Zoološki vrt grada Zagreba		20.000		

17.	Muzej 80 - tih - Brandnewretro d.o.o.		25.000		
18.	Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović		20.000	10.000	10.000
19.	Udruženje za razvoj kulture URK Močvara		20.000	20.000	20.000
20.	Centar kulture na Peščenici		20.000	10.000	10.000
21.	Kazalište Luda kuća - Luda kuća d.o.o.		25.000		
22.	Muzej čokolade, Svijet čokolade d.o.o.	15.000	25.000	15.000	15.000
23.	Moderna galerija, Ikonografija grada			20.000	20.000
24.	NEPLANIRANO		50.000	30.000	
	<b>UKUPNO DONACIJE</b>	<b>40.000</b>	<b>665.000</b>	<b>405.000</b>	<b>365.000</b>

**PRILOG 5. POTPORA RAZVOJU DMO-a**

RB	Projekti TZGZ	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane		35.000	10.329	10.329
2.	Uskrsne pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj		50.000	380	380
3.	Uskrsni koncert Zagrebačkih solista		30.000	7.000	7.000
4.	<b>ZAGREBAČKI VREMEPLOV</b>				
4.1.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / svibanj - rujan		340.000	174.000	174.000
4.2.	Tajne Griča, noćna gornjogradska interaktivna tura - Udruga Katapult / svibanj - rujan		100.000		
4.3.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / lipanj - rujan		110.000	55.000	55.000
4.4.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad		650.000	400.000	400.000
4.5.	Vergl na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / lipanj - rujan		30.000	15.070	15.070
4.6.	Folklorna ljetna scena za turiste		180.000		
4.7.	Kumice s Dolca, ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / lipanj - listopad		20.000	11.750	11.750
4.8.	Promenadni koncerti u Maksimirskom perivoju - Ansambli salonske i promenadne glazbe Strauss i udruga Etnoteka / nedjeljom travanj - listopad		100.000		
4.9.	Promenadni koncerti Puhačkog orkestra ZET-a u Maksimiru i Gornjem gradu - Puhački orkestar ZET-a / nedjeljom svibanj - listopad		80.000		
4.10.	Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - Udruga Cestagram i udruga Zagrebački cinkuši / srpanj - kolovoz		300.000	100.070	100.070
4.11.	Plesne večeri na Zrinjevcu - Udruga Cestagram i Katapult event d.o.o. / petkom / kolovoz		200.000		
4.12.	Tanceraj - udruga Etnoteka / kolovoz		40.000		
4.13.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult event d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / kolovoz		70.000		
5.	Dan grada Zagreba, posebni kulturni programi Zagrebačkih solista i HNK, besplatni razgledi / svibanj		10.000	78.536	78.536
6.	Opatovina Music Jam, glazbeni nastupi na Opatovini		40.000		
7.	Festival svjetla Zagreb		4.000.000	2.060.000	2.059.023
8.	Svjetski dan turizma		30.000	20.000	14.552
9.	Art Fair Zagreb / rujan - listopad		1.000.000		
9.1.	Izvan okvira - Udruga Nas dve / listopad - studeni			450.000	380.380
9.2.	Q'Art - HKKKKI / lipanj - prosinac			50.000	50.000
9.3.	36 Mountains Festival - Udruga 36 / rujan			10.000	10.000
9.4.	Zagreb Design, Art & Architecture Film Festival - Udruga Pari pikule/listopad			15.000	15.000
9.5.	Art Street Exhibition - Haiku slike - Blog j.d.o.o. / kolovoz			7.700	7.700
10.	Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće - Gradski ured za obrazovanje / svibanj		11.000		
11.	Dan ljubaznosti u prometu - PU Zagrebačka		9.500		
12.	Natječaj za naj likovno i literarno djelo /siječanj-svibanj		15.000	667	667
13.	Prezentacija Hrvatske kult. baštine u Oktogonu		250.000	10.500	10.500
14.	Osvjetljenje HNK - Advent			18.853	18.853
15.	Filmmusicorkestar - cabrio bus			28.000	28.000
16.	NEPLANIRANO		100.000	100.000	
	<b>UKUPNO PROJEKTI TZGZ</b>	<b>0</b>	<b>7.800.500</b>	<b>3.622.854</b>	<b>3.446.809</b>

**PRILOG 6. BROŠURE I SUVENIRI****BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJALI**

RB	Naziv	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Mapa Korak po korak	100.000	14.800	14.800
2.	Monografije i knjige - razno	20.000	1.032	26.032
3.	Program priredaba	530.000	270.000	259.469
4.	Plan grada – letak	315.000		
5.	Brošura Dobrodošli u Zagreb	950.000	222.000	221.051
6.	Letak "Sigurni na odmoru"	2.000		
7.	Adventska karta	50.000		
8.	Festival Svjetla karta	30.000		
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.997.000</b>	<b>507.832</b>	<b>521.353</b>

**SUVENIRI**

RB	Naziv	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Kalendari	10.000		
2.	Kemijske olovke - razne	50.000		
3.	Licitarska srca	450.000	76.000	51.000
4.	Magneti	200.000		
5.	Privjesci - licitar	125.000		
6.	Vezice za akreditacije	80.000		
7.	Promotivne vrećice - razne	200.000	93.000	92.225
8.	Lepeze s dotiskom	45.000		
9.	Jakne Festival svjetla Zagreb	60.000	67.101	67.101
10.	Blokovi za pisanje	20.000		
11.	USB stick licitarsko srce	100.000		
12.	Promotivni konditorski proizvodi	120.000		
13.	Adventske svijeće i mirisi	50.000	35.000	53.370
14.	Rokovnici	30.000		
15.	Stolne zastavice	15.000		
16.	Maske za lice		50.000	30.700
17.	Maramice		6.500	6.500
18.	NEPLANIRANO	50.000	50.000	7.480
	Stolni kalendar			7.480
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.605.000</b>	<b>377.601</b>	<b>308.376</b>

**PRILOG 7. SAJMOVI**
**SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ**

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m <sup>2</sup>	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Sao Paulo	WTM Latin America	31.3.-2.4.	12	150.000	108.000	107.028
		<b>BUGARSKA</b>					
2.	Sofija	Holiday and SPA Expo	13.-15.2.	12	40.000	38.749	38.749
		<b>FRANCUSKA</b>					
3.	Pariz	MAP	12.-15.3.	6	70.000	12.874	12.874
		<b>IZRAEL</b>					
4.	Tel Aviv	IMTM	11.-12.2.	9	90.000	99.510	99.510
		<b>JAPAN</b>					
5.	Tokio	JATA	rujan	18	70.000		
		<b>JUŽNA KOREJA</b>					
6.	Seoul	HITS	lipanj	18	80.000		
		<b>KANADA</b>					
7.	Montreal	Int. Tourism & Travel Show	listopad	9	60.000		
		<b>KINA</b>					
8.	Hong Kong	ITE	11.-14.6.	12	110.000		
9.	Shanghai	ITB China	13.-15.5.	5	75.000		
		<b>RUMUNJSKA</b>					
10.	Bukurešt	Romanian Tourism Fair	20.-23.2.	12	50.000	45.903	45.903
		<b>SAD</b>					
11.	Atlanta	Travel and Adventure Show	29.2.-1.3.		55.000		
12.	New York	Times Travel Show	24.-26.1.	7	95.000	69.659	69.659
13.	Los Angeles	Travel and Adventure Show	15.-16.2.	9	45.000	38.792	38.792
		<b>SRBIJA</b>					
14.	Beograd	International Fair of Tourism	20.-23.2.	12	50.000	48.438	48.438
		<b>ŠPANJOLSKA</b>					
15.	Barcelona	B-Travel	27.-29.3.	12	60.000		
		<b>SINGAPUR</b>					
16.	Singapore	ITB Asia	21.-23.10.	18	150.000	15.000	16.476
		<b>UKRAJINA</b>					
17.	Kijev	UITT Kijev	25.-27.3.		60.000	43.556	43.556
18.	NEPLANIRANO				100.000	30.000	
	<b>UKUPNO</b>				<b>1.410.000</b>	<b>550.481</b>	<b>520.985</b>

**NASTUPI S HTZ-om**

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
		<b>AUSTRIJA</b>					
1.	Beč	Ferienmesse	16.-19.1.	3,5	30.000	19.760	19.760
		<b>FINSKA</b>					
2.	Helsinki	Matka	15.-19.1.	3,5	28.000	19.873	19.872
		<b>FRANCUSKA</b>					
3.	Pariz	IFTM Top Resa	22.-24.9.	5	55.000		
		<b>ITALIJA</b>					
4.	Milano	BIT Milano	9.-11.2.	5	40.000	24.965	24.965
5.	Rimini	TTG	14.-16.10.	5	50.000		
		<b>NJEMAČKA</b>					
6.	Munchen	f.r.e.e.	19.-23.2.	5	40.000	24.248	24.248
7.	Berlin	ITB	4.-8.3.	7	80.000	15.740	14.740
		<b>ŠPANJOLSKA</b>					
8.	Madrid	FITUR	22.-26.1.	5	35.000	28.074	28.074
		<b>UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI</b>					
9.	Dubai	ATM	19.4.-22.4.	5	80.000		
		<b>VELIKA BRITANIJA</b>					
10.	London	WTM	studeni	7	100.000	13.000	11.332
	<b>UKUPNO NASTUPI S HTZ-om</b>				<b>538.000</b>	<b>145.660</b>	<b>142.992</b>
	<b>UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om</b>				<b>1.948.000</b>	<b>696.141</b>	<b>663.977</b>

**PRILOG 8. SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA**

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Ljubljana	Conventa	21. - 23. 1.	4	30.000	30.000	26.938
2.	Frankfurt	IMEX	12. - 14. 5.	4	180.000		
3.	Las Vegas	IMEX America	15. - 17. 9.	4	100.000		
4.	Barcelona	IBTM World	stud/prosinac	4	150.000	25.000	25.698
5.	Neplanirano				30.000		
	<b>UKUPNO</b>				<b>490.000</b>	<b>55.000</b>	<b>52.636</b>

**PRILOG 9. – KANDIDATURE ZA STRUČNE SKUPOVE I POTPORE SKUPOVIMA I PROJEKTI**

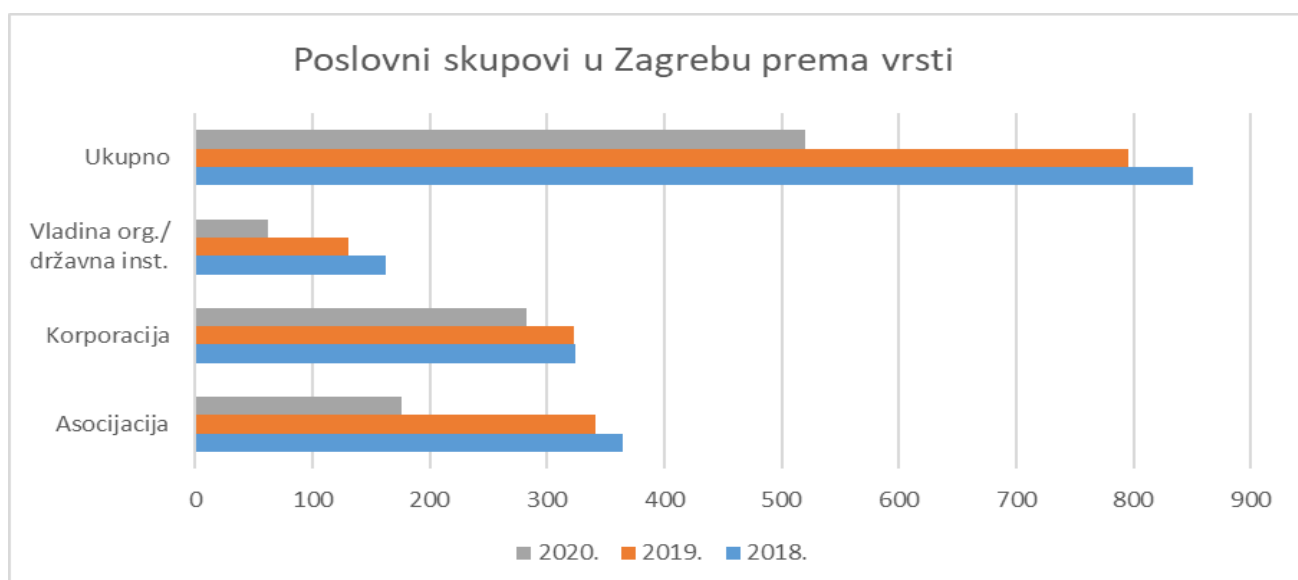
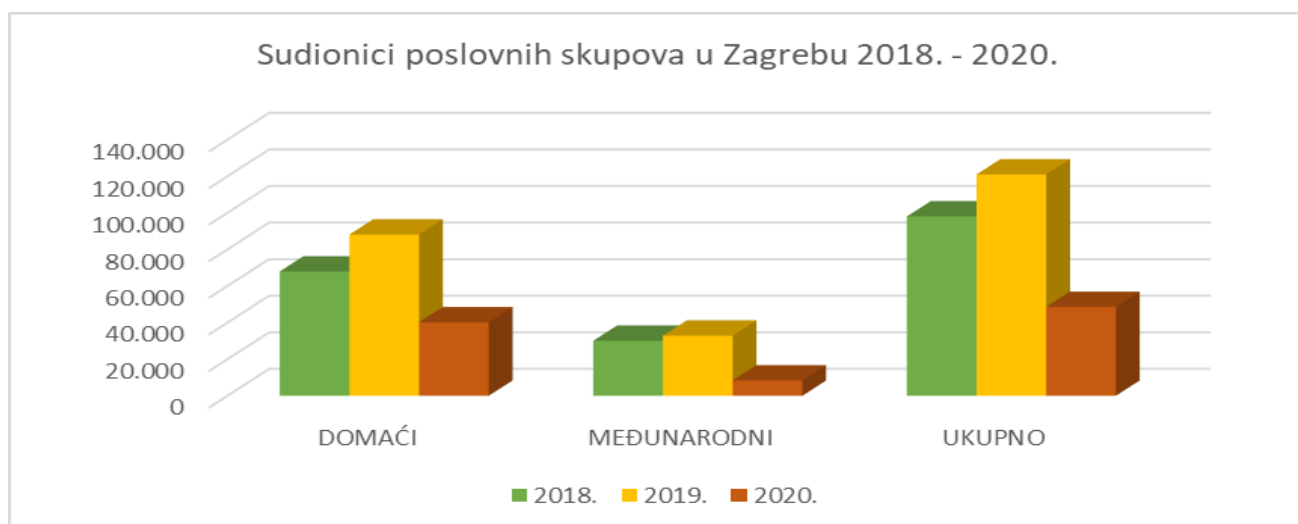
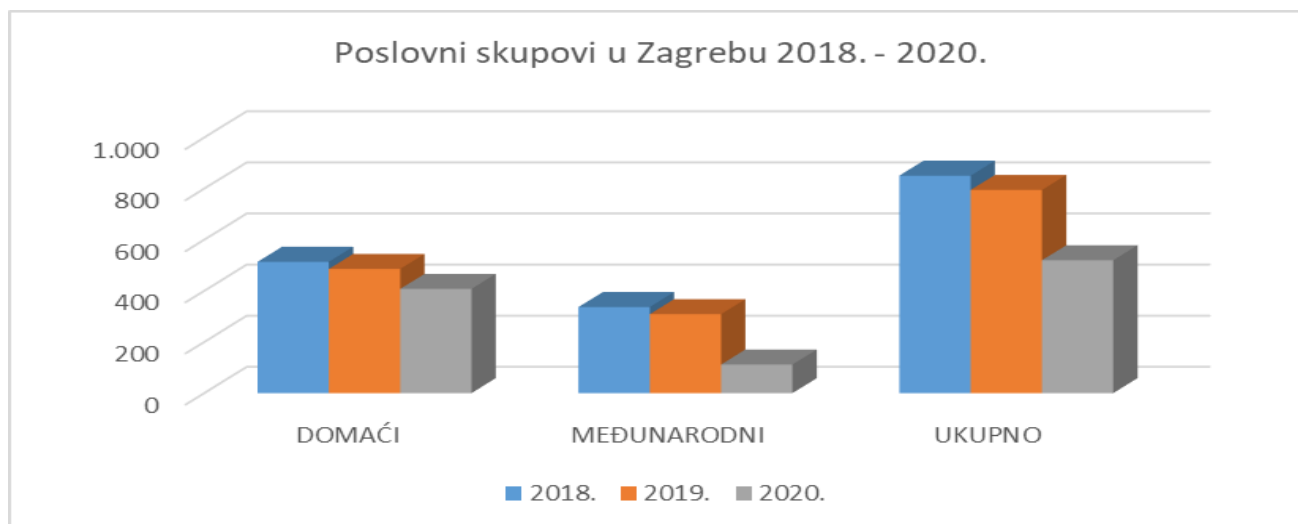
RB	Kandidature za stručne skupove, potpore skupovima i projekti	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Adria Hotel Forum, Proficisor d.o.o., 18. - 19. 2.	30.020	30.000	30.020	30.020
2.	Kongres poduzetnica 2020, Udruga Zagrebinfo, 8.3.		10.000	10.000	10.000
3.	LEAP Summit 2020, Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 1.-2.10.		30.000	10.000	10.000
4.	Kandidatura za ZG STRONG - Svjetski kup u obaranju ruke 2021., Hrvatski savez za obaranje ruke, tijekom godine		20.000	20.000	20.000
5.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društava distrofičara Hrvatske, 22.- 24. 5.		10.000		
6.	6. europski žanrovski forum, Robot 22, d.o.o., 16. - 19. 7.	5.000	10.000	5.000	5.000
7.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, 9.-11.7.		10.000	10.000	10.000
8.	TEDxZagreb, Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 19. 12.	5.000	10.000	5.000	5.000
9.	XXII. kongres hotelijera, UPUHH, 1.-2.12.	15.000	15.000	15.000	15.000
10.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca u kongresnom turizmu, 8.12.		10.000	10.000	10.000
11.	18. svjetski kongres o pričama i propovijedanju - ISFRN, Institut za etnologiju i folkloristiku, 21. - 26. 6.		40.000		
12.	Međunarodni skup o romskom jeziku, Savez Roma u Republici Hrvatskoj "KALI SARA", 3. - 6. 11.		10.000	10.000	
13.	Konferencija Future Tense, Komunikacijski laboratorij, 3. 3.		20.000		
14.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni event d.o.o., 9. - 11. 3.	130.088	130.000	130.088	130.088
15.	10. Europski kongres pedijatar 2020, A.T.I. d.o.o., 3. - 5. 9.		50.000		
16.	43. Europska konferencija o vidnoj percepciji, ECVP 2020., Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci, 23. - 27. 8.		25.000		
17.	Adria Space Conference 2020, Jadranska aero-svemirska asoc.		10.000		
18.	Međunarodna konferencija Iter Vitis, Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj, 9.12.	5.000	15.000	5.000	5.000
19.	Godišnja skupština i konferencija European Disability Forum, Zajed. saveza osoba s invaliditetom Hrvatske - SOIH, 9. - 10. 5.		10.000		
20.	Kongres ESTETICA DEMIK o antiage medicini, Start design d.o.o., 6. - 7. 11.		10.000		
21.	Konferencija ICDHS 12 Zagreb 2020, (International Committee for Design History and Design Studies), Institut za istraživanje avangarde, 16. - 18. 10.	5.000	20.000	5.000	5.000
22.	Konferencija „Meteorologija kao podrška tijelima javne uprave“, Hrvatsko meteorološko društvo, 4.11.		10.000	5.000	5.000
23.	Hairstyle News 2020., Obrt Kvarner kongresi, 28.-29.3.		15.000		
24.	Seminar "Potencijali pristupačnog turizma za ugostitelje", Travabled, 14. 4.		20.000		
25.	DARIAH Annual Event (digitalna humanistika i umjetnost), Institut za etnologiju i folkloristiku, 10. - 13.11.		20.000	10.000	10.000
26.	Međunarodni skup RESHAPE Intensive Zagreb, Pogon - Zagrebački centar za nezavisnu kulturu i mlade, 9. - 13. 3.	10.000	10.000	10.000	10.000
27.	12th International Conference on Third Language Acquisition and Multilingualism, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu		15.000		
28.	Winter Holidays Open 2020, međunarodni debatni turnir, Hrvatsko debatno društvo, 12. - 17. 12.	10.000	20.000	20.000	10.000
29.	EAZA Conservation Forum, Ustanova Zoološki vrt grada Zagreba, 19.-23.5.		20.000		
30.	ARS CHORALIS, 6. međunarodni simpozij, Hrvatska udruga zborovođa		10.000		
31.	ATG SALES CONFERENCE		100.000		
32.	Konferencija o 1. Zagrebačkom bienalu suvremene umjetnosti, MSU, 9. - 10.12.			10.000	10.000

33.	Kongres mladih Roma, Savez Roma "Kali Sara", 24. - 26. 4.			10.000	
34.	Anti-aging, Aesthetics & Dental Congress Zagreb 26.-28.11.			70.000	
35.	Acrobat Portfolio Tasting, Acrobat D&M d.o.o., 15.2.	30.000		30.000	30.000
36.	1. hrvatski ronilački kongres, Promocija ronjenja d.o.o., 21.-22.2.	15.000		15.000	15.000
37.	Meeting G 2, 6. virtualna konferencija 16-17.11.	5.000		5.000	5.000
38.	Forum zagrebačkih ugostitelja 2020., 5.11. Udruž. ugostitelja Zagreba, 12.11.			50.000	50.000
39.	Investicijski forum zdravlja, sporta i turizma Adriatic regije, Medicinska grupa d.o.o., 4.11.			7.000	7.000
40.	Potpore za candidature - neraspoređeno		100.000	100.000	10.058
	<b>UKUPNO:</b>	<b>265.108</b>	<b>835.000</b>	<b>607.108</b>	<b>417.166</b>

#### PRILOG 10. - POTPORE MARKETINŠKIM PROJEKTIMA

RB	Marketinški projekti	De minimis	Plan 2020.	ID listopad	Ostvareno 2020.
1.	Mobilna aplikacija Zagreb, Udruga branitelja domovinskog rata		10.000	10.000	10.000
2.	Blue line, Plavi telefon		50.000		
3.	Putevima Lijepe naše, Kulturni centar Klanjec		30.000		
4.	Vodič kroz židovski Zagreb - Židovska općina Zagreb		40.000	40.000	40.000
5.	Novine Zagreb4You		253.000	179.125	179.125
6.	Like! Specijal Zagreb		500.000	437.500	437.500
7.	Time Out Zagreb		619.000	83.000	87.034
8.	Fotofestival u Argentini		15.000		
9.	Place2Go		30.000		
10.	Das Party	5.000		5.000	5.000
11.	Monografija Kultura kao brend			4.820	4.500
12.	NEPLANIRANO		100.000	50.000	
	<b>UKUPNO:</b>	<b>5.000</b>	<b>1.647.000</b>	<b>809.445</b>	<b>763.159</b>

**PRILOG 11. – STATISTIKA ODRŽANIH POSLOVNIH SKUPOVA PREMA EVIDENCIJI TZGZ**



**Popis održanih poslovnih skupova u 2020. godini prema evidenciji TZGZ:**

<b>Siječanj</b>	
1	Godišnja skupština Sport 10
2	Međunarodna Algebrina zimska škola
3	Edukacija Hrvatske zajednice računovođa
4	Sastanak Neolife International
5	Sastanak Udruge Maniningue nice
6	EHO konferencija: Abba, Oče!
7	Seminar Tele2
8	Konferencija Ministarstva gospodarstva
9	Sastanak Rotary Klub Zagreb International
10	Konferencija Ženska soba
11	Edukacija Hrvatske zajednice računovođa
12	Sastanak EX ALTO
13	Sastanak "Odašiljači i veze"
14	Konferencija Locus projekt
15	Radionica EX Alto
16	Sastanak predsjednika COSAC-a
17	Edukacija McGraw - Hill Limited (UK)
18	Rain International Meeting
19	Konferencija Nacionalne zaklade za razvoj civilnog društva
20	Konferencija za medije Vinski univerzum
21	Sastanak Sanofi
22	Sastanak Medicopharmacia & Lenis
23	VISA sastanak
24	Jupotours sastanak
25	RBA sastanak
26	Sastanak: Preventing sexual and gender based violence against migrants
27	36th Meeting of Prime KPIs
28	Sastanak Rotary Klub Zagreb International
29	Konferencija Hrvatskog Telekom
30	Sastanak AMORH Hrvatska
31	Neformalni sastanak ravnatelja za obrambenu politiku zemalja
32	Sastanak Udruge Elder
33	Konferencija: Development of new transportation models- FlixBus as Game Changer
34	Sastanak: Justice and Home affairs Ministers
35	Sastanak Infodom d.o.o.
36	Sanofi Upravno vijeće
37	Sastanak T.E.A.M.
38	B2 Kapital sastanak
39	Sastanak Lexpera d.o.o.
40	1. ArHIZ konferencija
41	Medtronic skup: PCI Fundamentals Coronary Fellow Program
42	Konferencija Green New Deal za Hrvatsku
43	Sastanak Veleposlanstva Indije
44	Informativni dan Europske snage solidarnosti
45	Edukativni skup: Career Paths Connects
46	Edukacija Poliklinike Bagatin
47	Konferencija: Osobni razvoj kroz nova zanimanja i ISO certifikaciju
48	ZMS Global Payments
49	Sastanak Orbico
50	Sastanak u okviru ESF projekta
51	Sastanak Lundbeck
52	Sastanak Novartis
53	Sastanak Tupperware
54	Hanza energetska konferencija
55	Godišnji sastanak Providens d.o.o.
56	Konferencija o razvoju poslovnih i informatičkih sustava CASE 2020
57	Menadžerski sastanak Danfos EER
58	Pharma Meetup
59	Sastanak Egis International
60	Radionica civilne zaštite: Više-sektorski mehanizmi ulaganja u upravljanje rizicima od katastrofa
61	Sastanak B2 Kapital
62	Sastanak Cotrugli poslovne škole
63	Skup malih poduzetnika: 56. Business Caffè
64	Konferencija: Model četverostruke spirale u socijalnim inovacijama
65	HUPKT edukacija
66	Konferencija za medije V. Hrvatskih svjetskih igara
67	Sastanak Astrazeneca
<b>Veljača</b>	
68	Sastanak Providens
69	Studentski kongres o HIV-u
70	Sastanak Cotrugli poslovne škole
71	Skup Avantcar

72	Azelis Corporate Services NV
73	Sastanak ministara za konkurentnost
74	Radionica: Novartis Patient Journey nr-AxSpa
75	Sastanak Atlas Janssen
76	Tele2 seminar
77	Radionica za savjetnike agencija
78	Radionica: Izobrazba u javnoj nabavi
79	Seminar za revizore
80	Sastanak Nacionalne zaklade za razvoj civilnog društva
81	Sastanak EcoCortec
82	Sastanak Islamske zajednice u Hrvatskoj
83	Sastanak Uponsor
84	Sastanak Siemens
85	Sastanak Toreense Industry
86	Sastanak Rotary Klub Zagreb International
87	Adria Business Network
88	Sastanak Assa Abloy Adria
89	Konferencija Deutz
90	Sastanak Labtim Adria
91	Sastanak RACVIAC
92	Međureligijska konferencija: Ljudsko bratstvo - temelj miru i stabilnosti u svijetu
93	Odbor međunarodne skupine za praćenje Bolonjskog procesa
94	Sastanak Udruge učitelja za malo i srednje poduzetništvo
95	Sastanak Društva Amgen
96	Sastanak Concorda d.o.o.
97	Skupština Zagrebačke udruge geodeta
98	Edukativni skup: HS Knowledge Bowl
99	Whisky fair radionice kave
100	Sastanak Sandoz
101	Sastanak Neuroth
102	30. međunarodni simpozij laringektomiranih osoba
103	UEFA sastanak
104	AVL - AST sastanak
105	Sastanak Novartis
106	Sastanak EISEP
107	Sastanak Ministarstva regionalnog razvoja i fondova EU
108	Konferencija tvrtke Alkaloid
109	Sastanak tvrtke Sunčani Hvar
110	Sastanak Rotary Klub Zagreb International
111	Prstenov poslovni forum 2020
112	Frontex Meeting 2020
113	Sastanak Hrvatskog Telekom
114	Sastanak projekta: The European Network for Support of Physical Fitness Monitoring Systems
115	Voda na dlanu
116	Skup dječjih vrtića "Pomahajmo v svet"
117	Sastanak Macpharm
118	Sastanak zaklade Hanns Seidel Stiftung
119	Sastanak Agencije za međunarodno zapošljavanje
120	Sastanak Tipwin
121	Sastanak Proputuj
122	Sastanak IN2
123	Edukacija Hrvatske zajednice računovođa
124	Sastanak Udruge Hrvatska za život
125	Sastanak Lacuna
126	Sastanak Servier HDH Class
127	Konferencija: Stambeni krediti s valutnim klauzulama u Istočnoj Europi
128	Virgin Voyages
129	Sastanak KRM
130	Međunarodna radionica "Nevidljiva sposobnost (širenje) i dramsko-akcijski model za promociju vještina osoba s invaliditetom
131	Sastanak FISCALIS "Stručni tim upravljanje IT suradnje u kolaboraciji MANITC IV"
132	Sastanak Bisnode
133	Sastanak K2
134	Sastanak Astellas
135	Sastanak Action Recruitment
136	Sastanak organizacije BNI Adria
137	Sastanak Sticker
138	Adria Hotel Forum
139	HNS seminar o licenciranju
140	Epson - Smart Point Adria
141	Sastanak Rotary Klub Zagreb International
142	Zenith Group
143	Konferencija: Intelektualno vlasništvo za Europsku uniju u svijetu izazova
144	22. sastanak FISCALIS "IT Catalyst grupa za kolaboraciju"
145	4th Annual Market Risk Management Academy

146	Sastanak Mercury
147	Sastanak Inspharma
148	Konferencija Gradskog parkinga Šibenik
149	Radionica TIM4PIN
150	Hrvatski graditeljski forum 2020
151	Susret mladih kemijskih inženjera
152	Radionica TAIEX SRSP
153	Sastanak Crvenog križa Hrvatske
154	Sastanak Hrvatske gospodarske komore
155	RANCARE konferencija: Sigurnost bolesnika i nedostatna zdravstvena njega u praksi i edukaciji
156	SDI Media sastanak
157	Konferencija Hrvatskog pravnog centra
158	Konferencija: Lijekovi kao temelj dermatološke terapije
159	Radionica "Zaželi" - program zapošljavanja žena - faza II
160	1. Hrvatski ronilački kongres
161	Edukacija Zagrebačkog maslinarskog instituta
162	Sastanak Mylan
163	Sastanak BTM Pharma
164	Sastanak Vijeća za međunarodne stipendije
165	Edukacija Poliklinike Bagatin
166	Konferencija Javantura v7
167	Sastanak Laboklin GmbH&CO
168	Sastanak Sandoz
169	Sastanak direktora Hrvatske pošte
170	Sastanak Oktal Pharne
171	Sastanak Hrvatskog drvnog klastera
172	ABC Techgroup radionica
173	Neformalni sastanak Radne skupine za teritorijalnu koheziju i urbani razvoj na razini stručnjaka
174	Sastanak Mercury
175	Sastanak Bausch Health
176	CTP (Commonwealth Trading Partners) sastanak
177	Sastanak Pharmas Fidifarm
178	Sastanak Amazon Zagreb
179	Edukativni skup Središnjeg državnog ureda za sport (SUDUZ)
180	IT sastanak T2
181	Sastanak Globtour
182	Sastanak Novartis
183	Sastanak Ureda za ljudska prava i prava nacionalnih manjina: Include
184	Sastanak u okviru ESF projekta
185	Sastanak: Operations Upgrading Committee Meeting
186	Dan PANTheon računovođa 2020.
187	Sastanak Quaestus
188	Sastanak Ministarstva znanosti
189	Sastanak Hrvatskog olimpijskog odbora
190	Međunarodni sportski seminar: "Why does European Sport Need Skilled and Competent Coaches?"
191	6. Hrvatski rinološki kongres
192	Simpozij studenata doktorskih studija PMF-a
193	Edukativni sastanak Agencije APPA
194	Konferencija Hormann
195	Sastanak Novi informator d.o.o.
196	11. konferencija Budućnost obiteljskih tvrtki
197	6. međunarodni kongres stomatološkog fakulteta
198	Fitness učilište
199	Radionica: VINART grande tasting
200	F+HR20 nacionalna konferencija
201	Radionica: Kontroverze u arterijskoj hipertenziji, kardiovaskularnoj protekciji i nefrologiji
202	Sastanak Eli Lilly
203	Radionica: Suportivna terapija onkoloških bolesnika
	<b>Ožujak</b>
204	Sastanak radnih skupina za izradu standarda zanimanja i ASOO
205	Sastanak Abbott Laboratories d.o.o.
206	Tele2 seminar
207	Međunarodni studentski energetski kongres ASEC 2020
208	Međuparlamentarna konferencija o zajedničkoj vanjsko-sigurnosnoj politici ZVSP/ZSOP
209	Sastanak Ministarstva uprave
210	Zajednički sastanak Glavnih voditelja liječništva, sestrištva i dentalne medicine
211	Sastanak Mercury
212	Sastanak Rasco
213	Sastanak Središnjeg državnog ureda za šport
214	Sastanak Rotary Klub Zagreb International
215	Adria Business Network
216	Pearson i Hueber konferencija
217	Radionica: VINART grande tasting
218	Konferencija: Women in Dana Science

219	Međunarodni studentski skup "Mostovi"
220	Sastanka Ministarstva vanjskih poslova država članica EU
221	Sastanak Grupe IB
222	Sastanak Alfatec
223	Sastanak Sanofi
224	Sastanak zavoda za intelektualno vlasništvo
225	Sastanak Nikal solutions
226	Regionalna radionica Europske svemirske agencije ESA
227	Sastanak: NWM Zagreb: Milijun srca, milijun novih ideja
228	5. znanstveni simpozij "Hrvatski vaskularni dan"
229	7. simpozij Hrvatske udruge patronažnih sestara
230	BUS konferencija: Business u sportu
231	Sastanak Hrvatskog teniskog saveza
232	Sastanak Albanskog kulturnog društva
233	Sastanak Hrvatske udruge nabavne djelatnosti HUND
234	Kongres poduzetnica RH i Regije
235	Sastanak Sandoz
236	Sastanak Vijeća Europe
237	Konferencija Reshape Intensive
238	Sastanak RBA banke
239	Sastanak HGK
240	Konferencija Herbalife
241	MEETEX 2020 - Croatian Meeting Experience Summit
242	Sastanak Kent banke
243	Pharma akademija
244	CRO Commerce 2020
245	Konferencija: Važnost obrazovanja pripadnika Romske nacionalne manjine
246	Seminar: The EU and the Western Balkans region - the state of play
247	Skupština mreže Civinet
248	Sastanak Stalnog odbora EFPA za psihologiju starenja
249	Četvrta konferencija Hrvatski dan debljine
250	Konferencija: Just Europe - Strengthening the rule of law and human rights in Europe
251	136. sjednica Odbora delegata EuroSDR-a
	<b>Travanj</b>
	Ne raspoložemo informacijama
	<b>Svibanj</b>
252	Sastanak Citruo
253	Skupština Udruge hrvatskih tržnica
254	Sastanak Boehringer Ingelheim
255	Perfect Meeting Generalna skupština GS1
256	Mazda sastanak
257	Radionica TEB poslovno savjetovanje
258	Sastanak Hrvatskog gimnastičkog saveza
	<b>Lipanj</b>
259	TEB radionica
260	Sastanak Boehringer Ingelheim
261	Makpharm sastanak
262	Konferencija: Up to date Ophthalmology
263	Konferencija Nooj 2020
264	Wawa sastanak
265	Novartis skupština
266	Sastanak hrvatske zajednice računovođa
267	Skupština Hrvatske psihološke komore
268	Radionica Tele2
269	Kongres Hrvatskog saveza udruga osoba s tjesesnim invaliditetom
270	Sjednica Hrvatskog aktuarskog društva
271	Konferencija: Zdravstvo temeljeno na praćenju ishoda liječenja
272	Mazda sastanak
273	Sastanak Hrvatskog olimpijskog odbora
274	Sastanak Centra za razvoj i ulaganja d.o.o.
275	Konferencija Hrvatskog sindikata telekomunikacija
276	Sastanak Udruge Ludruga
277	20. Srednjoeuropska konferencija o kriptologiji
278	Sastanak Novartis
279	Sjednica Hrvatskog strukovnog sindikata kontrolora letenja
280	Edukacija Vrhunsko poslovno pregovaranje
281	Sastanak Sandoz
282	Sastanak Komore psihoterapeuta
283	TEB radionica
284	Završna konferencija EU projekta "Integriran pristup skrbi za starije osobe u kući (CrossCare)
285	1. Hrvatska konferencija o vinskom marketingu
	<b>Srpanj</b>
286	CFO konferencija: Večera za žene u financijama
287	Easy Life radionica

288	Sastanak hrvatske zajednice računovođa
289	Sastanak Pro Putuj
290	4. industrijska revolucija: Smarter & Greener Forum
291	Konferencija: Summer Pool party by women in Adria
292	Easy Life radionica
293	Sastanak Novartis
294	Sastanak Zajednice susret
295	Sastanak Phoenix Farmacija
296	Skupština Hrvatskog olimpijskog odbora
297	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu
298	Sastanak Interkapital vrijednosni papiri
299	Sastanak Pro Putuj
300	9. konferencija: Energetska budućnost Hrvatske
301	Sastanak ATI
302	Sastanak Hrvatske odvjetničke komore
303	Konferencija "Zaposlena"
304	Konferencija: Zagrebačka županija - Pametna županija (Smart Country)
305	Sastanak Hrvatskog skijaškog saveza
306	17. Hrvatski seminar o tlačnoj opremi
307	Atalian sastanak
308	Sastanak Atlas
309	Skupština Hrvatske udruge poslodavaca
310	6. Europski žanrovski forum
311	Skupština Hrvatskog telekoma
312	Sastanak Centra za razvoj i ulaganja
313	Sastanak Podravka
	<b>Kolovoz</b>
314	Sastanak Fidelio DM oprema
315	Sastanak Hrvatskog atletskog saveza
316	Sastanak Vermilion
317	Travel Air Orona Meeting
318	Sastanak Fidelio DM oprema
319	Konferencija Zajednice susret
320	Sastanak Hrvatskih izvoznika
321	Sastanak ATI
322	Skupština Hrvatske udruge poslodavaca
323	Sastanak Granolio
324	Radionica Udruge za kreativni socijalni rad
325	Radionica Bizz putovanja
326	Sastanak Astrazeneca
	<b>Rujan</b>
327	Sastanak Poliklinike Rotim
328	Sastanak Udruge za autizam Zagreb
329	13. Hrvatski onkološki kongres
330	VII istraživački dani Visoke policijske škole
331	Sastanak Essity Croatia
332	5. Zagrebački sigurnosni forum: Hibridne prijetnje i ratovi u 21. stoljeću
333	Konvencija Hrvatskih izvoznika
334	Mazda Launch
335	Sastanak Benefit Systems
336	TEB radionica
337	Orbico d.o.o.
338	Konferencija: Tajne željeza - od sirovine do željeznog predmeta
339	Tele 2 radionica
340	Sastanak Psihika
341	Konferencija: Vodik u energetskej tranziciji
342	Sastanak Pro Putuj
343	Tele 2 radionica
344	Sastanak AirPass
345	Sastanak Saveza psihoterapijskih udruga Hrvatske
346	Sastanak Konfa Media
347	Sastanak Cymedica
348	Treća europska konferencija o otuđenju( EPAP)
349	Regionalna konferencija EMAC 2020
350	Konferencija Toraks 2020
351	Sastanak Djoca Travel
352	Znanstveni simpozij: Tekstilna znanost i gospodarstvo 2020
353	Sastanak Bizz putovanja
354	RBA sastanak
355	Sastanak Lexpera
356	Konferencija o palijativnoj medicini "Ostanite uz mene"
357	Konferencija: Mjerodavno pravo u prekograničnim insolventcijskim postupcima
358	31. Simpozij o fuzijskoj tehnologiji (SOFT 2020)
359	TEB radionica

360	TEB radionica
361	Tele 2 radionica
362	Konferencija: Sigurna mjesta i nesmetan razvoj djece
363	Hrvatska 4.0 - konferencija o novim tehnologijama, robotizaciji i automatizaciji u industriji i zgradarstvu
364	Sastanak Sandoz
365	Skupština Hrvatske gospodarske komore
366	28. godišnji simpozij društva za nelinearnu dinamiku i ekonometriju
367	Sastanak Air Pass
368	Tele 2 radionica
369	Sastanak Hrvatskog saveza udruga pravnika
370	Tele 2 radionica
371	Sastanak Tele 2
372	Konferencija Open Dana Hackathon
373	Konferencija Notitia
374	Sastanak Luxotica
375	Sastanak Lundbeck
376	Radionica Udruge MI
377	Sastanak Addiko banke
378	Sastanak Fakulteta strojarstva i brodogradnje
	<b>Listopad</b>
379	8. hrvatski kongres hematologa
380	Sastanak Luxottica
381	Konferencija LEAP Summit 2020
382	11. kongres koordinacije hrvatske obiteljske medicine
383	Konferencija "Dijalog o proširenju Europske unije"
384	Generalna skupština Perfect Meeting GS1
385	Sastanak Hrvatskog školskog sportskog saveza
386	9. simpozij "Školski sport"
387	Sastanak Zajednice udruga hrvatskih civilnih stradalnika
388	Sastanak Pragma komunikacije
389	STSI sastanak
390	Sastanak Rotary Club Zagreb Maksimir
391	Novartis sastanak
392	Quaestus sastanak
393	Radionica Agencije EMAS
394	Kongres Pastor Tva d.d.
395	Climbuild projektni sastanak
396	Izborna skupština HOO-a
397	Tele2 radionica
398	Volvo sastanak
399	Stručne radionice: Socijalno se uključi i zaposli - SUZI
400	Konferencija: Smart Industry: Pametnim ind. do održivog rasta hrvatskog gospodarstva
401	Skup o adekvatnoj uporabi Birads-a
402	Sastanak Veleposlanstva Malezije
403	Skup: Jačanje poslovanja društvenih poduzetnika
404	Magros 2020 konferencija - Povratak u budućnost
405	Trening mladih s invaliditetom o neovisnom življenju
406	Sastanak Pfizer
407	Sastanak Concorda
408	45. Skupština Hrvatskog Knjižničarskog društva: Knjižnice u doba krize
409	Konferencija "Nova era prometa"
410	Sastanak Hrvatskog telekoma
411	Sastanak Zagrebačkog nogometnog saveza
412	Konferencija: Power of Data
413	ASOO radionica
414	Bizz travel sastanak
415	Prvi kongres mladih Roma
416	SFeraKon 2020
417	Sastanak Zagrebačkog judo saveza
418	Psihika trening
419	Radionica EU Agencije EMAS
420	Skupština Regionalne udruge nezavisnih diskografa
421	Konferencija BUG
422	Sastanak Ministarstva unutarnjih poslova
423	Seminar Addiko banke
424	Konferencija: Izazovi žena u poslovanju za vrijeme krize
425	Abbvie sastanak
426	Konferencija "Snažno u zajedništvu"
427	AI2FUTURE konferencija
428	The 3rd International Statistical Conference in Croatia (ISCCRO 2020)
429	Seminar Case
430	Simpozij: Važnost cijepljenja i prilagodba terapije za osobe sa šećernom bolešću za vrijeme Covid19
431	International Committee for Design History and Design Studies (ICDHS)
432	Sastanak Rotary Club Zagreb Maksimir

433	Sastanak Podravka
434	Findos sastanak
435	TEB radionica
436	Sastanak Klinička iskustva u prevenciji RSV infekcije
437	Blue Sea Capital sastanak
438	ASOO radionica
439	Progressive FMCG retail konferencija
440	15. konferencija o nabavi: Nabava za novo normalno
441	9. hrvatski kongres nefrologije, dijalize i transplantacije
442	Europa dizajnirana za gluhoslijepe osobe
443	STSI sastanak
444	Sastanak Pliva
445	Prvi međunarodni sastanak" Sport kao alat u socijalizaciji i razvoju vještina osoba s autizmom
446	Sastanak Hrvatskog pravnog centra
447	SO.CAP Original sastanak
448	WIC radionica
449	Konferencija: Zagreb bankarsko i financijsko središte u novom normalnom
450	5. Zagrebačka Fabry škola
451	ProPutuj sastanak
452	Sastanak Centra za razvoj i ulaganje
453	Sastanak Hrvatskog olimpijskog odbora
454	DM oprema sastanak
	<b>Studeni</b>
455	Sastanak Pfizer
456	MSD sastanak
457	4. Investicijski forum zdravlja, sporta i turizma Adriatic regije
458	Znanstveno stručni skup: Meteorološki izazovi
459	Tridea konferencija
460	Četvrti hrvatski iseljenički kongres
461	Sastanak Hrvatskog ureda za osiguranje
462	Sastanak Foruma za socijalna pitanja EUROCITIES
463	12. konferencija o DOP-u
464	Sastanak Eli Lily
465	DARIARH Annual Event 2020
466	3. međunarodni kongres o sigurnosti i kvaliteti hrane "Hrana, zdravlje i klimatske promjene"
467	Sastanak Montpellier Castelnau Volley UC
468	Virtualni sastanak World Bank
469	Forum zagrebačkih ugostitelja 2020
470	Sastanak Hrvatskog društva za internističku onkologiju
471	STSI sastanak
472	1. Hrvatski kongres o upalnim bolestima
473	Sastanak MMK Systems
474	Meeting G2.6 Najbolji kad je najteže
475	Konferencija o planiranju nemotoriziranog prometa - jučer, danas, sutra
476	Sastanak Zaprozje HC
477	Opera Europa Forum: Opstanak najjačih
478	Adria Business Network
479	Mini hibridna konferencija projekta PRI-MJER
480	EURO CASE godišnja konferencija 2020
481	Konferencija: Marija Jurić Zagorka - život, djelo nasljeđe
482	10. međunarodna konferencija o učenju za poduzetništvo ICEL
483	GALP konferencija - Od Leana do industrije 4.0
484	WIC radionica
485	12. kongres Hrvatskog društva za internističku onkologiju HLZ-a
486	Konferencija Hanza Smart & ECO CITY
487	Sastanak Tele 2
488	1. međunarodna konferencija za razvoj ruralnog turizma
489	Konferencija: Hotel Operations weekend (HOW) 2020
490	Radni sastanak Konzorcija Hrvatska - Slovenija za uvođenje vodika kao novog energenta
491	Sastanak Hrvatskog pravnog centra
492	STSI sastanak
493	Konferencija Lider invest: Izbor najboljih proizvodnih investicija
494	49. Simpozij Hrvatskog društva za dječju neurologiju
	<b>Prosinac</b>
495	XII. Kongres hotelijera
496	Sastanak COMBIS
497	8. Međunarodna konferencija ERGONOMICS 2020
498	7. konferencija: Zagreb Connect
499	8. međunarodna konferencija Metodologija i Arheometrija
500	Edukacija: Implant surgical procedures for socket type in aesthetic zone
501	17. znanstveni simpozij "Dermatologija u općoj i specijalnoj dermatologiji"
502	Perfect Meeting generalna skupština GS1
503	Godišnji sastanak HGD 2020
504	7. kongres sudenata psihologije "Psihoziji"

505	WIC radionica
506	WinDays20 konferencija
507	TEB radionica
508	Forum Hrvatske kongresne industrije
509	Konferencija ITER VITIS
510	Uvodna konferencija zagrebačkog bijenala suvremene umjetnosti
511	Digitalno zdravlje: etička, pravna i društvena perspektiva za održivu budućnost
512	Croatian Student Summit 16 (CROSS16)
513	Secure Tech 2020
514	AMM sastanak kreativne industrije Global instituta
515	4. simpozij: Radiologija u hitnoj kliničkoj praksi
516	Winter Holidays Open 2020
517	Konferencija tržišta kapitala nakon Covid 19
518	TEDxZagreb 2020
519	Sastanak Hrvatskog šahovskog saveza
520	Sastanak Saveza društava naša djeca