



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA ZA 2021. GODINU

Zagreb, ožujak 2022.

Sadržaj

Skraćeni pregled	03
------------------------	----

Struktura aktivnosti

1. Istraživanje i strateško planiranje.....	13
2. Razvoj turističkog proizvoda.....	13
3. Komunikacija i oglašavanje.....	19
4. Destinacijski menadžment.....	32
5. Članstvo u strukovnim udrugama.....	33
6. Administrativni poslovi.....	33
Prihodi.....	34
Rashodi.....	39
Rekapitulacija.....	42

Prilozi

Prilog 1. Statistika noćenja i dolazaka turista.....	43
Prilog 2. Potpore događanjima.....	45
Prilog 3. Kandidature za stručne skupove i potpore skupovima i projekti.....	52
Prilog 4. Marketinški projekti, financijske potpore i poslovne suradnje.....	53
Prilog 5. Potpora razvoju DMO-a.....	54
Prilog 6. Sajmovi	55
Prilog 7. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	56
Prilog 8. Brošure i suveniri.....	56
Prilog 9. Turističko informativni centri	57
Prilog 10. Materijalni troškovi – Turistički ured.....	60
Prilog 11. Statistika održanih poslovnih skupova prema evidenciji TZGZ.....	61

SKRAĆENI PREGLED

Izvrješće o ostvarenju Programa rada za 2021. godinu i financijsko izvješće Turističke zajednice grada Zagreba (TZGZ), prikaz je obavljenih aktivnosti tijekom 2021. godine, ostvarenih u skladu s Programom rada i financijskim planom za 2021. godinu i sukladno odlukama Turističkog vijeća i Skupštine TZGZ-a te cjelokupnim zakonskim okvirom koji uređuje rad turističkih zajednica.

Očekivanja za 2021. godinu su bila vrlo oprezno postavljena zbog svih okolnosti vezanih za pandemiju korona virusa koji su se nastavili i u 2021. godini. Pandemija koronavirusa je imala i još uvijek ima globalni utjecaj koji se, možda, najviše i odrazio na turistički sektor. Cijeli svijet je više puta ulazio u razdoblja dugotrajnog *lockdowna*, koja su uz oslabljenja tijekom ljeta, ponovno uvedena u jesenskom razdoblju. Uz pandemiju, na turističku industriju se i dalje odražavaju posljedice potresa koji su prouzročili 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 pojava turističke destinacije te upravljalo turističkim kretanjima na najbolji mogući način.

Turistički dolasci i noćenja u 2021. godini su ostvareni i realizirani kao 85% više dolazaka (639.628) i 75% više noćenja (1.412.425) u odnosu na 2020. godinu. U 2021. godini ostvareno je 44% dolazaka i 53% noćenja u odnosu na 2019. godinu. U dolascima 2021. godine su na prvom mjestu gosti iz Njemačke, zatim slijede gosti iz SAD-a, Italije i Poljske. U noćenjima 2021. godine na prvom mjestu su gosti iz Njemačke, zatim slijede gosti iz SAD-a, Italije i Francuske.

Prema podacima TZGZ-a ukupni smještajni kapaciteti u hotelima 2021. godine smanjeni su za 4,35% u odnosu na 2020. godinu, u hotelima s 5 zvjezdica smještajni kapacitet je ostao isti, dok se za 1,96% povećao smještajni kapacitet u hotelima s 4 zvjezdica, ostao isti u hotelima s 4/3 zvjezdica, smanjenje od 29,92% 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 nekategoriziranih hotela (Hotel Novi Zagreb), zatvaranjem hotela (Hotel Holiday, Hotel I, Hotel Ilica i Hotel Rebro) te promjene smještajnih kapaciteta nakon provedenog upravnog postupka ponovne kategorizacije (TIMEOUT Heritage Hotel Zagreb i Hotel Blue).

SMJEŠTAJNI KAPACITETI									
HOTELI	2021			2020			index'21./'20.		
	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*	24	2.118	3.752	23	2.082	3.680	104,35	101,73	101,96
4/3*	2	32	62	2	32	62	100,00	100,00	100,00
3*	29	928	1.724	33	1.338	2.460	87,88	69,36	70,08
2*	3	117	242	3	117	242	100,00	100,00	100,00
nema kateg.	5	381	649	5	202	376	100,00	188,61	172,61
Ukupno:	68	4.664	8.594	71	4.859	8.985	95,77	95,99	95,65

U 2021. godini broj privatnih smještajnih objekata smanjio se za 5,17% u odnosu na 2020. godinu, njihov broj smještajnih jedinica smanjio se za 4,43% i njihovi smještajni kapaciteti smanjili su se za 4,65% u odnosu na 2020. godinu.

PRIVATNI SMJEŠTAJ								
2021			2020			index'21./'20		
Broj objekata	broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj objekata	broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj objekata	broj smještajnih jedinica	Postelje
2.240	3.386	7.979	2.362	3.543	8.368	94,83	95,57	95,35
2.240	3.386	7.979	2.362	3.543	8.368	94,83	95,57	95,35

U 2021. godini zabilježili smo pad broja hostela za 4,17% i pad njihovih smještajnih kapaciteta za 4,70% u odnosu na 2020. godinu.

HOSTELI	2021		2020		index'21./'20.	
	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje
	46	2.108	48	2.212	95,83	95,30
Ukupno:	46	2.108	48	2.212	95,83	95,30

I u 2021. 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 2021. 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 2021. godinu, usvojene su i izmjene i dopune kako bi se što realnije odgovorilo novonastalim situacijama kako na prihodovnoj, tako i na rashodovnoj strani, a posebno nakon odluke da se provode adventske aktivnosti. 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 2021.-2023. kroz prilagodbe:

Kvalitativni ciljevi:

1. Daljnji razvoj razloga dolaska u destinaciju
 - Aktivacija nedovoljno iskorištenih turističkih resursa i nastavak razvoja ključnih turističkih proizvoda destinacije, uključujući inicijative cjelogodišnjeg turizma
 - Poduzimanje aktivnosti koje pridonose snažnijem pozicioniranju Zagreba kao *city-break* i poslovno-kongresne destinacije na turističkom tržištu
 - Obogaćivanje turističke ponude kroz diversifikaciju motiva dolazaka i ciljnih tržišnih segmenata

2. Pružanje podrške razvoju suvremene kulturne scene
 - Potpora inovativnim i kreativnim kulturnim inicijativama koje doprinose diferenciranosti Zagreba na turističkom tržištu
 - Snažnija marketinška komunikacija elemenata suvremene kulturne scene destinacije
3. Daljnji razvoj turističkog brenda destinacije i sustava upravljanja destinacijom
 - Sustavno unaprjeđivanje ključnih elemenata turističkog brenda destinacije
 - Frekventnija upotreba ključnih elemenata brenda destinacije u marketinškoj komunikaciji
 - Aktivna komunikacija i suradnja s B2B segmentom tržišta s ciljem ostvarivanja integrativnog modela upravljanja destinacijom
 - Modernizacija i digitalizacija poslovnih procesa u kontekstu upravljanja destinacijom kroz implementaciju inovativnih tehnoloških rješenja

Kvantitativni ciljevi:

4. Povećanje udjela tržišta iz okruženja u turističkom prometu
 - Stavljanje primarnog fokusa marketinških aktivnosti na privlačenje gostiju s tržišta iz okruženja
 - Kreiranje i diseminacija fokusiranih online i offline marketinških kampanja prema ciljnim segmentima tržišta
 - Postizanje kontinuirane prisutnosti na definiranim tržištima iz okruženja
5. Produživanje boravka gostiju u destinaciji na 2 noći
 - Daljnji razvoj turističke ponude destinacije s ciljem zadržavanja gostiju u destinaciji
 - Suradnja s turističkim destinacijama iz okruženja u kontekstu zajedničke promocije turističkih proizvoda i iskustava
 - Snažnija marketinška komunikacija turističkih proizvoda i iskustava koji doprinose produljenju boravka gostiju u destinaciji
6. Oporavak tradicionalnih emitivnih tržišta
 - Kontinuirano održavanje vidljivosti destinacije na tradicionalnim emitivnim tržištima
 - Kreiranje i diseminacija fokusiranih marketinških kampanja prema ciljnim segmentima tržišta
 - Ponovno uspostavljanje tradicionalnih i definiranje novih marketinških kanala komunikacije za doseganje identificiranih emitivnih tržišta

1. Daljnji razvoj razloga dolaska u destinaciju

Kako se Grad Zagreb pozicionira kao vodeća srednjoeuropska destinacija suvremene kulturne scene s bogatom ponudom inovativnih urbanih događanja tijekom cijele godine i vibrantnom gradskom atmosferom, tijekom godine su, unatoč pandemiji, podržana brojna događanja. Tako su, uz poštivanje važećih epidemioloških mjera, brojni domaći i strani gosti mogli uživati u različitim događanjima, od kulturnih, eno i gastronomskih do zabavnih i sportskih. Unatoč izazovnoj poslovnoj godini za turističku industriju, nastavilo

se s razvojem najvažnijih proizvoda, a poseban naglasak stavljen je na daljnji razvoj kulturnog turizma, inovativnih i kreativnih događanja te ljetne gradske scene s boutique događanjima, primjerenim situaciji.

Po prvi puta je uspješno realizirano i novo, već duže planirano događanje, Artupunktura, koje ima za cilj pozicioniranje Zagreba kao središta suvremene kulturne scene te povećanje broja dolazaka u jesenskom periodu. Projekt je partnerski koncipiran kao platforma koja okuplja različite kulturne izričaje, a zajednički predstavlja novu ponudu kao ključni razlog dolaska u Zagreb. Svi podržani projekti i događanja, koji se kroz godine razvijaju i rastu kvalitativno, prateći nove trendove u prezentiranju kulture i tradicije na svjetskom turističkom tržištu doprinose razvoju Zagreba kao prepoznatljive urbane i moderne turističke destinacije.

Sukladno planiranom, nastavljeno je s profiliranjem projekta Advent Zagreb, kao planski vođene i osmišljene manifestacije s naglaskom na kulturni turizam. Advent Zagreb realiziran je u uskoj koordinaciji svih dionika/institucija, s obzirom na situaciju s pandemijom te uz uvažavanje lokalnog stanovništva i prostornih kapaciteta kao i gradske infrastrukture. *Lightmotive* Adventa su bile hrvatske tradicionalne igračke koje su pobuđivale emociju i na taj način je stvoren poseban ugođaj atmosfere zajedništva i nade. Advent Zagreb je razvijan i nadalje kao ključan razlog dolaska u zimskim mjesecima te se i ove godine radilo, ne samo na razvoju doživljaja, već i na uključivanju dionika iz područja turizma – hotelske i ugostiteljske industrije. Tako su i razvijene posebne inicijative koje je TZGZ podržala – posebne adventske hotelske ponude, kao i projekt Jingle Mingle unutar projekta Zagreb Mingles.

Iako Festival svjetla Zagreb nije održan, inozemnim gostovanjem festivalske instalacije, praćenjem trendova i konkurencije se nastavilo s kvalitativnim razvojem festivala. Festival svjetla Zagreb predstavlja bitno strateško događanje kojim se Zagreb pozicionira kao inovativna i kreativna destinacija te utječe na povećanje noćenja i dolazaka u periodu niske sezonalnosti.

TZGZ je podržala niz novih projekata koje predstavljaju potencijalni razlog dolaska – posebno se ističe podržavanje velikih izložbi poput Murtić 100, ali i ostvarila marketinšku suradnju za nove sportske projekte poput održavanje utrka WRC-a u Zagrebu.

S ciljem pozicioniranja Zagreba kao poslovno-kongresne destinacije, a u kontekstu pandemije koja je globalno najviše pogodila upravo ovaj segment TZGZ je aktivno podupirala organizatore skupova. Zagreb je prezentiran na svim najvažnijim kongresnim burzama i radionicama, te posebnim događanjima namijenjenim korporativnom sektoru i predstavnicima međunarodnih asocijacija koji planiraju ili imaju utjecaj na odluke o održavanju sastanaka, konferencija i drugih skupova svojih organizacija.

Provedba aktivnosti vezanih za pozicioniranje Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma s posebnim naglaskom na medicinski turizam u 2021. godini odrađena je u smanjenom opsegu u odnosu na planirano. Od planiranih online i offline kampanja provedeno je offline oglašavanje u nekoliko tiskovnih publikacija. Sudjelovanje na profiliranim sajmovima ovisilo je o ograničenjima u putovanjima i održavanju istih. Usporedno, dana je potpora subjektima zdravstvenog turizma kroz pokrivanje dijela troška studijskih putovanja agenata zdravstvenog turizma. U svakom slučaju prisutnost u području promoviranja Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma je održana za brzu reakciju prilikom otvaranja tržišta nakon pandemije.

2. Pružanje podrške razvoju suvremene kulturne scene

Posebna pažnja u promociji u protekloj godini posvećena je promociji kulturnih i umjetničkih sadržaja. Od planiranih aktivnosti ostvarena je kampanja za američko tržište sa Smithsonian Magazine na portalu i u tisku. U sklopu te kampanje promovirana je Artupunktura, nova manifestacija/platforma za kulturu i umjetnost u jesen, zamišljena kao jedno od velikih događanja koje će pozicionirati grad Zagreb kao kreativno središte i odredište urbane kulturne scene, a za koju je provedena i zasebna online i offline kampanja. Artupunktura kao platforma upravo i predstavlja razvoj suvremene kulturne scene te omogućuje uključivanje partnera koji, možda u redovnom tijeku stvari, ne bi bile okupljene pod istu oznaku. Također, uz navedene kampanje promovirano je jedno od najznačajnijih kulturnih događanja u proljeće 2021. godine - izložba Murtić 100, održane u Hrvatskom društvu likovnih umjetnika.

Nastavljeno je i s prošlogodišnjim uspješno pokrenutim projektom izložbe proširene stvarnosti (AR) tijekom Adventa pa su tako korištene animirane tradicionalne igračke kao motiv Adventa Zagreb, a postavljene su na 10 lokacija u gradu i to u parkovima, trgovima i velikim otvorenim prostorima. Sve navedeno je popraćeno s kampanjom na društvenim mrežama.

Projekt Ulični triptih stvorio je jedinstvenu galeriju na otvorenom, dostupnu svima, a koja je tijekom godine predstavila originalne radove poznatih street art umjetnika te istovremeno uljepšala i revitalizirala zagrebačke ulice. Projektom oslikavanja javnih slavina, zagrebačkih Željeznih Franceka, Pimp my pump, osim daljnjeg razvoja street art scene stavljen je fokus na održivi i regenerativni turizam.

3. Daljnji razvoj turističkog brenda destinacije i sustava upravljanja destinacijom

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

Komunikacija i suradnja s B2B segmentom tržišta s ciljem ostvarivanja integrativnog modela upravljanja destinacijom ostvarena je kroz planiranje i organizaciju relevantnih kulturnih i ostalih događanja te kontinuiranim poticanjem razvoja turističkog proizvoda putem Javnog poziva za prikupljanje prijave za sufinanciranje u 2022. godini. Uz navedeno otvoreni su dodatni kanali komunikacije s pružateljima usluga organiziranih putovanja u vidu specijaliziranih newslettera. Slanje specijaliziranih newslettera prema dionicima u kongresnoj industriji, pokrenuto u 2020. godini, nastavljeno je i u 2021. godini. Na korporativnim stranicama TZGZ konstantno su objavljivane aktualne novosti iz destinacije.

Turistička zajednica grada Zagreba se kroz svibanj i lipanj 2021. godine aktivno uključila u proces procjepljivanja turističkih djelatnika na području grada Zagreba, iniciranog od strane Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske, koji se odvijao na Zagrebačkom velesajmu. Kroz ovaj proces cijepljeno je preko 2000 turističkih djelatnika, najviše iz hotelske industrije, a zatim slijede privatni iznajmljivači te ugostitelji.

Kao odgovor na potrebe posjetitelja i specifičnosti putovanja u vrijeme pandemije, tijekom 2021. godine, organizirano je testiranje stranih posjetitelja Zagreba vikendima i blagdanima. Od travnja kada je počelo testiranje do kraja godine, ukupno je testirano 1.328 posjetitelja, a sve kako bi se omogućio lakši povratak turista u domicilne zemlje.

Također, Nastavni zavod za javno zdravstvo „dr. Andrija Štampar“, Turistička zajednica grada Zagreba i Grad Zagreb u prosincu 2021. godine su usuglasili unaprjeđenje organizacije rada Cijepnog punkta Velesajam, a vezano uz cijepljenje stranih državljana. S obzirom na pojačan dolazak stranih gostiju u Zagreb u svrhu cijepjenja te s namjerom da im se pruži ugodan boravak i efikasno te lako dostupno cijepljenje, u dogovoru s nadležnim tijelima, a uz potporu TZGZ, osnažili su se kapaciteti na Zagrebačkom Velesajmu pa su se tako svi strani državljani mogli cijepiti na posebno označenom cijepnom punktu Velesajam

Isto tako, realiziran je projekt edukacije policijskih službenika o najpotrebnijim informacijama o Zagrebu. Edukaciju je popratila izrada pratećeg udžbenika na engleskom jeziku namijenjenog edukaciji policijskih djelatnika te svih dionika u sustavu turizma, a koji su u neposrednom kontaktu s posjetiteljima.

Na web stranicama infozagreb.hr, konstantno prateći situaciju, rađene su preinake te se prezentirao sadržaj prilagođen situaciji. Tijekom godine definirana je nova struktura weba i započeto je s redizajnom web stranice infozagreb.hr. Kompletni redizajn stranice je prebačen na 2022. godinu s obzirom na to da realizacija nije bila moguća zbog otežanih uvjeta rada.

U protekloj godini nastavljeno je s nadogradnjom sustava online prijava projekata za sufinanciranje, započeto je s radom na internom sustavu razmjene informacija poput fotografija, videa, predmetnih ugovora i zabilješki, a u svrhu bolje komunikacije među odjelima korišteni su i Google-ovi alati. 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. U sklopu tog projekta realiziran je redizajn www.tzgz.hr internet stranica na kojima se nalazi digitalni obrazac. Radi lakšeg upravljanja, pokrenut je i sustav za pohranu i dijeljenje cjelokupnog foto i video materijala, a sve kako bi se ubrzao proces izbora i razmjene fototeke. U 2021. godini nastavljeno je sa prilagodbama Web administratora – CMS (Content Management System) za sve web stranice u vlasništvu TZGZ kako bi se olakšalo upravljanje sadržajem i uređivanjem stranica.

U edukaciji lokalnog stanovništva kao važnog dionika razvoja turističke destinacije realiziran je projekt Kultura turizma u srednjim školama na području grada Zagreba, kako bi se, edukacijom učenika srednjih škola podigla svijest o vlastitom gradu kao turističkoj destinaciji te upoznalo mlade s turističkim, povijesnim, kulturnim i prirodnim potencijalima Zagreba.

Usprkos otkazivanju 2020. godine, EXPO Dubai održao se od listopada 2021. godine kao središnje svjetsko događanje za promociju i prezentaciju kulture i baštine. Najveća svjetska izložba tako se po prvi puta održala na području Ujedinjenih Arapskih Emirata. Korištenjem tehnologije proširene stvarnosti TZGZ je na EXPO-u, na interaktivan, ali i održiv način, predstavila Advent Zagreb kao svoj najznačajniji turistički proizvod. Naime, AR smisljeno obogaćuje fizički prostor, bez ikakvih intervencija, što je u duhu slogana ove najveće svjetske izložbe „Povezivanje umova, stvaranje budućnosti“. Ujedno, na 13 lokacija EXPO-a su prikazane video projekcije kojima je promoviran Advent na suvremen i moderan način kroz zagrebačku baštinu.

TZGZ je 2021. godinu započela kampanjom Zagreb voli zeleno koja je realizirana u suradnji s Međunarodnom zračnom lukom Zagreb, imajući u vidu da je Zagreb destinacija s brojnim zelenim površinama koje su zaštićeni spomenici parkovne

arhitekture te kao takvi čine neizostavni dio kulturne ponude grada. U prostoru za dolazak putnika postavljena je izložba s djelima poznatih hrvatskih fotografa.

4. Povećanje udjela tržišta iz okruženja u turističkom prometu

Sukladno cjelokupnoj situaciji i ograničenjima u putovanjima u offline i online kampanjama zadržan je kontinuirani fokus na domaćem tržištu kao i na tržištima u okruženju i ostalim europskim tržištima dostupnim s više različitih oblika prijevoznih sredstava. Komunikacija je obuhvaćala dosadašnje ciljane segmente navedenih tržišta uz dodatak novih poput onih zainteresiranih za aktivni, obiteljski turizam te digitalne nomade.

5. Produživanje boravka gostiju u destinaciji na 2 noći

U svrhu ispunjavanja ovog cilja nastavljena je suradnja s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije (TZZŽ) kroz suradnju na projektu Around Zagreb. Također, dodatno je ostvarena i suradnja sa najvažnijim svjetskim restoranskim vodičem Michelin na njegovom portalu i društvenim mrežama s naglaskom na gastronomsku ponudu Zagreba i okolice. Nakon uspješne suradnje TZGZ i TZZŽ u 2020. godini, u 2021. na inicijativu TZGZ-a, projekt Around Zagreb proširio se i na suradnju s Turističkom zajednicom Krapinsko-zagorske županije. Projekt je zamišljen i realiziran u svrhu duljeg zadržavanja gostiju u destinaciji, kao i praćenja navika i načina putovanja posjetitelja tijekom pandemije. Kroz enogastronomsku te kulturnu ponudu, tradiciju i ideje za izlete, provedena je jedinstvena destinacijska kampanja na emitivnim tržištima, a sadržaj na web stranicama projekta koristit će se i za komuniciranje u svim budućim kampanjama.

Pandemija koronavirusa uzrokovala je izniman skok rada od kuće (remote work) ili na daljinu te na taj način u prvi plan stavila digitalne nomade, koji postaju zanimljiviji mnogim zemljama i odredištima, a koje ih reguliranjem njihovog statusa i drugim uvjetima nastoje privući kao dio aktivnosti prema oporavku. Turistička zajednica grada Zagreba u lipnju 2021. godine organizirala je sedmodnevnu konferenciju pod nazivom Zagreb Digital Nomad Week kao i Ambassador projekt gdje je kroz šest mjeseci ugostila svaki mjesec po jednog nomada iz različitih zemalja, a koji je kroz vrijeme provedeno u Zagrebu promovirao grad kao idealnu destinaciju za život i rad digitalnih nomada kroz svoje kanale komunikacije kao i kroz zajednice digitalnih nomada.

6. Oporavak tradicionalnih emitivnih tržišta

U 2021. godini zadržana je vidljivost na većini tradicionalnih emitivnih tržišta, dok je na tržištima poput Velike Britanije i Španjolske smanjenja pojavnost zbog ograničenja u putovanjima i teškoj dostupnosti. Na tržištu poput SAD-a otvoreni su novi kanali komunikacije zbog olakšanog ulaska njihovih državljana u Republiku Hrvatsku u odnosu na ostatak konkurentnih destinacija čime je zadržana pozicija na tržištu. Obraćanjem širem ciljanom segmentu spomenutog tržišta osigurana je bolja pozicija za širenje tržišnog udjela u odnosu na konkurente.

U 2021. godini provođeno je koordinirano i sustavno oglašavanje u vidu online oglašavanja, oglašavanja u tiskanim medijima, nastupima na sajmovima i sudjelovanja na radionicama i prezentacijama. Intenzitet oglašavanja je uvelike ovisio o

epidemiološkoj situaciji te sukladno istom su birana i tržišta. Za razliku od dosadašnjih godina, veća pažnja bila je posvećena domaćem tržištu. Također, ciljana tržišta birana su i po principu dostupnosti destinacije s više različitih oblika prijevoznih sredstava.

Kongresno-poslovni segment ponude predstavlja svakako jedan od najpogođenijih pandemijom koja je značajno obilježila 2021. godinu i utjecala na organizaciju skupova i drugih vrsta poslovno uvjetovanih i korporativnih putovanja. Godinu je obilježilo otkazivanje, odnosno odgoda prethodno planiranih skupova ili njihov prelazak u virtualni format. Ipak, u odnosu na 2020. godinu bilježi se pozitivan pomak u broju održanih poslovnih skupova. Prema podacima i evidenciji TZGZ-a, evidentirano je 664 poslovnih skupova od čega je 19% održano u virtualnom ili hibridnom obliku, što je 28% više skupova u odnosu na 2020. godinu. Ukupno je zabilježeno 50.106 sudionika od čega je 15.869 sudjelovalo virtualno.

Provodile su se aktivnosti na vodećim kongresno-incentive burzama, te se u suradnji s HTZ-om ili samostalno sudjelovalo na burzi Conventa u Ljubljani, IMEX America i IBTM u Barceloni. Posebno se izdvaja burza MEETEX koja se organizira uz potporu TZGZ, a koja je u 2021. godini organizirana u svojevrsnom hibridnom formatu na način da su sastanci s kupcima u ožujku organizirani virtualno, a u srpnju je za najbolje ocijenjene kupce od strane izlagača organizirano studijsko putovanje u Hrvatsku i Zagreb.

Nastavljen je rad s domaćim putničkim agencijama kako bi se dodatno poticao organizirani dolazak u Zagreb. Suradnja se očitovala u zajedničkoj prisutnosti na sajmovima i poticanju suradnje s partnerskim stranim organizacijama kroz dovodenje stranih agenata prodaje. Također, u svrhu pravodobne informiranosti slano je posebno izdanje newsletter-a namijenjenog putničkim agencijama i agentima kojim je komunicirana kulturna ponuda destinacije.

U svim svojim kampanjama, na svim promotivnim materijalima, web stranicama i ostalim kanalima komunikacije Turistička zajednica grada Zagreba komunicirala je nacionalnu oznaku sigurnosti Safe Stay in Croatia, provedenu od strane Ministarstva turizma i sporta, a koja za cilj ima educirati i upoznati posjetitelje i dionike u turizmu s protokolima i mjerama koje se provode u Hrvatskoj na svim razinama turističkih djelatnosti.

TZGZ je u 2021. godini nastavila sa sveobuhvatnim online i offline kampanjama Advent Zagreb i Around Zagreb dok zbog epidemiološke situacije i neodržavanja većeg broja događanja kampanja Festival svjetla Zagreb nije realizirana, a kampanja vezana za ljetna događanja i *always on* kampanje koje se odvijaju kroz cijelu godinu realizirane su u smanjenom obliku. Uspješna kampanja Zagreba kao kulturne destinacije na tržištu SAD-a u suradnji sa Smithsonian.com. nastavljena je, a kampanja s gastronomskim portalom Michelin kojom se Zagreb promovira kao gastronomska destinacija proširena je u odnosu na prethodnu godinu.

Web stranice www.aroundzagreb.hr koje su kreirane za potrebe zajedničke kampanje s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije nadograđene su i nadopunjene novim sadržajem. Na stranicama se sada uz turističku ponudu Zagreba i Zagrebačke županije predstavlja i turistička ponuda Krapinsko-zagorske županije. Rađene su veće intervencije na web stranici www.adventzagreb.hr, u sadržajnom smislu, kao i prezentaciji istog. U svrhu prezentiranja sportske ponude Zagreba izrađena je podstranica Zagreb Sport www.sport.infozagreb.hr. Stranica obuhvaća pregled aktualnih sportskih događanja, popis sportskih i rekreacijskih objekata i dvorana, prijedlog aktivnosti te povijesni osvrt na bogatu zagrebačku i hrvatsku sportsku povijest, a dostupna je na ukupno šest jezika.

Također, izrađena je i podstranica Digital Nomads in Zagreb www.digitalnomads.infozagreb.hr, koja sadrži sve važne informacije vezane uz prijave i boravak digitalnih nomada u Zagrebu. Ostale internet stranice i podstranice u vlasništvu TZGZ nadopunjavane su novim sadržajem te su se prema potrebi radile izmjene u sadržaju.

U odnosu na cjelokupno poslovanje TZGZ-a i Turističkog ureda, provedene su sve planirane aktivnosti kao što se i odgovaralo na potrebe aktualnih zahtjeva prilagodbe novim situacijama. U uvjetima pandemije, zbog nedovoljnog broja turista, ali i zbog dotrajalosti prostora te neadekvatnosti istih, zaključen je rad informativnih centara na Glavnom kolodvoru i Autobusnom kolodvoru Zagreb.

U svome radu TZGZ je i tijekom 2021. godine primijenila način postupanja u odnosu na potpore koje imaju status *de minimis* potpora i s istim postupkom je nastavljeno u 2021. godini uz nadogradnju primjene sustava praćenja i izvještavanja pri Ministarstvu financija RH.

Sudjelovanjem na međunarodnim stručnim natjecanjima, posebice na festivalima turističkog filma, nastoji se upoznati stručna tijela s turističkim potencijalima Zagreba. Za vrijeme trajanja posebnih prezentacija, online radionica i tečajeva dodjeljuju se nagradna putovanja u Zagreb, a u 2021. godini realizirana su četiri putovanja. Na filmskim festivalima te međunarodnim skupovima, TZGZ je u 2021. godini osvojila:

1. film „Blizu grada, blizu srca“ - nagrada „Silver Star“ u kategoriji „Region International“ na Međunarodnom festivalu turističkog filma Das Goldene Stadttor , u sklopu sajma ITB, Berlin, 2021.
2. TZGZ – projekt Virtualni božićni prozori, nagrada Intermedia – globe Silver na World Media Festivals, Njemačka, 2021.
3. TZGZ – projekt Zagrebački tjedan digitalnih nomada, 1. mjesto u kategoriji „Best Crossover Event“, Slovenija, 2021.
4. TZGZ – projekt Zagrebački tjedan digitalnih nomada, 1. mjesto u kategoriji „Best in Sustainability“, Slovenija, 2021.
5. film „Blizu grada, blizu srca“ – 1. mjesto u kategoriji turistička destinacija za hrvatski turistički film na Međunarodnom festivalu turističkog filma „Zagreb Tourfilm Festival“, Hrvatska, 2021.
6. film „Blizu grada, blizu srca“ – 2. mjesto u kategoriji najbolji promotivni film grada na Međunarodnom festivalu turističkog filma „Film, Art & Tourism Festival“, Poljska, 2021.

U primjeni je nova metodologija za izradu Programa rada i izvješća o izvršenju Programa rada za 2021. godinu, zaprimljena od Ministarstva turizma i sporta RH, te je u skladu s time i izrađeno ovo izvješće.

Zbog svega navedenog, može se zaključiti da je TZGZ ostvarila svrhu svog djelovanja u protekloj godini te ostvarila sve opisane ciljeve i potrebne rezultate. Turistički ured TZGZ-a je djelovao sukladno planskim i strateškim dokumentima. Redovno su se sazivale sjednice svih tijela upravljanja TZGZ-a te se postupalo sukladno svim općim aktima.

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA ZA 2021. GODINU

STRUKTURA AKTIVNOSTI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Istraživanje i analiza tržišta

U 2021. godini zbog specifičnosti situacije i svih promijenjenih okolnosti kao i nemogućnosti planiranja za koje bi temelj bila istraživanja i analiza tržišta, sredstva nisu posebno planirana.

Realizacija:

0

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda – Zdravstveni turizam

Iako u manjem obujmu zbog trenutne situacije s pandemijom koronavirusa, i u 2021. godini TZGZ je nastavila s aktivnostima razvoja i promocije zdravstvenog turizma. Predstavници TZGZ-a sudjelovali su na specijaliziranoj konferenciji zdravstvenog turizma u Abano Termama u Italiji, a u sklopu EMT konferencije i B2B radionice održana je i prezentacija Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma. Također, sudjelovali su i na CIHT konferenciji u Crikvenici u sklopu koje su održani i B2B sastanci. U planu je bilo sudjelovanje na još nekoliko specijaliziranih sajмова/konferencija, no one su zbog pandemije otkazane ili odgođene za sljedeću godinu. Planirana veća outdoor kampanja nije realizirana iz istoimenog razloga, no provedeno je offline oglašavanje u nekoliko tiskanih publikacija. Također je dana potpora subjektima zdravstvenog turizma kroz pokrivanje dijela troška studijskih putovanja agenata zdravstvenog turizma. U svrhu unapređenja ponude zdravstvenog turizma dana je *de minimis* financijska potpora poslovnom subjektu Rex Rea d.o.o. u iznosu 150.000 kuna za realizaciju online portala ponude zdravstvenog turizma u Zagrebu.

Realizacija:

185.076

Nositelji: TZGZ

2.2. Podrška razvoju turističkih događanja

2.2.1. Potpore događanjima

Okolnosti uvjetovane neizvjesnim razdobljem pandemije koronavirusa, kao i okolnosti uvjetovane posljedicama potresa u Zagrebu, neizostavno su utjecale na cjelokupni gospodarski sektor, a posebno na turizam, te su znatno promijenile uvjete i mogućnosti održavanja manifestacija. Pružena je potpora različitim događanjima na otvorenim i u zatvorenim prostorima od kojih su mnoga realizirana u prilagođenom formatu, uz poštivanje svih epidemioloških mjera. Potpore koje se dodjeljuju su savjetodavne, logističke, promidžbene i financijske, a podijeljene su na grupe: potpore projektima, eno i gastro događanja, sportska događanja, potpore u koordinaciji s Gradom Zagrebom, božićna i novogodišnja događanja, kulturni, festivalski i filmski projekti i događanja, suradnja s ustanovama i institucijama.

Potpore posebnim projektima pružaju se projektima koji sadržajem i programom doprinose novim iskustvenim doživljajima posjetitelja. Prvenstveno se odnose na razne tematske razglede grada te projekte koji na poseban način doprinose poboljšanju turističke ponude grada Zagreba. Kroz godinu podržani su tako razgledi: Zlatarevo zlato kroz šetnju i priču, Secret Zagreb, Glazbene šetnje Zagrebom, Biciklističke i pješačke ture Zagrebom te Segway City Tour Zagreb. Podržani su i tematski projekti poput Design Weeka Zagreb, niza događanja, predavanja i radionica u Muzeju prekinutih veza pod nazivom Zelene priče u čijem su fokusu biljke i zelena svakodnevnica te projekt minijaturnih instalacija Mali Zagreb. Podržani su i projekti Sit & Meet s ciljem jačanja hrvatske turističke ponude i promocije hrvatskih velikana dok je projekt Paralelni tragovi, Tvornica iz povijesti - ulaganje u kulturne promjene podržan s ciljem promocije zagrebačke baštine s građanima i posjetiteljima Grada. Zbog pandemije, nažalost, nisu se održali neki od previđenih projekata poput: Muzza science week Zagreb, Bike story Zagreb - international bicycle fair te Plac Mljac - ljetno na Trešnjevskom placu.

Zagreb svoju bogatu gastronomiju i vinsku kulturu kao važan segment turističke i kulturne ponude približava posjetiteljima kroz najrazličitije eno i gastro manifestacije pa su tako tijekom godine podržane manifestacije Mali piknik na Gornjem gradu te Vinart Grand Tasting i Vinski grad u čijem je fokusu promocija hrvatskih vina i vinarstva. Manifestacije Piknik u Maksimiru i Le Grič nisu održane zbog nedostatka financijskih sredstava iz drugih izvora financiranja.

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 zbog epidemiološke situacije odnosno preporuka nadležnih tijela, a u skladu s epidemiološkim preporukama i mjerama održale su se sljedeće manifestacije koje je TZGZ podržala: 29. Zagrebački maraton, International

Dance Open, Sirius Open - međunarodni teniski turnir za osobe s invaliditetom, IJF Judo Grand Prix Zagreb, Malonogometni turnir Kutija šibica, Croatian Grand Chess Tour i drugi.

Dio predviđenih potpora, kao i prethodnih godina, dodjeljivao se projektima i manifestacijama u koordinaciji s relevantnim gradskim uredima, uz napomenu da su ta događanja bila od posebnog utjecaja na turizam grada Zagreba. Turističko vijeće TZGZ je svaku preporuku Grada posebno razmotrilo i donijelo konačnu odluku o pružanju potpore pojedinoj manifestaciji, a sve u cilju valorizacije kvalitete i značaja manifestacije te izbjegavanja preklapanja pojedinih potpora.

TZGZ je kroz razne vidove oglašavanja promovirala turističku ponudu grada Zagreba u suradnji s pojedinim sportskim klubovima od međunarodnog značaja, a na prijedlog Grada Zagreba. Različiti oglašivački paketi omogućili su da se na stadionima prikažu oglasi TZGZ-a (LED display, banneri na ogradi, semafori), kao i 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. Iznosi su predviđeni prema obujmu i značaju oglašivačkog paketa, a zahvaljujući značaju i sportskim uspjesima klubova s kojima je ostvarena suradnja.

TZGZ je, na prijedlog Grada Zagreba, podržala najpopularnije automobilističko rally natjecanje u svijetu održano u Zagrebu i okolici od 22.-25. travnja 2021. godine, a isto je ostvarilo iznimno velike vrijednosti medijske promocije destinacije. U Zagrebu je boravilo 68 posada i oko 1.200 pratećeg osoblja, a događaj je online i uživo pratilo oko 1.500 novinara i snimateljskih ekipa. WRC se prenosio uživo u više od 150 zemalja širom svijetu, a novinari koji su došli u Zagreb stigli su iz niza zemalja, među kojima su i Slovenija, Belgija, Francuska, Italija, Austrija, Njemačka, Velika Britanija, Rusija, Mađarska, Brazil, Bugarska, Španjolska, Češka, Irska, Poljska, Australija, Japan, Argentina, Švedska, Portugal, Estonija, Nizozemska, Belgija, Finska, Srbija, BiH, Cipar, Kina itd. Slike i njihove reportaže iz Hrvatske otišle su na sve kontinente svijeta.

Za razliku od prethodne godine kada događanja na otvorenom gotovo nije ni bilo, adventska događanja su se u skladu s najnovijim mjerama i preporukama nadležnih tijela i u prilagođenom obliku ipak održala. Uz tradicionalne hrvatske igračke koje su bile motiv ovogodišnjeg Adventa Zagreb, poseban naglasak stavljen je na kulturno-glazbena događanja, a održano je čak 14 glazbenih programa s više od 130 nastupa. Pokrenuto je 8 novih programa, a to su: Advent u LADU, zatim Christmas Garden u Akademiji likovnih umjetnosti (ALU), Glazbeni Atrij u ZKM-u, Adventovo na Katarincu, Zagreb Jingle Mingles u suradnji sa zagrebačkim ugostiteljima, Advent u Prolazu Matice hrvatskih obrtnika u suradnji s obrtnicima, Advent u zagrebačkim hotelima koji su osmislili posebnu blagdansku ponudu i uređenje za svoje goste te Mali muzej čuda koji je uz izložbu kolekcionarskih igračaka organizirao i bogat program za najmlađe. Podržane su i prigodne tematske izložbe u Etnografskom muzeju, Muzeju prekinutih veza, Muzeju čokolade i Muzeju mamurluka. Prigodno su ukrašene lokacije u Donjem gradu: Trg bana Jelačića, park Zrinjevac, Trg J.J. Strossmayera, Trg kralja Tomislava, Europski trg, prolaz Oktogon, Trg Republike Hrvatske, Trg Mažuranića, a na Gornjem gradu: Trg sv. Marka, park Bele IV., plato Gradec te Strossmayerovo šetalište zapad. Osim prigodnog uređenja Advent na Zrinjercu je ponudio građanima i posjetiteljima ukupno 13 koncerata poznatih hrvatskih izvođača, uključujući i prigodne programe za najmlađe. Nastavljen je i projekt Svjetlost adventa u sklopu kojeg su na Gornjem gradu ukrašeni prozori odabranih institucija u blagdanskom duhu te pozvani sugrađani da se uključe. U suradnji s TZGZ-om, Dječji Escape Room organizirao je interaktivnu igru sa šetnjom kroz adventske lokacije s naglaskom na igračke, koje su bile tema ovogodišnjeg Adventa. U sklopu Adventa održan je i Zagreb Advent Run što dodatno doprinosi promociji grada Zagreba i njegovog imidža.

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 i tradicionalne manifestacije. Sukladno navedenom podržana su već tradicionalna događanja od posebnog kulturnog i turističkog značaja kao što su: Noć muzeja, 31. muzički biennale Zagreb, Svečanosti Pasijske baštine, Ljeto u MSU, Međunarodna smotra folklor, Ljetne noći Teatra Exit, Ljetne večeri Scene Amadeo, Ljetne večeri HNK, Dan otvorenog trga te novi projekt Ljetni dani teatra Gavran. Posebno atraktivni bili su projekt Okolo koji je i ove godine, svojim urbanim umjetničkim intervencijama djelomično zapuštenim, neočekivanim i potresom pogođenim urbanim lokacijama centra grada, dao novi izgled i značenje te izložba jednog od najpoznatijih umjetnika današnjice Erwina Wurma u Kući Lauba. Sredstva su izdvojena i za brojne klasične, baletne, jazz i popularne glazbene programe i manifestacije te festival umjetnosti, robotike i novih tehnologija Device Art.

Zagreb je priznata destinacija brojnih festivala koji oblikuju život i imidž grada, pritom najveći među njima generiraju noćenja i dolaske. Različitom tematikom obraćaju se svim skupinama posjetitelja pa je tijekom godine pružena potpora realizaciji glazbenih festivala različitih žanrova i tematike, festivalima stripa, poezije, ulično-cirkuskim, street art, umjetničkim i kazališnim festivalima te u konačnici i festivalima u kojima sudjeluju osobe s invaliditetom. Posebno su se istaknuli ulični festival Cest is d'best, Festival svjetskog kazališta u HNK te Zagreb Jazz Festival koji je na zagrebačku scenu vratio vrhunske jazz glazbenike, a novost je Greencajt, zeleni festival koji promiče vrijednosti održivog i zelenog načina življenja, a koji je u svom prvom izdanju ponudio bogat višednevni program. Realizirana je suradnja na projektu elektronske glazbe BSH events koji posebno osmišljenom scenografijom privlači posjetitelje i gradi svoj imidž i prepoznatljivost. Pružena je podrška i manifestacijama kojima se na gradskim trgovima i ulicama tijekom ljeta stvara atmosfera destinacije bogate sadržajima i događanjima: Ljeto na Štrosu, Pop Up by the Lake, Art park Zagreb, Food Truck festival i Matoš na Mažurancu.

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 19. Zagreb Film Festival. Podržani su i novi filmski projekti Ljubav oko svijeta - Zagreb te DA2 Zagreb - Međunarodni filmski festival posvećen dizajnu, umjetnosti i arhitekturi koji je prvi ovakav festival u regiji.

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 grada Zagreba, Tehnički muzej, Arheološki muzej, Muzej suvremene umjetnosti, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika, Kuća Lauba, Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović i Etnografski muzej. Sredstva su izdvojena i za programe Hrvatske glazbene unije i Udruženja za razvoj kulture URK Močvara, a podržane su i godišnje aktivnosti Ansambla narodnih plesova i pjesama Hrvatske – Lado, Tvornice strave i Zagrebačkih mažoretkinja. Zbog tehničkih i organizacijskih razloga odnosno situacije s pandemijom koronavirusa sredstva nisu realizirali Muzej za umjetnost i obrt, Galerija Klovičevi dvori, Javna ustanova Park prirode Medvednica, Hrvatski glazbeni zavod i Kabinet grafike HAZU. Prilog 2

Realizacija:

12.374.923

Nositelji: TZGZ Prilog 2.

2.2.2. Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti

S obzirom da se pandemija nastavila kroz cijelu 2021. godinu, to je snažno utjecalo na organizaciju skupova i drugih vrsta poslovnih uvjetovanih i korporativnih putovanja, kao što su incentive putovanja.

Godinu je obilježilo otkazivanje, odnosno odgoda prethodno planiranih skupova ili njihov prelazak u virtualni format.

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. U 2021. godini evidentirano je 664 poslovnih skupova od čega 9% u virtualnom, a 10% u hibridnom obliku s ukupno 50.106 sudionika što je 28% više poslovnih skupova u odnosu na 2020. godinu. Kod međunarodnih skupova zabilježen je porast od 42%, a kod domaćih je zabilježen porast od 22% u odnosu na 2020. godinu. Na virtualnim skupovima sudjelovalo je 15.869 sudionika, što je 32% od ukupnog broja sudionika skupova. U skladu s planiranim za 2021. godinu pružena je pomoć organizatorima pri podnošenju kandidatura i dana je financijska potpora za organizaciju 21 skupa, odnosno projekta. Za 11 skupova je dana potpora u vidu razgleda grada ili cateringa, a za veći broj skupova osigurani su promotivni materijali i suveniri.

U 2021. godini zabilježene su 2 nove kandidature, od kojih je jedna dobivena za 2022., a druga je u tijeku za događanje u 2024. godini. Nastavlja se proces kandidature za kongres u 2025. godini. Ukupno je 6 dobivenih kandidatura za skupove koji će se održati u razdoblju od 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 3

Realizacija:

820.219

Nositelji: TZGZ Prilog 3

2.2.3. Marketinški projekti

TZGZ je u 2021. godini dodijelila potporu udruzi Plavi telefon za izradu „Blue line” karte. Cilj projekta bio je kreirati i otisnuti mapiranu kartu s pristupačnim rutama za kretanje osoba s invaliditetom. Kao takva, ona je jedinstvena u turističkoj ponudi Zagreba.

Projekt Zagreb 4 You u suradnji s Agencijom 30 stupnjeva, TZGZ je realizirala u potpunosti i izdala 6 brojeva magazina u kojima se promovira Zagreb i njegove znamenitosti kao i događanja.

TZGZ je podržala kreiranje digitalne platforme inicirane od strane Nezavisne udruge ugostitelja Zagreb, naziva Zagreb Mingles. Platforma na centralnom mjestu okuplja sve relevantne ugostiteljske objekte na području grada Zagreba ističući njihove sezonske ponude.

Za potrebe promoviranja najznačajnijeg događanja Advent Zagreb, na domaćem tržištu realiziran je projekt Like Special Zagreb, izdanje na hrvatskom i engleskom jeziku. Na inicijativu TZGZ-a izdano je specijalno izdanje cijenjenog svjetskog gastro vodiča Gault&Millau za Zagreb i okolice za 2022. godinu, a u koji je uvršteno 100 restorana, bistroa, zalogajnica, POP lokala i slastičarnica. Za potrebe promocije Zagreba, kreiran je premium lifestyle magazin, naziva Enjoy Zagreb kojim se čitatelju/posjetitelju grada Zagreba prikazuje široka ponuda i sve zanimljivosti vezane uz Zagreb. Autorski tekstovi obrađuju teme koje predstavljaju bogatu povijest grada po uzoru na aktualne svjetske trendove te opisuju Zagreb kao mjesto raznolike ponude i vrhunskog sadržaja, mjesto koje spaja tradiciju i trendove te u kojem svaki profil posjetitelja može pronaći zanimljive sadržaje. Izlazak i distribucija samog vodiča/magazina predviđena je za prvu polovicu 2022. godine. Dodijeljena je potpora udruzi Domino za izradu vodiča „Zagreb Guy Guide“, jedinstveni vodič za LGBTIQ+ posjetitelje Zagreba. Cilj projekta bio je doprinijeti ne samo povećanju broja LGBTIQ+ posjetitelja, nego i kvaliteti njihovog boravka pružajući na jednom mjestu sve važne informacije za posjet gradu kao što su gay friendly sadržaji, prostori i smještaji. Mobilna aplikacija Rekreativsko-arheološke staze Sesvetskog prigorja će omogućiti prikaz svih važnih informacija o rekreativsko-arheološkim stazama na području Sesvetskog prigorja s opisom i audio vodičem, prikaz interaktivne mape s arheološkim nalazištima i primanje obavijesti putem notifikacija. Bajka i Burg je interaktivna mobilna aplikacija primjenjiva na mobilne uređaje, prilagođena djeci i mladima koja sadrži širok izbor zvučno oblikovanih književnih sadržaja, daje mogućnost istraživanja grada na uzbudljiv i drugačiji način, razvijanja turističkog sadržaja namijenjenog djeci, kao i promociju literarnih djela vezanih za Zagreb uz naglasak na umjetnički izražaj kroz nove medije i tehnologiju. Isto tako, dodijeljene su potpore Kulturnom centru Klanjec za projekt Putevima lijepe naše, Parku prirode Medvednica za projekt Medvedgrad online te Udruzi GEA za projekt Putevima turističkih vodiča.

TZGZ je partnerski podržala razvoj i izradu platforme Digital Nomad Croatia koja se sastoji od web stranice, Facebook-a i Instagram-a. Platforma aktivno prati teme interesantne digitalnim nomadima te se ti članci dijele na društvenim mrežama i LinkedIn-u u svrhu promocije Zagreba prema toj ciljanoj skupini, kao i bolje povezanosti s poslovnim partnerima. Podržana su i snimanja dokumentaraca koja su svojom tematikom vezana za Zagreb.

Zbog pandemije koronavirusa projekti „Fotofestival u Brazilu“, udruge Fotoklub Zagreb i „Ljubav oko svijeta-Europa“, Kluba za ekspedicionizam i kulturu nisu bili u mogućnosti realizirati se te nisu ostvarili planiranu potporu. Prilog 4

Realizacija:

1.635.250

Nositelji: TZGZ Prilog 4

2.2.4. Ured direktora – potpore projektima

Prema odluci Turističkog vijeća TZGZ-a, direktor 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. Potpore su isplaćene za Miss Supernational Zagreb, Zagreb Fashion Destinatona, monografije „1991“ i Moj Zagreb najljepši grad na svijetu i izložbe Under Construction, grafike Ede Murtića te projekt Marko Polo (FIJET).

Realizacija:

120.250

Nositelji: TZGZ

2.2.5. Potpore razvoja DMO

Projekti TZGZ-a podrazumijevaju čitav niz projekata i manifestacija koji su nastali unutar TZGZ-a, a isti se tijekom godina nadograđuju, nadopunjuju novim sadržajima ili mijenjaju prateći nove trendove ili se uvode, odnosno osmišljavaju iz temelja novi projekti. 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 Artupunktura, projekt koji je prvi put realiziran, a zamišljen je kao platforma za kulturu i umjetnost kojoj su se na poziv TZGZ-a priključili različiti sudionici sa svojim programima. Krajnji cilj Artupunktura je razviti prepoznatljivo događanje u jesenskom periodu, koje bi s vremenom postalo jedinstveno događanje i novi motiv za dolazak u Zagreb, a mjesec rujan postao bi tako rezerviran za kulturu i umjetnost. Artupunktura je tako u svojem prvom izdanju donijela bogat i raznovrstan program kroz osam različitih umjetničkih projekata koji su zajedničkim umjetničkim djelovanjem revitalizirali grad, učinili umjetnost dostupnu svima i potvrdili Zagreb kao umjetničko i kreativno središte.

Festival svjetla Zagreb nije bilo moguće realizirati niti u ovoj godini zbog epidemiološke situacije i aktualnih mjera, ali je Festival uspješno predstavljen i najavljen za 2022. godinu u Pečuhu, u okviru Zsolnay Light Festivala. U sklopu Zagrebačkog vremeplova, koji se sastoji od niza

projekata čiji je cilj oživjeti neka prošla vremena, realizirani su u razdoblju od svibnja do rujna: Gornji grad u prošlosti, Gornjogradske glazbene vedute, Vergl na zagrebačkim ulicama, Tkalčijana, Kumice s Dolca i Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije.

S obzirom na epidemiološku situaciju te potrese koji su pogodili grad, fokus je stavljen na ambijentalna događanja na otvorenom koja ne potiču velika okupljanja, a odvijaju se u kontroliranim uvjetima, poput projekata Nedjeljom u paviljonu i Zagrebačka glazbena doba te projekata iz domene ulične umjetnosti - Ulični triptih i Pimp my pump. Projekt Ulični triptih stvorio je jedinstvenu galeriju na otvorenom, dostupnu svima, a koja je tijekom godine predstavila originalne radove poznatih street art umjetnika te istovremeno uljepšala i revitalizirala zagrebačke ulice. Projektom oslikavanja javnih slavina, zagrebačkih Željeznih Franceka, Pimp my pump, osim daljnjeg razvoja street art scene stavljen je fokus na održivi i regenerativni turizam. I ove godine uspješno je nastavljen projekt Besplatnih razgleda grada za Zagrepčane, a prigodnim programima, već tradicionalno, obilježeni su i Dan Grada Zagreba te Svjetski dan turizma.

Prilog 5

Realizacija:

2.515.183

Nositelji: TZGZ Prilog 5

2.2.6. 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 te izložba The New Normal – Time Space Existence u Veneciji. Za izložbe Strastvena ljepota u Udinama i Ivan Meštrović u Pragu pružena je potpora za potrebe pripremnih radnji, a izložbe će se realizirati u sljedećoj godini.

Festival hrvatske glazbe u Beču, Kulturno informativni centar - KIC	70.000
The New Normal – Time Space Existence, Boir – obrt za proiz. i usluge	30.000
Izložba Strastvena ljepota, Udruga Kultura46	70.000
Izložba Ivan Meštrović, Atelijer Meštrović	10.000

Realizacija:

180.000

Nositelji: TZGZ

2.3. Podrška turističkoj industriji

Neizostavni dio provođenja aktivne promocije grada Zagreba na odabranim turističkim tržištima, odnosi se i na uspostavu kvalitetne poslovne komunikacije na destinacijskoj razini te je TZGZ i u 2021. godini nastavila poticati suradnju s turističkim agencijama, turoperatorima i ostalim predstavnicima turističke industrije, kao i međusobnu kooperaciju svih dionika u sustavu turizma te donošenje zajedničkih smjernica razvoja na razini destinacije.

Nastavno na navedeno, TZGZ je i u 2021. godini pružila podršku svojim članicama prilikom nastupa na sajmovima i na kongresnim burzama u organizaciji HTZ-a ili u vlastitoj organizaciji. Podršku je pružila sufinancirajući dio troškova izlaganja na sajmu, a spomenute potpore smatraju se *de minimis* potporama u ukupnom iznosu od 104.212,89 kn.

Zagrebačkim destinacijskim menadžment kompanijama dana je potpora za nastup na turističkim sajmovima u organizaciji HTZ-a (agencijama Perfecta Travel, Abacus Tours, Unlimited Croatia DMC, Ban Tours sufinancirano je 90% iznosa sudjelovanja za sajam ITB Berlin koji se održao u virtualnom obliku, a agencijama Perfecta Travel i Ban Tours 90% iznosa zakupa štanda na sajmu WTM London) te im je omogućen besplatan nastup u okviru samostalnih sajamskih nastupa TZGZ-a (agenciji Abacus Tours za nastupe na sajmovima Fitur Madrid te B-Travel Barcelona, agenciji Spektar putovanja za nastup na sajmu Fitur Madrid te agenciji Unlimited Croatia DMC za nastup na sajmu Fitur Madrid) kao i na kongresnoj burzi IBTM Barcelona u organizaciji HTZ-a (agenciji Spektar putovanja). Navedene aktivnosti su doprinijele ostvarenju cilja - većoj prisutnosti zagrebačke turističke ponude na turističkim sajmovima i kongresnim burzama te u prodajnim katalozima, a u skladu s mogućnostima izazvanima pandemijom koronavirusa.

Kao odgovor na potrebe posjetitelja i specifičnosti putovanja u vrijeme pandemije, tijekom 2021. godine, u suradnji sa zagrebačkom tvrtkom za pružanje medicinskih usluga organizirano je testiranje stranih posjetitelja Zagreba vikendima i blagdanima. Od travnja kada je počelo testiranje do kraja godine, ukupno je testirano 1.328 posjetitelja, od kojih je najviše bilo iz Njemačke, SAD-a, Velike Britanije i Slovenije, a sve kako bi se omogućio lakši povratak turista u domicilne zemlje.

Isto tako, realiziran je projekt edukacije policijskih službenika. Edukaciju je popratila izrada pratećeg udžbenika na engleskom jeziku namijenjenog edukaciji policijskih djelatnika te svih dionika u sustavu turizma, a koji su u neposrednom kontaktu s posjetiteljima.

Navedene inicijative TZGZ-a doprinijele su stvaranju dodane vrijednosti, odnosno obogaćivanju postojeće turističke ponude, kreiranju novih turističkih proizvoda te uspostavi sinergije lokalne zajednice u kontekstu provođenja promotivnih aktivnosti te postavljanja zajedničkih ciljeva.

Iznos na stavci nije iskorišten zbog nemogućnosti održavanja planiranog godišnjeg skupa turističkih djelatnika obzirom na epidemiološke mjere koje su bile na snazi u trenutku planiranja aktivnosti.

Realizacija:

584.473

Nositelji: TZGZ i partneri

UKUPNO RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

18.415.374

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje *branding* sustava i brend arhitekture

U 2021. godini zbog specifičnosti situacije i svih promijenjenih okolnosti kao i nemogućnosti planiranja, branding sustava kao i promjena brend arhitekture nije planirana.

Realizacija:

0

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. Kampanje TZGZ

Kako stratešku okosnicu za planiranje, razvoj i provođenje promotivnih aktivnosti na domaćem i inozemnom turističkom tržištu čine događanja te zbog smanjenog turističkog prometa s određenih emitivnih tržišta, u 2021. godini TZGZ se fokusirala na provođenje integriranih marketinških kampanja. Te kampanje kreirane su s ciljem podizanja svijesti o samoj kvaliteti turističkog proizvoda, ali i na pozicioniranje Zagreba kao poželjne turističke destinacije.

TZGZ je 2021. godinu započela kampanjom Zagreb voli zeleno koja je realizirana u suradnji s Međunarodnom zračnom lukom Zagreb. Imajući u vidu da je Zagreb destinacija s brojnim zelenim površinama koje su zaštićeni spomenici parkovne arhitekture te kao takvi čine neizostavni dio kulturne ponude grada. U prostoru za dolazak putnika Međunarodne zračne luke postavljena je izložba s djelima poznatih hrvatskih fotografa poput Boška&Krešo, Julien Duval, Marija Gašparović, Sanjin Kaštelan, Šime Lugarov, Davor Rostuhar, Josip Škof i Marko Vrdoljak koji su uhvatili objektivom najljepše zelene oaze. Cilj je kreirati prepoznatljivost Zagreba kao destinacije bogate zelenim oazama što doprinosi pozicioniranju Zagreba kao city break destinacije. Dodatno, Međunarodna zračna luka Zagreb dobila je dodatni sadržaj koji vizualno obogaćuje prostor, a samim time čini istu ugodnijim mjesto za sve putnike. Utrošena sredstva za kampanju iznose 83.273,67 kuna. Nositelji aktivnosti i partneri: TZGZ, MZLZ

Nadalje, u 2021. godini se TZGZ fokusirala na kampanje koje su direktno vezane za promociju događanja u Zagrebu. Poseban naglasak stavljen je na kvalitetu kulturne ponude pa je tako promovirana izložba Murtić100. Kao jedan od najplodnosnijih autora hrvatske apstraktne umjetnosti, Murtić je ostavio u nasljeđe brojna djela koja, kako u Hrvatskoj tako i u brojnim drugim domaćim i inozemnim destinacijama, što ga čini poznatim na tržištima koja su i za turistički razvoj destinacije značajna. Cilj aktivnosti je pozicioniranje Zagreba kao kulturne destinacije povodom 100. obljetnice rođenja Ede Murtića. Tako je ova integrirana kampanja poštujući mogućnosti putovanja u vrijeme pandemije koronavirusa provedena na tržištima zemalja u okruženju Italiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini te Srbiji putem vanjskog oglašavanja (billboard, citylight) koje je uspješno dočaralo pojedina umjetnička djela te pomogla pozicioniranju Zagreba kao kulturne destinacije. Utrošena sredstva za kampanju iznose 239.250,93 kuna. Nositelji aktivnosti i partneri: TZGZ

Imajući u vidu da pandemija ne zaustavlja u potpunosti putovanja već mijenja njihov oblik, nastavili smo kampanju Around Zagreb koju smo započeli još u 2020. godini kao direktan odgovor na nove navike u putovanjima. Uz fokus na boravak na otvorenom, u zelenilu i prirodi dodatan naglasak stavljen je na eno-gastronomsku ponudu i povijesnu baštinu pa je tako u suradnji s Turističkom zajednicom Krapinsko-zagorske županije pokrenuta još jedna uspješna kampanja naziva „Blizu grada, blizu srca“. Ista je imala za cilj prezentirati raznolike mogućnosti boravka na otvorenom, enogastro ponudu Zagreba i Zagorja, tradiciju i kulturnu baštinu. Promocija se odvijala na tradicionalnim tržištima u našoj neposrednoj blizini: Sloveniji, Austriji, Srbiji te Bosni i Hercegovini.

Utrošena sredstva za kampanju iznose 340.579,20 kuna. Nositelji aktivnosti i partneri: TZGZ, TZKŽŽ

S ciljem upotpunjavanja ponude događanja, a vođeni idejom kako je u potresu koji je pogodio grad Zagreb 2020. godine stradao velik broj kulturnih institucija, pokrenuto je novo događanje Artupunktura u jesenskom periodu, a za što je realizirana kampanja u suradnji s oglašivačima Zagreb plakat, Europlakat, Outdoor Akzent i PIO na tržištu Hrvatske putem vanjskih oglasnih površina kao i s partnerima. Kako bismo projekt predstavili i na inozemnim tržištima, oglasili smo kampanju na tržištu Slovenije, Srbije, Bosne i Hercegovine te Austrije. Cilj je bio u jesenskom periodu razviti novo događanje koje će u Zagreb svake godine privlačiti ljubitelje kulture i umjetnosti. Utrošena sredstva za kampanju iznose 879.722,07 kn. Nositelji aktivnosti: TZGZ

Advertska kampanja putem vanjskog oglašavanja (billboard, citylight) je i 2021. godine bila vrlo zamijećena zbog novog vizualnog identiteta koji je evocirao uspomene na djetinjstvo preko igračaka raznih generacija. Uz tradicionalne hrvatske igračke koje su bile motiv Adventa Zagreb, poseban naglasak stavljen je na kulturno-glazbena događanja koja je podržala ili organizirala TZGZ. Nastavljeno je i s prošlogodišnjim uspješno pokrenutim projektom izložbe proširene stvarnosti (AR) koja je koristila animirane tradicionalne igračke kao motiv Adventa Zagreb. Cilj kampanje je promocija Adventa na tržištima Hrvatske, Slovenije, Austrije, Srbije te

Bosne i Hercegovine. Utrošena sredstva za kampanju iznose 1.044.625,65 kn. Nositelj aktivnosti: TZGZ

TZGZ je postavila glavne motive Adventa Zagreb na lokacije svjetske izložbe EXPO 2020 Dubai te tako donijela novu dimenziju u komunikaciji i promociji ovog najznačajnijeg turističkog proizvoda. Naime, virtualne igrčke (AR) uoči i za vrijeme Božićnog tjedna, koji se održavao od 20. do 28. prosinca na EXPO-u, mogle su se pronaći na pet lokacija EXPO Dubai, kao i u samom Hrvatskom paviljonu. Posjetitelji su mogli uz pomoć pametnih mobitela i aplikacije Equinox XR potražiti prepoznatljive Virtualne igrčke te ih ponijeti sa sobom i samostalno postaviti na bilo koju drugu lokaciju na svijetu ili podijeliti na društvenim mrežama. Osim igrčaka, u večernjim satima, prikazivale su se adventske svjetlosne projekcije na 13 lokacija EXPO-a, kao i promotivni film Adventa Zagreb. Cilj aktivnosti je prezentacija Adventa Zagreb mnogobrojnim posjetiteljima EXPO-a Dubai na inovativan i kreativan način. Utrošena sredstva za kampanju iznose 366.811,68 kn. Nositelji aktivnosti i partneri: TZGZ, HTZ

Zbog pandemije koronavirusa kampanje Festival svjetla Zagreb i Zagreb Summer Tour nisu se mogle realizirati.

Realizacija:

3.005.892

Nositelji: TZGZ i partneri

3.2.2.

Oglašavanje u tisku

TZGZ je i u 2021. godini kontinuirano surađivala s brojnim predstavnicima medija kroz objavljivanje strateški osmišljenog sadržaja, tekstova i posebnih, tematski prilagođenih te atraktivnih reportaža. Tako se s ciljanom komunikacijom pojedinih segmenata turističke ponude grada, a radi ostvarivanja većeg dosega, oglašavalo u brojnim tiskovinama kao što su Jutarnji list, Slobodna Dalmacija, Večernji list, Glas Istre, a započete su i nove, vrlo uspješne suradnje s 24sata, Dulistom, Glasom Slavonije te Novim listom. U spomenutim izdanjima su se objavljivali posebni reportažni tekstovi te atraktivni oglasi koji su pratili događanja od posebnog značaja kao što su Murtić100, Around Zagreb, Artupunktura, ljetna događanja te Advent Zagreb. Od suradnji s inozemnim predstavnicima medija, posebno se ističu suradnje s National Geographic Poljska i National Geographic Velika Britanija, Virtuoso i Smithsonian magazine u Sjedinjenim Američkim Državama te Rosszskaya Gazzeta u Rusiji. U svim inozemnim medijima se oglašavao Zagreb kao poželjna europska destinacija bogate kulturne i gastro ponude te raznovrsnih i zanimljivih događanja koja obogaćuju boravak u gradu.

Realizacija:

1.727.348

Nositelji: TZGZ

3.2.3.

Online kampanje

U 2021. godini TZGZ je nastavila u svojim marketinškim online kampanjama promovirati Zagreb kao destinaciju bogatu kreativnim i kulturnim događanjima kroz cijelu godinu, grad koji živi na otvorenom, grad raznolike ugostiteljske ponude te destinaciju za digitalne nomade. Posebna pažnja u online promociji u prošloj godini posvećena je promociji kulturnih i umjetničkih sadržaja.

U razdoblju od 1. listopada do 31. prosinca realizirana je kampanja za američko tržište na Smithsonian Magazine portalu u sklopu koje je u vidu native članaka i banneri promovirano novo kulturno događanje Artupunktura.

Cilj aktivnosti je promoviranje i pozicioniranje grada Zagreba kao kreativnog središta i odredišta urbane kulturne scene te održavanje prisutnosti na američkom tržištu već treću godinu zaredom. Ostvareno je više od 2.500.000 impresija i prosječan pregled članaka od 2:33 min. Nositelji aktivnosti i partneri je TZGZ. Na kampanju je utrošeno 513.500,00 kn.

Za Artupunkturu je napravljena i zasebna kampanja putem native članaka, advertorijala i banneri na vodećim portalima, mrežama portala i mobilnim platformama na domaćem tržištu i tržištima Austrije, Italije, Slovenije, Njemačke, Srbije i BiH.

Nova manifestacija/platforma za kulturu i umjetnost u jesen, zamišljena je kao jedno od velikih događanja koje će pozicionirati grad Zagreb kao kreativno središte i odredište urbane kulturne scene. Na online oglašavanje Artupunktura utrošeno je 647.438,03 kn.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Putem native članaka i advertorijala promovirano je jedno od najznačajnijih kulturnih događanja protekle godine - izložba Murtić 100, održana u Hrvatskom društvu likovnih umjetnika. Kampanja je provedena na domaćem tržištu te na tržištima Njemačke, Austrije, Italije i Slovenije, a budžet za istu iznosio je 311.950,00 kuna. Cilj kampanje je dodatno pozicioniranje grada Zagreba kao kulturne destinacije. Nositelji aktivnosti: TZGZ

S obzirom na smanjen interes i mogućnost putovanja, kampanja vezana za ljetna događanja - Summer Tour realizirana je u manjem obujmu nego dosadašnjih godina s fokusom na domaće tržište. Kampanja je provedena u suradnji s portalima u Hrvatskoj, kroz storytelling odnosno advertorijale na istima i putem društvenih mreža što je doprinijelo povećanjem dolazaka

posjetitelja iz drugih dijelova Hrvatske. Budžet za navedenu kampanju iznosi 64.593,75 kn. Nositelji aktivnosti: TZGZ

Uzimajući u obzir stanje s pandemijom koronavirusa pojačane su aktivnosti promoviranja proizvoda vezanih uz aktivnosti na otvorenom, gastronomske ponude i ponude za digitalne nomade. Tako je, u suradnji s Turističkim zajednicama Zagrebačke i Krapinsko-zagorske županije, TZGZ provela sveobuhvatnu online kampanju Around Zagreb – Blizu grada, blizu srca u vrijednosti od 354.118,75 kn. U sklopu kampanje pripremljeni su advertorijali koji su se prikazivali na portalima u Hrvatskoj, Njemačkoj, Sloveniji, Italiji i Austriji. Kampanja se provodila i putem društvenih mreža Facebook, Twitter i Instagram. Cilj aktivnosti je pozicioniranje grada Zagreba kao grada koji živi na otvorenom, bogate gastronomske ponude te ponude za digitalne nomade. Nositelji aktivnosti i partneri: TZGZ, Turistička zajednica Zagrebačke županije, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije.

U 2021. je nastavljena proširena suradnja s Michelin Guide gastronomskim vodičem. Zajedno s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije kreirana su dva videa. Videa su objavljena na sekciji IGTV Michelin-ovog Instagram profila te su promovirana putem kratkih story objava. Također, na Michelin portalu objavljena su dva native članka. Aktivnost je usmjerena na pozicioniranje grada Zagreba kao grada bogate i raznolike gastronomske ponude. Realizacija za navedenu kampanju sa Michelin Guide iznosio je 423.148,02 kn. Nositelji aktivnosti i partneri: TZGZ, TZŽ.

Tijekom godine, održana su dva događanja, Zagreb Digital Nomad Week 2021 i Zagreb Digital Nomad Jolly WrapUp, te je realiziran projekt Zagreb Digital Nomad Ambassador, a sve navedeno popraćeno je kampanjom na domaćim portalima putem native članaka i dodatnih online sadržaja s ciljem prepoznavanja Zagreba kao idealne destinacije za život i rad digitalnih nomada te je za istu izdvojeno 186.250,00 kn. Nositelji aktivnosti i partneri: TZGZ

Adventska kampanja oglašavana je na tržištima Austrije, Njemačke, Italije, Slovenije, Srbije i BiH. Kampanja se odvijala na portalima i mrežama portala te na društvenim mrežama, a za potrebe iste kreirani su advertorijali od strane TZGZ-a i domaćih i stranih portala. Kampanja je provedena i na društvenoj mreži YouTube na tržištu Ukrajine, Poljske, Češke, Slovačke i Mađarske. TZGZ je, u suradnji s portalom 24sata, prenosila božićne koncerte u vidu prijenosa uživo. Koncerte se moglo pratiti putem YouTube kanala 24sata te na društvenim mrežama TZGZ i 24sata. U sklopu prijenosa koncerata na portalu 24sata su objavljivani native članci kao i preroll oglasi. Cilj je navedenih aktivnosti razvoj i promocija Adventa kao ključnog događanja u destinaciji u zimskom razdoblju. Za adventsku kampanju utrošeno je ukupno 1.127.682,94 kn.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

S obzirom na ograničenja u putovanjima zbog koronavirusa te samim time i realizacije kampanje, odnosno dolaska influencera Michelin Guide-a, iznos na stavci Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima nije realiziran te su sredstva preusmjerena na stavku Online kampanje, a suradnja s Michelin Guide-om nastavila se kasnije u godini kroz promoviranje Adventa. U sklopu kampanje izrađen je video za YouTube kanal vodiča te je isti promoviran na Instagramu putem story objave. Također, izrađen je Instagram Reels video i objavljen na Instagram profilu partnera. Promocija Adventa odrađena je i na portalu Michelin Guidea putem tri native članka. Sve navedeno promovirano je od strane Michelin-a i putem njihovih profila na društvenim mrežama Facebook i Instagram. Budžet za navedenu kampanju iznosio je 649.105,93 kn. Cilj je promoviranje bogate gastronomske ponude grada Zagreba u sklopu jednog od najznačajnijih događanja u destinaciji u zimskom razdoblju. Nositelji aktivnosti: TZGZ

Nastavilo se sa prošlogodišnjim uspješno pokrenutim projektom izložbe proširene stvarnosti (AR) koja je ove godine koristila animirane tradicionalne igračke kao motiv ovogodišnjeg Adventa, a postavljene su na 10 lokacija u gradu i to u parkovima, trgovima i velikim otvorenim prostorima. Sve navedeno je popraćeno s kampanjom na društvenim mrežama. Cilj je prezentacija Adventa što većem broju ljudi i u što više zemalja, s obzirom na to da su se motivi Adventa mogli "ponijeti" sa sobom bilo gdje u Hrvatskoj i svijetu te korištenje novih tehnologija u promociji. Na navedene aktivnosti utrošeno je 282.187,50 kn. Nositelji aktivnosti: TZGZ

Osim prijenosa već spomenutih adventskih koncerata, TZGZ je u 2021. godini u suradnji s portalom 24sata, također, putem prijenosa uživo prenosila cikluse koncerata Godišnja doba i Nedjeljom u paviljonu, kao i koncert Zagrebačkih solista za Svjetski dan turizma. S obzirom na još uvijek aktualnu situaciju s pandemijom koronavirusa i nemogućnost okupljanja velikog broja ljudi, a s ciljem upoznavanja posjetitelja s bogatom kulturnom ponudom grada, TZGZ je prenosila navedene koncerte na svojim kanalima i portalu 24sata te njihovim društvenim mrežama koje generiraju veliku posjećenost. Na navedene prijenose koncerata utrošeno je 218.750,00 kn.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

U cilju promocije kongresne ponude nastavljene su promotivne aktivnosti na profilima na društvenim mrežama Facebook i LinkedIn za koje je utrošeno 37.500,00 kn.

Nositelji aktivnosti: TZGZ,

Nastavljeno je i s održavanjem postojećih profila TZGZ na društvenim mrežama: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube i TikTok. Početkom 2021. broj fanova na Facebook-u bio je 70.830, a početkom 2022. godine 73.788 s konstantnom tendencijom rasta. Fanovi dolaze ponajviše iz: Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Njemačke, SAD-a, Italije, Slovenije, Srbije, Makedonije, Austrije, Australije i Ujedinjenog Kraljevstva. U strukturi, 64% fanova čine žene, a 36% muškarci, pri čemu je kod oba spola najveći postotak pratitelja u dobnim skupinama 25-34 (žene 19%, muškarci 12%) i 35-44 (žene 19%, muškarci 10%). Tijekom 2021. godine ostvaren je doseg objava na Facebooku od gotovo 2,8 milijuna. Na Instagramu je broj fanova početkom 2021. godine iznosio 44.178 dok je početkom 2022. godine ta brojka porasla na 48.233. Broj followera na društvenoj mreži Twitter početkom 2022. godine je 17.175, što je porast za gotovo 1000 followera u odnosu na početak 2021. godine. Tijekom 2021. godine na Twitteru je objavljeno više od 700 postova, što je rezultiralo sa gotovo 50.000 pregleda profila i 1,4 milijuna impresija. Twitter također, kao i Instagram, bilježi porast, kako u broju followera (pogotovo stranih korisnika), tako i u povećanju prepoznatljivosti od strane korisnika te društvene mreže. Profil na društvenoj mreži TikTok, koji je kreiran s ciljem približavanja turističke ponude Zagreba mlađoj populaciji, obogaćivan je novim sadržajem i ima gotovo 500 pratitelja.

Zbog pandemije uzrokovane koronavirusom nisu realizirane kampanje zdravstvenog turizma te kampanje za Festival svjetla Zagreb i INmusic festival budući da su ta događanja odgođena.

Razlika sredstava u odnosu na ukupni budžet unutar ove stavke utrošena je na komunikaciju destinacije i događanja u destinaciji tijekom cijele godine na društvenim mrežama TZGZ-a kao i na promociju Zagreba kroz cjelogodišnju pojavnost na portalima i mrežama portala u Hrvatskoj i na emitivnim tržištima.

Realizacija:

5.706.984

Nositelji: TZGZ

3.2.4. TV oglašavanje

Emitiranje promidžbenih emisija TZGZ-a tijekom 2021. 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 razne reportaže s brojnih događanja te razni promidžbeni spotovi koje prezentiraju raznoliku ponudu grada Zagreba u vidu destinacije medicinskog turizma i kongresne destinacije te video spotovi koji su direktno vezani uz kampanje koje je TZGZ provodila tijekom godine kao što su Around Zagreb i Advent Zagreb.

Realizacija:

199.950

Nositelji: TZGZ

3.2.5. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama

Zbog globalne pandemije i neizvjesnosti, kao i većeg udjela u prezentaciji putem vlastitih online kanala, klasično oglašavanje je znatno smanjeno. Slijedom navedenog, oglašavanje je provedeno u magazinu Business Intelligence Report i specijaliziranom časopisu Punto MICE koji se distribuira u zemljama španjolskog govornog područja (Španjolska, Argentina, Čile, Meksiko, Peru). Od domaćih publikacija oglašavanje je realizirano u časopisu Lider.

Realizacija:

45.849

Nositelji: TZGZ

3.2.6. Promotivni pano i displeji

Izrađeni su i postavljeni promotivni panoi kao što su roll up banneri i rastezalice, citylight i billboard plakati, vizuali unutar svjetlećih okvira, forex panoi s naljepnicama i dr. Navedeni komunikacijski alati korišteni su prvenstveno za potrebe promocije pojedinih događaja i projekata te pri organizaciji konferencija za medije.

Izrađeni su panoi vezani uz izložbe Zagreb voli zeleno i Murtić 100, promotivne kampanje za projekte Artupunktura i Advent Zagreb, press konferenciju povodom otvaranja Tjedna digitalnih nomada u lipnju i obilježavanja službenog zatvaranja Ambassador projekta Zagreb Digital Nomad Jolly WrapUp u prosincu. Također, za potrebe oglašavanja destinacije i događanja u destinaciji izrađeni su i panoi postavljeni u oglasnim prostorima TZGZ.

Realizacija:

240.039

Nositelji: TZGZ

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

3.3.1. Formiranje baze podataka

TZGZ prati napise o Zagrebu u domaćem i stranom tisku, kao i objavljene reportaže na TV i

radio postajama te internet portalima. 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 2021. godini, odaslali 2.166 priloga o svim promatranim institucijama, događanjima i osobama. TZGZ je subjekt u 1.749 medijskih objava što znači da je medijska javnost imala priliku informirati se o poslovanju i aktivnostima koje se provode/planiraju u toj instituciji posredovanjem u prosjeku 4,8 priloga svakog dana. U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2021., TZGZ je ostvarila u promatranim medijima AVE (Advertising Value Estimation) od 34.064.861 kn i POZITIVAN PR učinak procijenjene vrijednosti 9.518.269 kn. Broj priloga po tipovima medija: Internet – 1.055; Tisak – 317; Radio – 222; TV – 155. AVE prema medijima: Tisak – 7.638.980 HRK; Internet – 3.837.330HRK; TV – 21.897.846 HRK; Radio – 690.705 HRK. Najveća koncentracija broja priloga je u ožujku, svibnju, rujnu, studenom i prosincu, a 98% objava je pozitivno/neutralno, a negativnih je 2% (udio pozitivnih je 91%).

Što se inozemnog tiska tiče, u 2021. godini su, o temama od interesa za TZGZ-a promatrani mediji su objavili 39 članaka, ukupne površine 53.123cm² i ukupne vrijednosti 17.455.816kn. Prilozi su objavljeni u 33 novinskih naslova, a promatrani mediji porijeklom su iz 10 zemalja. Najviše članaka objavljeno je u Francuskoj, Njemačkoj i Austriji.

Zbog korekcije praćenja tema sredstva nisu utrošena u cijelosti.

Realizacija:

137.691

Nositelj: TZGZ

3.3.2. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima

Unatoč pandemiji, u 2021. godini vidljiv je pozitivan pomak u interesu i mogućnostima dolazaka medijskih ekipa u Zagreb te je, tako, realizirano dvostruko više studijskih posjeta, nego u 2020. godini. Studijska putovanja novinara organizirana su u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, kao i izravno od strane TZGZ-a. Tijekom 2021. Zagreb je posjetilo 19 studijskih grupa s ukupno 56 novinara od čega ih je najviše stiglo iz Češke, Nizozemske i SAD-a.

Detaljan popis novinara po zemljama prikazan je u tablici.

Država	Broj studijskih posjeta	Broj osoba
Austrija	1	2
Belgija	1	4
Brazil	1	5
Češka	3	10
Italija	1	2
Mađarska	1	1
Nizozemska	3	4
Njemačka	2	4
Slovačka	1	10
Slovenija	1	10
V. Br.	1	1
SAD	3	3
UKUPNO	19	56

Država	Broj TV ekipa	Broj osoba
Belgija	1	4
Brazil	1	5
Češka	1	8
Italija	1	2
UKUPNO	4	19

Realizacija:

160.876

Nositelj: TZGZ

3.3.3. Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima

Tijekom 2021. godine TZGZ je provela nekoliko kampanja kojima se grad Zagreb segmentu digitalnih nomada predstavio kao destinacija idealna za njihov boravak i rad. Projekt Zagreb Digital Nomad Week sastojao se od serije tematskih susreta, panela i događanja na različitim lokacijama u gradu.

Po završetku Zagreb Digital Nomad Week-a pokrenut je projekt Zagreb Digital Nomad

Ambassador kroz koji je Zagreb ugostio šest digitalnih nomada te im tijekom šest mjeseci predstavio najbolje od zagrebačke poslovne i društvene scene. Prijave za projekt pristigle su s raznih strana svijeta, a u projektu su sudjelovali digitalni nomadi iz SAD-a, Južnoafričke Republike, Izraela, Singapura i Poljske, koji su svoja iskustva podijelili sa svjetskom zajednicom digitalnih nomada.

Godina je završena projektom Zagreb Digital Nomad Jolly WrapUp okupio je digitalne nomade koji su Zagreb već izabrali kao destinaciju za život i rad kao i one koji to tek planiraju. Također, rezimirano je sve učinjeno tijekom godine te su razmatrani budući projekti i planovi.

Projektom Zagreb Digital Nomad Week Zagreb se predstavio kao dobro pozicioniran grad u Europi s živopisnim događanjima i mogućnostima obavljanja poslovanja na različitim lokacijama u gradu tijekom cijele godine. Projekt je međunarodno prepoznat i višestruko nagrađen.

Navedeni projekti polučili su odlične rezultate, što potvrđuje visoko pozicioniranje Zagreba na međunarodnim listama najpoželjnijih gradova na svijetu za digitalne nomade.

Tijekom 2021. godine TZGZ je provela i skup promotivnih aktivnosti kroz suradnju s influencerima i blogerima. S obzirom na ograničenosti putovanja zbog koronavirusa te samim time i realizacije kampanje, odnosno dolaska influencera Michelin Guide-a, veći dio iznosa na stavci planiran za navedenu kampanju nije realiziran.

Realizacija:

397.505

Nositelj: TZGZ

3.3.4. Suradnja s državnim i ostalim institucijama

U 2021. godini nastavljena je suradnja s ministarstvima, državnim protokolarnim uredima, veleposlanstvima, gradskim uredima, organizatorima konferencija, školama i ostalim organizacijama i institucijama. Posredstvom njihovih upita organizirano je više od 24 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. Također, slijedom izvanredne situacije s pandemijom koronavirusa, dana je potpora Nastavnom zavodu za javno zdravstvo „Dr. Andrija Štampar“ za projekt cijepljenja stranih državljana.

Godina 2021. proglašena je Europskom godinom željeznice na razini EU te je središnji događaj bilo posebno putovanje vlaka Connecting Europe Express-a (u organizaciji Europske komisije i Europske zajednice željezničkih i infrastrukturnih poduzeća). Vlak Connecting Europe Express prošao je kroz 23 države članice i 3 susjedne zemlje, a u grad Zagreb pristigao je 11. rujna 2021. godine kada se TZGZ partnerski uključila u projekt te je prilikom dolaska vlaka u grad organizirala za sve uzvanike nastup profesionalnog folklornog Ansambla narodnih plesova i pjesama Lado, noćni razgled grada panoramskim autobusom uz pratnju licenciranih vodiča na engleskom jeziku, te Orient express tematski doručak u Hotelu Esplanade. Osim navedenog, slijedom katastrofalnog potresa koji je pogodio područje Sisačko-moslavačke županije, TZGZ donijela je odluku o pokrivanju troškova smještaja u hotelima u Zagrebu za osobe s pogođenog područja čiji su domovi oštećeni u potresu.

Realizacija:

533.044

Nositelji aktivnosti: TZGZ

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

3.4.1. Suradnja s avioprijevoznicima i agencijama

Za uspješno provođenje marketinških aktivnosti svakako je vrlo važna kvalitetna suradnja s destinacijskim menadžment kompanijama i avioprijevoznicima. Tako je TZGZ i u 2021. godini planirala i podržala inicijative navedenih dionika s ciljem dodatne promocije grada Zagreba prilagođavajući se novonastaloj situaciji u turističkom prometu. U 2021. godini nastavljena je vrlo uspješna dugogodišnja suradnja s nacionalnim avio prijevoznikom Croatia Airlines u svrhu promocije linija za Zagreb. Novitet ove suradnje svakako je novi oblik promocije na avionima Croatia Airlines putem novih kanala oglašavanja, dodatnih marketinških promotivnih materijala u obrocima za putnike, naljepnica na pregradama te kreativnih letaka insertiranih u sjedala. Na taj način dodatno je obogaćena prezentacija Zagreba kao turističke destinacije te Adventa Zagreb kao jednog od kapitalnih projekata TZGZ-a.

Dodatno su planirana sredstva za suradnju s agencijama na tržištu Češke i Slovačke, međutim, ista nisu iskorištena sukladno iznenadnim promjenama uzrokovanim pandemijom koronavirusa.

S ciljem jačanja prisutnosti turističke ponude grada Zagreba u prodajnim programima i katalozima inozemnih organizatora putovanja, TZGZ je i u 2021. godini financijski podržala inicijative turoperatora (TUI.DE, Russian express), putničkih agencija (Nekera) te ostalih avioprijevoznika kao što su poljski LOT i njemački Eurowings.

Zajednička promotivna kampanja s poljskim avioprijevoznikom LOT-om i putničkom agencijom

Nekerom pridonijela je povećanju broja dolazaka (+104 %) i noćenja (+106 %) poljskih gostiju, kampanja s Eurowingsom povećanju broja dolazaka (+115%) i noćenja (+91%) gostiju iz Njemačke, a kampanja s Russian expressom povećanju broja dolazaka (+477%) i noćenja (+372%) gostiju iz Rusije.

Online kampanje sa Turkish Airlinesom, na tržištima SAD-a i Kanade, tijekom ljeta i zime 2021. imale su doseg od 10.000 korisnika te postigle odličnu vidljivost.

Neki programi za Zagreb se zbog pandemijske krize nisu mogli realizirati te samim time niti planirana oglašavanja (Aurora viaggi i ID Riva).

Croatia Airlines	2.000.000
Ostali avioprijevoznici	1.031.870
Ino agencije i oglašavanja	0
Realizacija:	3.031.870

Nositelj: TZGZ

3.4.2. Oglašavanje u promotivnim kampanjama privatnog i javnog sektora

U 2021. godini udruženo oglašavanje je TZGZ provela u suradnji s agencijama i smještajnim objektima u Zagrebu. Iznos koji je bio predviđen nije realiziran u potpunosti iz razloga što su i subjekti zbog cjelokupne situacije odustajali od cjelokupnog ili djelomično planiranog oglašavanja. Subjekti koji su realizirali media planove u cijelosti ili djelomično su Amadria Park, Obzor putovanja, LT Konture agencija i Serenatne (Hosteli Main Square Hostel i Whole Wide World).

Realizacija: **99.106**

Nositelj: TZGZ

3.4.3 Promotivne kampanje s partnerima

Usprkos situaciji uzrokovanoj pandemijom, utrke Audi FIS World Cup – Snow Queen Trophy 2022 su bile planirane za održavanje 04. i 05.01.2022. godine. Odlukom Turističkog vijeća odobrena su dodatna sredstva u ukupnom iznosu od 4.000.000,00 kuna za promotivnu kampanju. Slijedom nepredvidivih okolnosti zbog loših vremenskih uvjeta, utrka muškog slaloma je otkazana nakon što je istu odvozilo 19 skijaša. Ženski slalom je otkazan u potpunosti. Sredstva na stavci su utrošena za oglašavanje u promidžbenoj kampanji kroz online i offline kanale za najavu utrke dok je za dio sredstava izvršen povrat te su ugovorena kompenzacijska prava za skijašku sezonu 2021./2022. te 2022./2023.

Sredstva na stavci planirana su za promociju Zagreba kao turističke destinacije u sklopu zimskih olimpijskih igara u Pekingu 2022. godine, promociji na društvenim mrežama te ostalim oblicima marketinške suradnje. Kako je uslijed okolnosti izazvanih koronavirusom onemogućeno predstavljanje u Pekingu, suradnja je produljena s cijelim paketom marketinških prava sve do kraja lipnja 2022. godine.

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.

Snježna kraljica	3.400.000
Hrvatski olimpijski odbor	200.000
Hrvatski nogometni savez	530.000
Realizacija:	4.130.000

Nositelj: TZGZ

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

3.5.1. Samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ-om

U 2021. godini TZGZ je sudjelovala na ukupno 14 turističkih sajmovima u 13 zemalja, od kojih 9 samostalno, 4 u organizaciji HTZ-a te 1 u suradnji s Predstavništvom HTZ-a. Obzirom na trajanje pandemije te epidemiološke mjere na snazi, dio sajmovi je održan u virtualnom obliku (sajmovi: ITB China, ITB Asia, Travel Turkey, ITB India, IMTM Tel Aviv, Ferienmesse Beč te ITB Berlin) dok su ostali sajmovi održani u fizičkom obliku (sajmovi: IFTM Top Resa Pariz, B-Travel Barcelona, FITUR Madrid, UITT Kijev, Qatar Travel Mart, TTG Rimini, WTM London). Prilog 6

Nastupi na turističkim sajmovima u inozemstvu ocijenjeni su uspješnim kroz uspostavljanje kontakata s partnerima (posebno turističkim agencijama i turoperatorima), promociju turističke ponude Zagreba profesionalnoj i širokoj publici te izgradnju imidža Zagreba kao turističke destinacije. Također, vidljiv je značajan doprinos 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 te doprinijelo vidljivosti destinacije na inozemnim tržištima. Prilog 6

Realizacija: 544.243

Nositelj: TZGZ

3.5.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

Održane su sve planirane kongresne burze osim IMEX Frankfurt koja je otkazana zbog pandemije i mjera koje su se provodile u Njemačkoj. 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 2021. sudjelovao na kongresnoj burzi Conventa u Ljubljani, IMEX America i IBTM World. Conventa je umjesto u siječnju, održana u kolovozu, a IBTM World je zadržao svoj termin krajem studenog.

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 7

Realizacija:

196.771

Nositelj aktivnosti: TZGZ

3.5.3. Posebne prezentacije i radionice

TZGZ je u 2021. godini predstavila turističku ponudu Zagreba na ukupno 31 prezentaciji i poslovnoj radionici na inozemnim tržištima. Posebne prezentacije i radionice održane su samostalno ili u suradnji s HTZ-om. Premda su promjene uzrokovane koronavirusom i dalje vidljive poglavito u načinu održavanja radionica i prezentacija koje su se većim dijelom održale u virtualnom obliku, sudjelovanje na radionicama i prezentacijama i dalje predstavlja značajan vid promocije turističke ponude grada Zagreba te doprinosi kontinuiranom razvoju i vidljivosti destinacije stvarajući temelje za rast u budućem razdoblju.

Posebno se ističu sljedeće prezentacije turističke ponude Zagreba: virtualna prezentacija za poljsko tržište Croatia Get2Gether (22.4.2021.), virtualna prezentacija za njemačko tržište (11.5.2021.), virtualna prezentacija za talijansko tržište (27.5.2021.), prezentacija Adventa u Varšavi (26.11.2021.), Croatian Virtual Get2Gether webinar za britanske agente (29.11.2021.).

S obzirom na nemogućnost održavanja ili sudjelovanja na radionicama uživo zbog epidemioloških mjera na snazi, na sljedećim radionicama sudjelovali smo u virtualnom formatu: Europe Connect (22.-25.2.2021.), ETOA North American Marketplace (4.3.2021.), Travel Meet Asia – Southeast Asia (24.-25.2.2021.), Croatia Get2Gether za tržište Slovenije (17.-18.3.2021.), Croatia Get2Gether za tržište Poljske (18.3.2021.), New Deal Europe (12.4.2021.), Croatia Get2Gether za tržište Skandinavije (14.4.2021.), ETC Virtual Travel Trade Show za kinesko tržište (19.-23.4.2021.), TravelMatch 2021 (29.4.2021.), ETOA China European Marketplace (11.5.2021.), USTOA May Marketplace (11.5.2021.), Croatia Get2Gether za tržišta Rusije, Ukrajine i Bjelorusije (18.5.2021.), ETOA City Fair (8.6.2021.), Croatia Get2Gether za tržište Ujedinjenog Kraljevstva (6.7.2021.), Travel Meet Asia - Northeast Asia (4.-5.8.2021.), konferencija i radionica ASTA Global Convention 2021 (30.-31.8.2021.), Global Travel Week (4.-5.10.2021.), Croatian Virtual Get2Gether za tržišta Češke i Slovačke (23.11.2021.), Croatian Virtual Get2Gether za tržišta Rusije, Ukrajine i Bjelorusije (24.11.2021.) te ETOA Relaunch 22 (30.11.2021.).

U fizičkom obliku održale su se konferencija i radionica Asta Destination Expo u Dubrovniku (10.-13.6.2021.), radionica Adriatic Luxury u Tivtu (25.-28.5.2021.), konferencija i radionica Virtuoso Travel Week u Las Vegasu (8.-13.8.2021.), radionica ETOA The Global European Marketplace u Londonu (29.10.2021.), radionica Sell Croatia u Ljubljani (16.11.2021.) te konferencija i radionica USTOA Marketplace & Annual Conference u San Diegu (7.-10.12.2021.)

Realizacija:

521.897

Nositelj aktivnosti: TZGZ

3.5.3.1. EXPO Dubai

Usprkos otkazivanju 2020. godine, EXPO Dubai se održao od 1.10.2021.- 31.3.2022. godine. Najveća svjetska izložba tako se po prvi puta održala na području Ujedinjenih Arapskih Emirata. Glavna tema EXPO-a je „Spajanje umova, stvaranje budućnosti“ dok su pod teme prilika, mobilnost i održivost od kojih svaka ima svoj centralni paviljon. Okupila je 191 izlagača, odnosno, zemlje koje su u svojim paviljonima prezentirale svoje države na najatraktivnije načine koristeći brojne tehnologije i inovativnosti pritom odražavajući teme samog EXPO-a. Sredstva na stavci utrošena su na suradnju s Hrvatskom turističkom zajednicom u vidu kreiranja atraktivnog paviljona Republike Hrvatske i bogatih sadržaja u istome te prezentaciji Zagreba kao glavnog grada.

Realizacija:

500.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ**3.5.4. Posebne prezentacije i radionice/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 obzirom na specifičnu situaciju tijekom 2021. godine, većina radionica i prezentacija je održana u drugoj polovici godine kada su se pojavile značajnije pozitivne naznake kretanja stanja na tržištu. Štoviše, kako bi se iskoristio taj pozitivni moment, a sa željom da se Zagreb predstavi potencijalnim klijentima koristila se prilika za sudjelovanjem na većini relevantnih kongresno-incentive radionica.

U svibnju se sudjelovalo na online radionici WYRED Europe u organizaciji M&I. Na poziv i dogovor s predstavništvom HTZ-a u Varšavi, online je prezentirana kongresna ponuda Zagreba članovima organizacije SITE (Society of Incentive Travel Excellence). U kolovozu je Zagreb prezentiran na radionici i burzi Connect u Tampa, FL, što je bilo posebno zanimljivo, jer je tijekom pandemije vrijedila zabrana putovanja iz Schengenskog područja koje je većini europskih zemalja onemogućila putovanja u SAD, te je interes za Zagrebom i Hrvatskom bio veći od očekivanog. U organizaciji specijalizirane agencije Partance iz Pariza, u rujnu su u Parizu organizirane dvije prezentacije, jedna s tzv. direktnim kupcima, odnosno korporativnim sektorom, te druga s asocijacijama. U istom mjesecu, organizirane su i dvije radionice u Bruxellesu, jedna za agencije i druga za predstavnike međunarodnih asocijacija. Na poziv HTZ-a, u rujnu smo sudjelovali na radionici „M&I Europe Autumn Forum“ u Šibeniku. U suradnji s HTZ-om sudjelovali smo na radionici „MCE South Europe Forum“ u Algarveu, a u suradnji s TZ grada Dubrovnika sudjelovali smo na online radionici EPEX organizirane za indijsko kongresno-incentive tržište.

S ciljem promocije Zagreba, u studenom je organiziran roadshow u suradnji sa specijaliziranom agencijom Partance, a koji je obuhvatio tri grada: Pariz-Lille-Bruxelles (prvobitno planirano Nica-Toulouse-Nantes), te radionica u prosincu u Parizu.

S istom agencijom organizirali smo posebnu prezentaciju Zagreba za direktne kupce i asocijacije iz Pariza, gdje je ostvaren izuzetan uspjeh u pogledu potvrđenih kupaca, te interes koji su iskazali tijekom prezentacije, a što je rezultiralo najavom studijskog putovanja u 2022. godini. Ideja je bila prezentirati Zagreb kao zanimljivu kulturnu i gastro destinaciju, te je s tim ciljem angažiran chef renomiranog zagrebačkog restorana Appetit, a kao partneri su sudjelovali Croatia Airlines, hotel Esplanade, te hoteli grupacije Hilton.

Tijekom prosinca je bilo planirano sudjelovanje na SITE Incentive Summit Europe programu u Švicarskoj, no zbog pojave Omicron varijante virusa, program je prolongiran za ožujak 2022. godine.

Realizacija:**500.788****Nositelj aktivnosti: TZGZ****3.6. Suradnja s organizatorima putovanja**

U 2021. godini mogućnost realizacije studijskih putovanja agenata bila je smanjena zbog situacije s pandemijom koronavirusa. U skladu s mogućnostima, 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.

Studijska putovanja agenata organizirana su i provedena u suradnji s domaćim i stranim turoperatorima i njihovim partnerima u Hrvatskoj. Realizirano je 11 studijskih posjeta s ukupno 115 agenata. Zbog smanjenih mogućnosti kretanja i neizvjesne situacije, troškovi aktivnosti bili su manji od očekivanih te su i sredstva na stavci potrošena u manjem iznosu.

Država	Broj studijskih posjeta	Broj osoba
SAD	9	112
Nizozemska	1	1
J. Koreja	1	2
UKUPNO	11	115

Realizacija:**100.462****Nositelj aktivnosti: TZGZ****3.6.1. Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa**

Studijska putovanja i inspekcijski posjeti značajno su reducirani zbog situacije uzrokovane globalnom pandemijom. Interes organizatora skupova i ostalih poslovnih događaja za tu vrstu putovanja bio je smanjen zbog različitih ograničenja vezanih uz prekogranična putovanja, a nekoliko je planiranih inspekcijskih posjeta otkazano ili odgođeno za buduće razdoblje. Slijedom navedenog u 2021. godini održano je 5 inspekcijskih i studijskih putovanja tijekom

kojih je Zagreb posjetilo 29 sudionika. Posebno treba istaknuti post MEETEX studijsko putovanje početkom srpnja, na kojem je sudjelovalo 15 kupaca odabranih od strane hrvatske kongresne industrije na online radionici održanoj u ožujku, te studijsko putovanje za 5 kupaca s kongresne burze Conventa održanoj u Ljubljani krajem kolovoza.

Realizacija: 24.918

Nositelj aktivnosti: TZGZ

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

3.7.1. Brošure i tiskani materijali

Sredstva su utrošena za organizaciju izrade, tisak i otkup različitih tiskanih promotivnih materijala koji su distribuirani prvenstveno putem Centara za posjetitelje i Turističkih informativnih centara, smještajnih objekata, kroz organizaciju različitih događanja i skupova u Zagrebu te prilikom nastupa na turističkim i kongresnim sajmovima i poslovnim radionicama. U 2021. godini naručen je dotisak nekoliko jezičnih verzija mape Korak po korak i brošure Dobro došli u Zagreb. Višekratno je tiskana nova, redizajnirana verzija plana grada u formi letka, a za potrebe projekata Mali Zagreb, Pimp my pump i Advent Zagreb tiskane su posebno dizajnirane promotivne karte kako bi se posjetitelje upoznao sa sadržajem i gradskim lokacijama vezanim za projekte.

Tijekom godine kontinuirano se izdavao mjesečnik Program priredaba u dvije jezične verzije, hrvatskoj i engleskoj, za što je utrošeno nešto manje sredstava od planiranog budući da se ne može točno predvidjeti trošak pojedinog izdanja uslijed promjenjivog obujma mjesečnika kao i naklade koja se procjenjuje i po potrebi korigira uoči tiska svakog idućeg izdanja, a sve sukladno turističkim kretanjima. Prilog 8

Realizacija: 512.794

Nositelj aktivnosti: TZGZ

3.7.2. Suveniri i promo materijali

Za potrebe niza promotivnih aktivnosti TZGZ-a, tijekom godine ostvarene su narudžbe različitih vrsta promotivnih proizvoda i suvenira. Naručivana su licitarska srca kao već tradicionalno najprepoznatljiviji suvenir, zatim kemijske olovke, USB stickovi, magneti i sl. Dio suvenira korišten je i za posebne projekte uz aplikaciju pripadajućih vizuala pa su tako izrađeni magneti i maske za lice za potrebe promocije Artupunktura i Adventa Zagreb. Također uz korištenje adventskog vizuala izrađeni su prigodni proizvodi poput platnenih vrećica, čokolada, keksa u tipu paprenjaka, mirisnih svijeća u limenkama, balzama za usne i dr. Prilog 8

Realizacija: 405.019

Nositelj aktivnosti: TZGZ

3.7.3. Newsletter TZGZ

Od planiranih najmanje 12 newslettera u 2021. godini poslano je njih 7. Također, u 2021. godini TZGZ je pokrenula i slanje posebnog newslettera s naglaskom na kulturu naziva Culture & Events guide, a kojim se grad Zagreb ciljano komunicirao kao destinacija bogata raznolikom kulturnom ponudom. U svrhu slanja navedenog newslettera proširena je baza primatelja na internet aplikaciji MailChimp, a zbog epidemiološke situacije poslana su samo dva newslettera. Zbog smanjenog broja poslanih newslettera iznos stavke umanjen je u listopadu izmjenama i dopunama programa rada i financijskog plana za 2021. godinu. Slanje kongresnog newslettera MeetInZagreb započeto je u siječnju i nastavljeno kroz cijelu 2021. godinu te je u potpunosti realizirano.

Newsletter TZGZ služi 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 posebnom newsletteru vezanom uz kulturu, ciljano se grad Zagreb komunicirao kao destinacija bogata raznolikom kulturnom ponudom, dok je fokus kongresnog newslettera i dalje bio usmjeren na poticanje mladih poduzetnika te pozicioniranje grada Zagreba kao poslovne destinacije usmjerene na razvoj poduzetništva i novih tehnologija, ali i kao poželjne destinacije za digitalne nomade.

Realizacija: 99.826

Nositelj aktivnosti i partneri: TZGZ

3.7.4. Proizvodnja multimedijalnih materijala

TZGZ je u 2021. godini planirala i realizirala proizvodnju novih multimedijalnih materijala, odnosno promotivnih filmova, animacija te različitog sadržaja audio-vizualnog formata prilagođenog digitalnim medijima oglašavanja. Multimedijalni materijali su neophodni za promociju grada Zagreba te komunikaciju s potencijalnom ciljnom skupinom, a ujedno predstavljaju i sastavni dio svake integrirane marketinške kampanje. Tako su kreirani novi video materijali za promotivne kampanje Around Zagreb te Advent Zagreb te destinacijski

video Zagreb 60. Također snimljen je vrlo atraktivan video materijal pod nazivom „Zagreb sport story” koji prezentira tradiciju, sportske uspjehe i samu sportsku ponudu namijenjenu za rekreativno bavljenje sportom svih posjetitelja grada Zagreba. Odlukom TV sredstva na stavci su odobrena u iznosu od 1.300.000,00 kn.

Realizacija:

1.230.561

Nositelj aktivnosti: TZGZ

3.7.5. Kreiranje materijala za kanale online

TZGZ je za potrebe online promocije kroz cijelu 2021. godinu kreirala te kontinuirano prilagođavala foto i video materijale. Za iste potrebe koristile su se i foto baze Lince grada, Shutterstock i Cropix. Tijekom 2021. godine www.lovezagreb.hr stranica se i dalje obogaćivala novim tekstovima (blogovima) i vlogovima (video blogovima). Uz već postojeće, kreirani su novi tematski blogovi čiji su sadržaj napisali lokalni turistički vodiči. U svrhu obogaćivanja spomenute internet stranice i promocije na društvenim mrežama nastavljeno je s kreiranjem kratkih video uradaka u loop-u „ZgLoop“ u suradnji s tvrtkom Dobre ideje.

Za potrebe provođenja online kampanja pisani su advertorijali te su se isti prilagođavali na strane jezike, ovisno o tržištu. Korištene su i usluge copywriting-a kako bi se sadržajno obogatile internet stranice u vlasništvu TZGZ-a. Iste usluge korištene su za nove podstranice namijenjene digitalnim nomadima digitalnomads.infozagreb.hr i sportske podstranice sport.infozagreb.hr. Napisani tekstovi prevedeni su i prilagođavani na strane jezike ovisno o potrebama. Za navedene podstranice korištene su i usluge savjetovanja radi što boljeg odabira i prezentiranja sadržaja na istima.

Tijekom 2021. godine nastavilo se s kreiranjem novog i atraktivnog sadržaja za potrebe društvenih mreža TZGZ: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter i YouTube, a profili na društvenim mrežama Facebook i LinkedIn, koje su primarno orijentirani na promociju kongresne ponude grada, nastavili su se kontinuirano ažurirati informacijama orijentiranim na posebne interese te sklonosti poslovnog segmenta posjetitelja u gradu Zagrebu.

Realizacija:

818.890

Nositelj aktivnosti: TZGZ

3.8. Internetske stranice

S obzirom na pandemiju koronavirusa, na web stranicama infozagreb.hr, konstantno prateći situaciju, rađene su preinake te se prezentirao sadržaj prilagođen situaciji. Posebna podstranica na kojoj su se mogle pronaći aktualne informacije vezane za pandemiju, u cilju informiranja posjetitelja i dionika u destinaciji, konstantno je ažurirana i obogaćivana novim sadržajem. Tako su se na web stranicama mogle pronaći informacije o cijepljenju turističkih djelatnika, testiranju stranih posjetitelja putem Centra za posjetitelje, cijepljenju stranih državljanina, ali i informacije o testiranju u javnim ustanovama i privatnim subjektima te zagrebačkim hotelima. Poveznica na navedene informacije dostupna je na svim web stranicama TZGZ-a.

Vezano za dionike u destinaciji, aktualne informacije objavljivale su se i na korporativnim stranicama www.tzgz.hr.

I u 2021. godini nastavljeno je sa prilagodbama Web administratora – CMS (Content Management System) za sve web stranice u vlasništvu TZGZ-a kako bi se olakšalo upravljanje sadržajem i uređivanjem stranica. Tijekom godine definirana je nova struktura weba i započeto je s redizajnom web stranice infozagreb.hr. Kompletni redizajn stranice je prebačen na 2022. godinu s obzirom na to da realizacija nije bila moguća zbog otežanih uvjeta rada.

Web stranice www.aroundzagreb.hr koje su kreirane za potrebe zajedničke kampanje s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije nadograđene su i nadopunjene novim sadržajem. Na stranicama se sada uz turističku ponudu Zagreba i Zagrebačke županije predstavlja i turistička ponuda Krapinsko-zagorske županije, a poseban naglasak je stavljen na boravak u prirodi, rekreaciju, gastronomiju, tradiciju i kulturnu ponudu, kao i na sigurnost. Rađene su veće intervencije na web stranici 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 na kojima se Zagreb predstavlja kao centar medicinske izvrsnosti je u 2021. godini nadopunjavana novim sadržajem te su se prema potrebi radile izmjene u sadržaju. Podstranica posvećena kulturnoj ponudi 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 koje je TZGZ u suradnji s 24sata prenosio putem svojih profila na društvenim mrežama.

U svrhu prezentiranja sportske ponude Zagreba izrađena je podstranica Zagreb Sport www.sport.infozagreb.hr. Stranica obuhvaća pregled aktualnih sportskih događanja, popis sportskih i rekreacijskih objekata i dvorana, prijedlog aktivnosti te povijesni osvrt na bogatu

zagrebačku i hrvatsku sportsku povijest, a dostupna je na ukupno šest jezika. Također, izrađena je i podstranica Digital Nomads in Zagreb www.digitalnomads.infozagreb.hr, koja sadrži sve važne informacije vezane uz prijave i boravak digitalnih nomada u Zagrebu.

U sklopu novog kulturnog projekta Artupunktura, napravljena je i nova web stranica www.artupunktura.hr

Specijalizirane stranice i mikro stranice u vlasništvu TZGZ-a, poput www.meetinzagreb.hr, www.tzgz.hr, www.zagrebplaces.com, www.betherezagreb.com, www.lovezagreb.hr i www.festivalsvjetlazagreb.hr, www.adventzagreb.hr održavane su i nadopunjivane novim sadržajima (tekstovi, video, fotografije) tijekom cijele godine. Zbog otežanih uvjeta rada planiran redizajn www.meetinzagreb.hr i www.lovezagreb.hr stranica prebačen je na 2022. godinu, a u 2021. napravljene su manje izmjene u funkcionalnostima radi poboljšanja korisničkog iskustva. Iz istog razloga izrada posebnih microstranica za indijsko tržište prebačena je na sljedeću godinu.

Google Analytics, pokazuje da je u 2021. godini web stranicu www.infozagreb.hr pregledalo 462.768 posjetitelja, što je porast od gotovo 40% u odnosu na 2020. godinu, koji su pregledali 1.235.124 stranica. Web stranicu www.meetinzagreb.hr posjetilo je ukupno 143.132 posjetitelja, što je također značajan porast posjeta u odnosu na 2020. godinu. Web stranicu www.adventzagreb.hr posjetilo je ukupno 177.147 posjetitelja.

Google Analytics, pokazuje da je u 2021. godini web stranicu www.infozagreb.hr pregledalo 462.768 posjetitelja, što je porast od gotovo 40% u odnosu na 2020. godinu, koji su pregledali 1.235.124 stranica. Web stranicu www.meetinzagreb.hr posjetilo je ukupno 143.132 posjetitelja, što je također značajan porast posjeta u odnosu na 2020. godinu. Web stranicu www.adventzagreb.hr posjetilo je ukupno 177.147 posjetitelja. Smanjena posjećenost web stranica u odnosu na 2019. godinu može se pripisati smanjenom interesu za putovanjima uzrokovanom pandemijom koronavirusa.

Aplikacija Zagreb 360 - WebVR aplikacija koja omogućuje virtualnu šetnju Zagrebom putem 360 panorama u protekloj godini održavana je, ali se nije nadopunjivala novim sadržajem.

Poduzete aktivnosti imaju za cilj bolju prezentaciju grada Zagreba i njegovu bogatu i raznoliku ponudu. Web stranice TZGZ-a služe kako bi svojim posjetiteljima, sugrađanima, ali i svim dionicima u turizmu pružila sve potrebne informacije za što lakši i jednostavniji dolazak i boravak u gradu.

Realizacija:

575.258

Nositelj aktivnosti: TZGZ

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

(dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)

Planirana sredstva koristila su se za vizualno oblikovanje i prilagodbu oglasa, banneri, letaka, vizuala za opremu štandova za nastupe na turističkim sajmovima, PPT prezentacije, izradu digitalnih brošura, pisanje promo tekstova za advertorijale, otkup fotografija, prijevode, lektoriranje, dizajn i pripremu različitih materijala za promotivne kampanje kao npr. Around Zagreb Zagrebačka županija i Around Zagreb Zagorje.

Organizirano je fotografiranje destinacije s naglaskom na različita događanja u proljeće, ljeto i za vrijeme Adventa te su otkupljena prava na korištenja fotografija za potrebe ažuriranja postojeće baze fotografija. Također su fotografirani i posebni projekti kao što su Pimp my pump, Mali Zagreb, World Rally Championship te izložba u MZLZ pod nazivom Zagreb voli zeleno.

Za potrebe novog projekta Artupunktura, kojim se objedinjuje i promovira kulturno-umjetnička ponuda Zagreba u jesenskom periodu, izrađen je kompletni vizualni identitet sa svim pripadajućim materijalima za potrebe predstavljanja i oglašavanja, dok je za potrebe promocije Adventa Zagreb osmišljeno novo idejno rješenje, dizajn materijala i pripadajuće grafičko oblikovanje.

Realizacija:

1.408.679

Nositelj aktivnosti: TZGZ

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

Nastavno na posljedice pandemije koronavirusa i nedovoljnog broja posjetitelja, kao i stanja samih info centara, donesena je odluka o zatvaranju dva turistička informativna centara u 2021. godini. TIC na Glavnom kolodvoru zatvoren je 31.8.2021. godine, a TIC na Autobusnom kolodvoru 9.9.2021. godine uz sporazumni raskid ugovora o zakupu poslovnog prostora.

Preostala tri informativna centra radila su tijekom cijele godine – Centri za posjetitelje na Trgu bana J.Jelačića i u MZLZ Franjo Tuđman u dvije smjene, a TIC u Kuli Lotrščak u jednoj smjeni. Info-centri nisu bili otvoreni svega četiri dana u godini - Nova godina, Uskrs, Dan Svih svetih i Božić, osim TIC-a u Kuli Lotrščak koji je svakog ponedjeljka zatvoren, a također je i zbog potresa bio zatvoren prvih dvanaest dana siječnja. Svi info centri bili su na usluzi posjetiteljima

grada Zagreba za davanje najraznovrsnijih informacija i to ponajprije u izravnoj komunikaciji te putem telefona i e-pošte. Također, informacije su svakodnevno prikupljane i ažurirane, a one koje se odnose na sva značajnija događanja u gradu Zagrebu, tijekom cijele godine publicirane su u mjesečniku „Program priredaba“.

Putem Centar za posjetitelje na Trgu bana J.Jelačića, od travnja 2021. godine organizirano je, u suradnji s medicinskim laboratorijem, testiranje stranih posjetitelja u dane vikenda i blagdana kako bi im se omogućio jednostavniji odlazak iz destinacije s valjanim testom. Sve prijave zaprimale su se u ovom info centru i obrađivale te se rezervacije dostavljale laboratoriju koji je vršio testiranje na Europskom trgu u sanitetskom vozilu.

U 2021. godini nastavljeno je jezično usavršavanje dijela osoblja zaposlenog u info centrima. Tijekom 2021. godine 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 Prilogu 9.

U odnosu na prethodnu godinu, a sukladno trendu oporavka zagrebačkog turizma, Centar za posjetitelje na Trgu bana Josipa Jelačića bilježi u 2021. godini porast posjetitelja od 68%. TIC u Kuli Lotrščak zabilježio je u 2021. godini porast ukupnog broja posjetitelja od 56%, s napomenom da je ovaj info centar, ponedjeljkom uvijek zatvoren (za razliku od ostalih info centara). Jedino je u Centru za posjetitelje u Zračnoj luci zabilježen pad ukupnog broja posjetitelja za 20% u odnosu na 2020. godinu, a razlog je velika razlika u prva tri mjeseca promatranih godina. U tom razdoblju 2020. godine zabilježeno je 29.365 posjetitelja, a 2021. godine u istom razdoblju samo 1.558, što je unatoč dobroj posjećenosti u preostalim mjesecima, bila nenadoknadiva razlika. Još uvijek brojna ograničenja u putovanjima i smanjeni kapaciteti zračnih prijevoznika uzrok su sporijeg oporavka zračnog prometa pa posljedično i ovakvog rezultata.

Od ukupnog broja evidentiranih posjetitelja u TIC-evima (96.831), udio domaćih posjetitelja bio je 39%, a inozemnih 61%.

TIC-evi na Glavnom i Autobusnom kolodvoru radili su tijekom 2021. godine samo 8 mjeseci, do zatvaranja, i ostvarili približno isti broj posjetitelja (2.543 TIC Željeznički kolodvor i 2.557 TIC Autobusni kolodvor).

Troškovi redovnog funkcioniranja i održavanja info centara prikazani su u Prilogu 9.

Realizacija: **3.007.612**

3.10.1. Smeđa signalizacija i info table

Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije tijekom 2021. godine odvijalo se sukladno potrebama održavanja.

Realizacija: **36.150**

Nositelj aktivnosti: TZGZ

UKUPNO KOMUNIKACIJA I

OGLAŠAVANJE

29.900.024

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Stručni skupovi i edukacije

TZGZ je i u 2021. godini nastavila ulagati u kvalitetu i obrazovanje svojih zaposlenika kroz sudjelovanje na stručnim i poslovnim skupovima u organizaciji strukovnih udruga, a u svrhu stjecanja uvida u relevantne informacije glede postojećeg stanja i trendovima na globalnom i pojedinim tržištima. Tako su djelatnici TZGZ-a sudjelovali u najvažnijim godišnjim sastancima organizacije European Cities Marketing: ECM International Conference & General Assembly (virtualno), ECM TIC Expert Meeting (Girona) i City Cards Expert Meeting (virtualno). Pored navedenog, djelatnici TZGZ-a su sudjelovali i na sljedećim stručnim skupovima: Turizam 365 (Tuheljske Toplice), Dani hrvatskog turizma (Dubrovnik), Global MICE Congress (Kijev), ICCA Congress 2021 (virtualno), World Tourism Forum Lucerne-Innovation Festival (Andermatt) te UNWTO General Assembly (Madrid).

Isto tako, organizirana je edukacija za vodiče na temu interpretacije baštine čime je TZGZ doprinijela podizanju razine kvalitete vođenja te poboljšanju cjelokupnog doživljaja posjetitelja u destinaciji.

Realizacija:

193.179

Nositelj aktivnosti: TZGZ

4.1.1. Kultura turizma – uvođenje izbornog predmeta u škole

U suradnji s Gradskim uredom nadležnim za obrazovanje, TZGZ pokrenula je 2010. godine obrazovni projekt Kultura turizma, kao izvanškolsku aktivnost u zagrebačkim srednjim školama kojima turizam i ugostiteljstvo nisu primarni, a s ciljem edukacije mladih o važnosti i gospodarskim učincima turizma. Na ovaj način, sustavnom edukacijom učenika srednjih škola, TZGZ nastoji podići svijest o vlastitom gradu te upoznati mlade s turističkim, kulturnim i prirodnim potencijalima Zagreba i potaknuti ih na promišljanje o vlastitom gradu kao poželjnoj turističkoj destinaciji. Sukladno planiranom, projekt je uspješno završen sudjelovanjem šest zagrebačkih srednjih škola, a završna prezentacija projekata održana je u Muzeju suvremene umjetnosti.

Realizacija:

255.426

Nositelj aktivnosti: TZGZ

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)

Sudjelovanjem na međunarodnim stručnim natjecanjima, posebice na festivalima turističkog filma, nastoji se upoznati stručna tijela s turističkim potencijalima Zagreba. Za vrijeme trajanja posebnih prezentacija, online radionica i tečajeva dodjeljuju se nagradna putovanja u Zagreb, a u 2021. godini realizirana su četiri putovanja. Na filmskim festivalima te međunarodnim skupovima, TZGZ je u 2021. godini osvojila:

1. film „Blizu grada, blizu srca“ - nagrada „Silver Star“ u kategoriji „Region International“ na Međunarodnom festivalu turističkog filma Das Goldene Stadttor , u sklopu sajma ITB, Berlin, 2021.
2. TZGZ – projekt Virtualni božićni prozori, nagrada Intermedia – globe Silver na World Media Festivals, Njemačka, 2021.
3. TZGZ – projekt Zagrebački tjedan digitalnih nomada, 1. mjesto u kategoriji „Best Crossover Event“, Slovenija, 2021.
4. TZGZ – projekt Zagrebački tjedan digitalnih nomada, 1. mjesto u kategoriji „Best in Sustainability“, Slovenija, 2021.
5. film „Blizu grada, blizu srca“ – 1. mjesto u kategoriji turistička destinacija za hrvatski turistički film na Međunarodnom festivalu turističkog filma „Zagreb Tourfilm Festival“, Hrvatska, 2021.
6. film „Blizu grada, blizu srca“ – 2. mjesto u kategoriji najbolji promotivni film grada na Međunarodnom festivalu turističkog filma „Film, Art & Tourism Festival“, Poljska, 2021.

Realizacija:

61.269

Nositelj aktivnosti: TZGZ

4.2.1. Zagreb Card

Tijekom 2021. godine ukupno su prodane 783 Zagreb Card kartice, od čega 526 od 72h i 257 od 24h. S obzirom da se pandemija koronavirusa nastavila i u 2021. godini brojke su bile nešto manje, no prodaja je bila viša u odnosu na 2020. godinu. Zagreb Card kartica predstavljena je i na web stranici udruženja europskih gradova European Cities Marketing pod nazivom We love city cards te je uključena i u ECM-ove promotivne aktivnosti. Započet je i projekt redizajna proizvoda u suradnji s agencijom specijaliziranom u izradi digitalnih rješenja u turističkoj industriji, a posebno u projektima izrade City cards, no zbog trenutne situacije i mogućnosti rada partnera dio predviđenog iznosa nije realiziran jer će se preostali dio projekta nastaviti u 2022. godini.

Realizacija:

197.254

Nositelj aktivnosti: TZGZ

4.3. Poticanje na čuvanje i uređenje okoliša

Nastavljen je dugogodišnji uspješni projekt ukrašavanja ulica i trgova cvjetnim košaricama. Cvjetne košarice vizualno oplemenjuju turistički atraktivne lokacije te čine boravak u Zagrebu ugodnijim stvarajući klimu dobrodošlice za sve posjetitelje. Ove godine izrađene su nove posude, modernog i atraktivnog dizajna koje su postavljene na rasvjetnim stupovima, zidnim svjetilkama i kandelabrima na većem broju lokacija Gornjeg i Donjeg grada.

Realizacija: 357.476

Nositelj aktivnosti: TZGZ

UKUPNO DESTINACIJSKI MENADŽMENT 1.064.603

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

U 2021. godini su izvršene članske obveze prema sljedećim međunarodnim strukovnim organizacijama: UNWTO, ECM, ETOA, USTOA, ICCA, SITE, ECM City Cards, ASTA, Skål i Traveller Made. Također, TZGZ je postala član međunarodne organizacije World Tourism Cities Federation (WTCF).

Realizacija: 162.894

Nositelj aktivnosti: TZGZ

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

U 2021. godini izvršene su članske obveze prema sljedećim domaćim strukovnim organizacijama: UHPA, UPUHH te prema Udruzi računovođa i financijskih djelatnika.

Realizacija: 11.620

Nositelj aktivnosti: TZGZ

UKUPNO ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA 174.514

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće i ostala materijalna primanja radnika 9.586.724

6.1.1. Izdaci za prijevoz na posao 230.996

6.1.2. Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu i sl.) 96.670

6.2. Materijalni troškovi – Turistički ured

Turistički ured TZGZ-a je u 2021. godini provodio sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Zagreba i koordinirao izvršenje. Planirane aktivnosti su se izvršavale sukladno svim mogućnostima i prilagođavajući se konkretnoj situaciji. Provedene su sve zadane aktivnosti, kao što su i redovno sastavljena sva izvješća te sazivana sva tijela upravljanja i odlučivanja.

Troškovi na stavci potrošnja električne energije i plina veći su zbog nenajavljenog poskupljenja plina u studenom 2021. godine. Zbog povećane brzine podatkovnog prometa utrošeno je više sredstava za telekomunikacijske usluge. Dio krivo obračunatih troškova je odobren i umanjit će se u 2022. godini. Za funkcioniranje ureda utrošena su sredstva prema tablici u Prilogu 10.

Realizacija: 3.458.774

6.3. Tijela turističke zajednice

Sredstva su realizirana za organizaciju rada tijela TZGZ, Turističkog vijeća i Skupštine.

Realizacija: 312.432

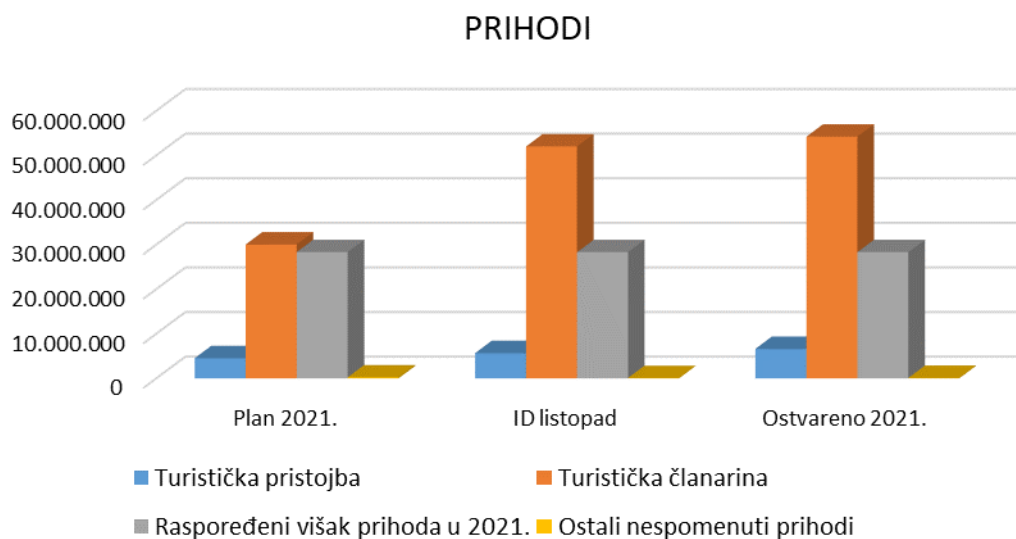
UKUPNO ADMINISTRATIVNI POSLOVI 13.685.596

SVEUKUPNO AKTIVNOSTI 63.240.112

PRIHODI 2021.

RB		PRIHODI	Plan za 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.	Index	udio %
1.		Izvorni prihodi					
	1.1.	Turistička pristojba	4.500.000	5.650.000	6.597.941	116,78	7,40
	1.2.	Članarina	30.000.000	52.000.000	54.172.493	104,18	60,77
2.		Raspoređeni višak prihoda u 2021.	28.300.000	28.300.000	28.300.000	100,00	31,75
3.		Ostali prihodi	200.000	70.000	75.084	107,26	0,08
		SVEUKUPNO:	63.000.000	86.020.000	89.145.518	103,63	100,00

Grafikon 1. Planirani i ostvareni prihodi po vrstama



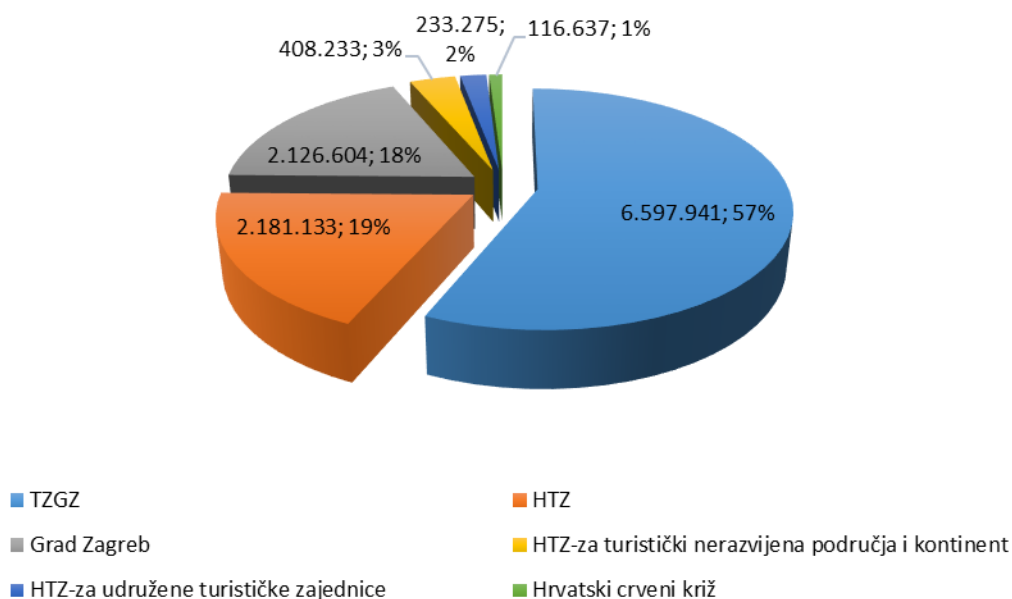
1. Turistička pristojba

Prihod od turističke pristojbe za 2021. godinu ostvaren je u iznosu 6.597.941 kuna ili 16,78 % viši u odnosu na Izmjene i dopune Programa rada za 2021. godinu. Do povećanja je došlo uslijed znatnog rasta turističkog prometa u odnosu na 2020. godinu i naplate dijela potraživanja iz 2020. godine. U strukturi ukupnih prihoda, prihodi od turističke pristojbe čine 7,40%. Ukupno raspoređena turistička pristojba za cijelo područje Grada Zagreba za 2021. godinu iznosi 11.663.823 kn.

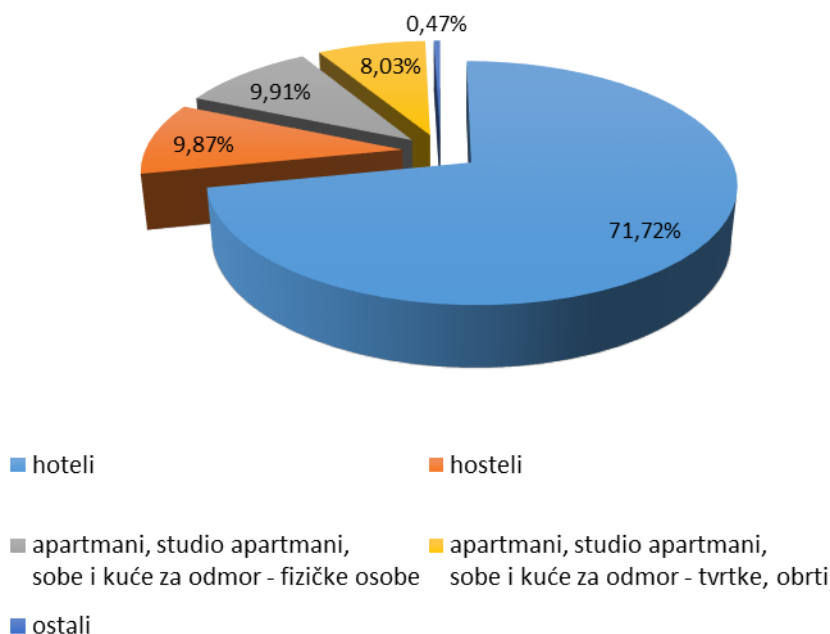
Prema Zakonu o turističkoj pristojbi sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	6.597.941
HTZ	2.181.133
Grad Zagreb (30% od 65% sredstava raspoređenih TZGZ)	2.126.604
HTZ-za turistički nerazvijena područja i kontinent	408.233
HTZ-za udružene turističke zajednice	233.275
Hrvatski crveni križ	116.637
Ukupno:	11.663.823

Grafikon 2. Raspored uplaćene turističke pristojbe



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



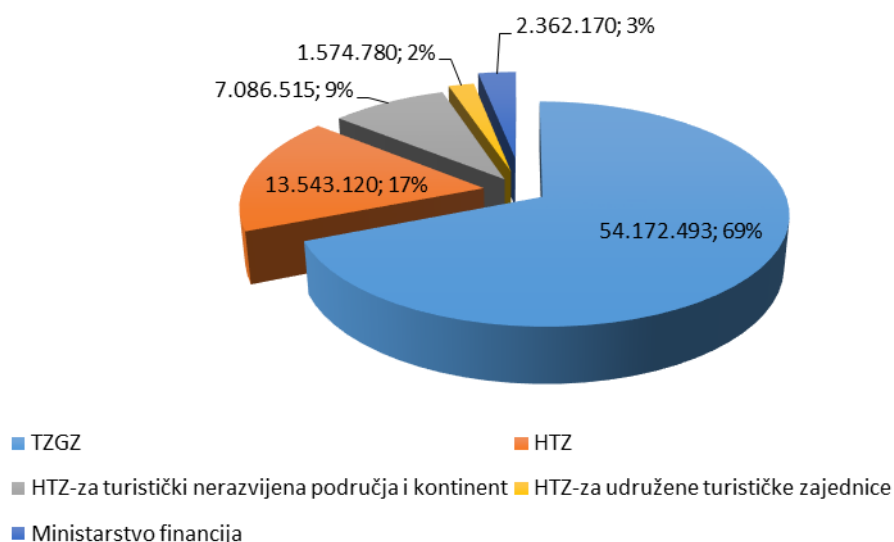
2. Turistička članarina

Prihod od turističke članarine iznosi 54.172.493 kn ili 4,18% više u odnosu na Izmjene i dopune Programa rada za 2021. godinu koji je usklađivan s trenutnom realizacijom u vrijeme donošenja izmjena i dopuna. U strukturi ukupnih prihoda, prihod od turističke članarine sudjeluje s 60,77%. Tijekom 2021. godine s osnove članarine raspoređeno je 78.739.078 kuna ukupno prikupljene članarine s područja Grada Zagreba.

Prema Zakonu o turističkoj članarini sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	54.172.493
HTZ	13.543.120
HTZ-za turistički nerazvijena područja i kontinent	7.086.515
HTZ-za udružene turističke zajednice	1.574.780
Ministarstvo financija RH	2.362.170
Ukupno:	78.739.078

Grafikon 3. Raspored uplaćene turističke članarine

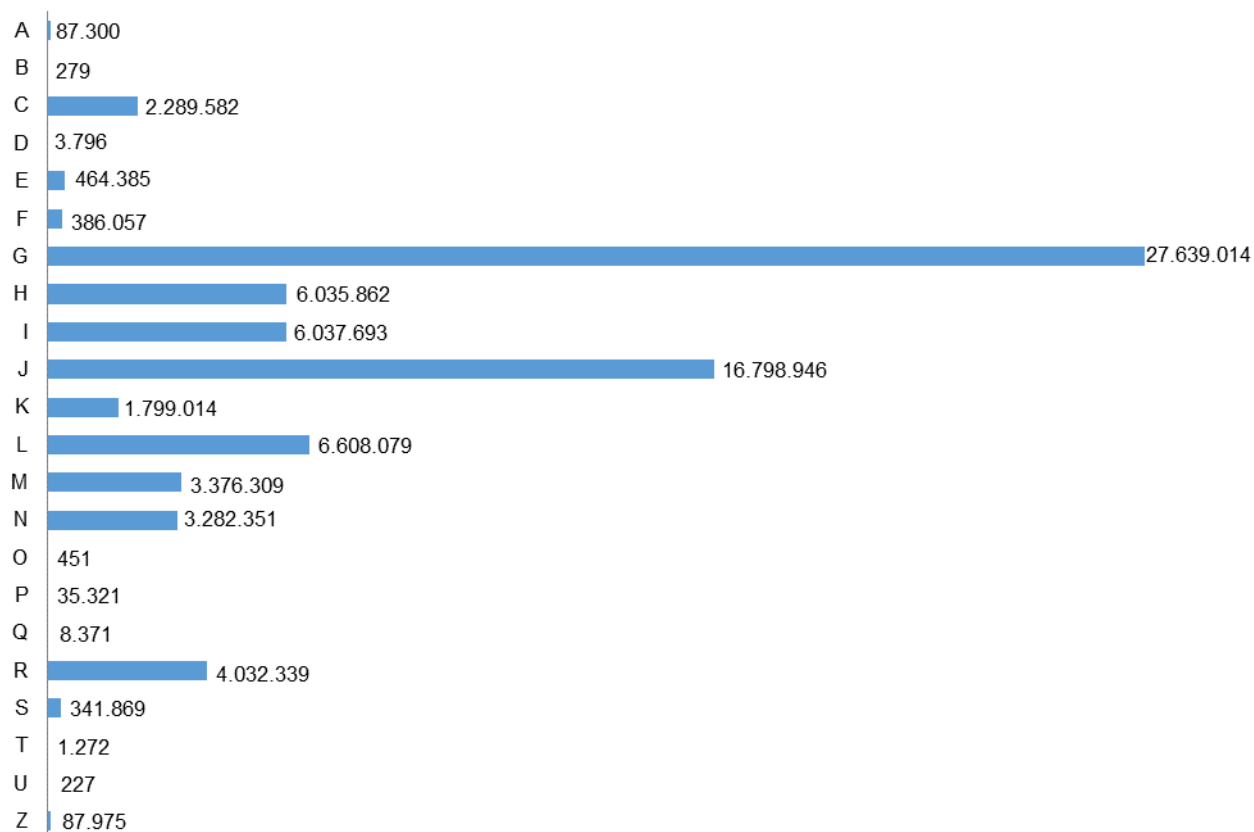


Raspored uplate turističke članarine prema djelatnostima (evidencija TZGZ):

	Djelatnosti prema NKD - 2007.	Uplata 2020	Uplata 2021	Index	Struktura
A	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	33.280	87.300	262,32	0,04
B	Rudarstvo i vađenje	72	279	389,37	0,00
C	Prerađivačka industrija	2.409.558	2.289.582	95,02	2,60
D	Opskrba el. energijom, plinom, parom i klimatizacijom	6.977	3.796	54,41	0,01
E	Opskrba vodom, uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	400.212	464.385	116,03	0,43
F	Graditeljstvo	586.096	386.057	65,87	0,63
G	Trgovina na veliko i malo, popravak vozila i motocikala	29.483.323	27.639.014	93,74	31,86
H	Prijevoz i skladištenje	7.925.741	6.035.862	76,16	8,56
I	Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	7.795.328	6.037.693	77,45	8,42
J	Informacije i komunikacije	19.299.402	16.798.946	87,04	20,85
K	Financijska djelatnost i djelatnost osiguranja	775.628	1.799.014	231,94	0,84
L	Poslovanje nekretninama	8.310.330	6.608.079	79,52	8,98
M	Stručne znanstvene i tehničke djelatnosti	6.165.179	3.376.309	54,76	6,66
N	Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	5.176.463	3.282.351	63,41	5,59
O	Javna uprava obrana, obvezno socijalno osiguranje	825	451	54,60	0,00
P	Obrazovanje	37.659	35.321	93,79	0,04
Q	Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	7.374	8.371	113,53	0,01
R	Umjetnost, zabava i rekreacija	3.410.336	4.032.339	118,24	3,68
S	Ostale uslužne djelatnosti	716.861	341.869	47,69	0,77
T	Djelatnosti kućanstva	0	1.272		0,00
U	Djelatnosti izvanteritorijalnih organizacija i tijela	0	227		0,00
Z	Nepoznati	6.913	87.975	1.272,51	0,01

Prema evidenciji TZGZ-a u 2021. godini 25.275 obveznika uplaćuje turističku članarinu, od čega su 16.483 pravne osobe, a 8.792 fizičke osobe. U 2021. godini bilježimo pad broja uplatitelja turističke članarine za 10,85 % u odnosu na 2020. godinu, kada je 28.350 obveznika uplaćivalo turističku članarinu. Smanjenje broja uplatitelja rezultat je izmjene propisa, posljedica pandemije i eventualnih preplata u 2020. godini.

Grafikon 4. Raspored uplate turističke članarine po djelatnostima



2. Višak prihoda iz prethodne godine raspoređen je u iznosu od 28.300.000 kn.

3. Ostali prihodi

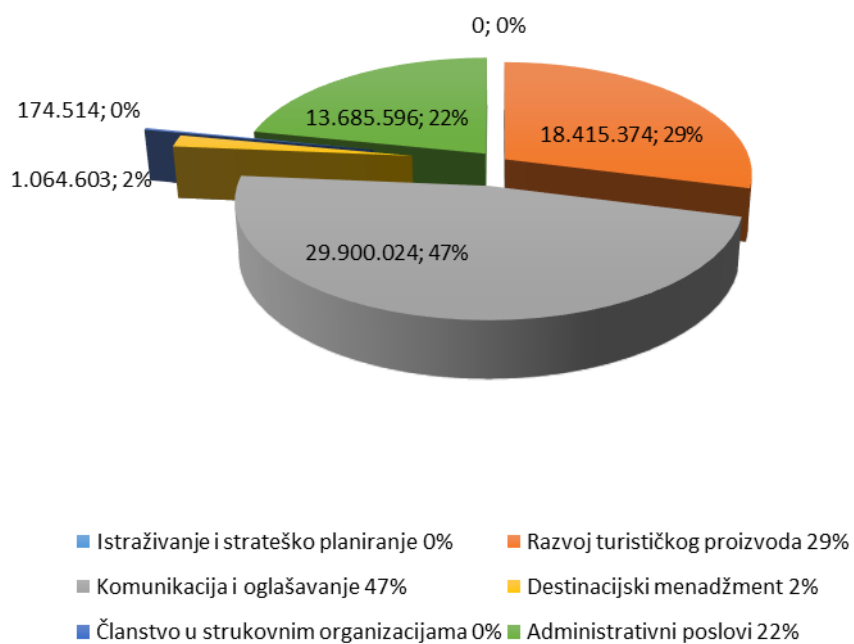
- Prihod od usluga (sudjelovanja na Fest svjetla, Pečuh)	22.536 kuna
- Ostali prihodi (refundacija, kamata, naknada, teč. raz,...)	52.548 kuna
Ostali prihodi ukupno:	75.084 kuna

RASHODI

	AKTIVNOSTI	Plan za 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.	udio %	Index
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE					
1.1.	Istraživanje i analiza tržišta	50.000	0	0	0,00	
	Ukupno:	50.000	0	0	0,00	
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA					
2.1	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - Zdravstveni turizam	384.500	321.000	185.076	0,29	57,66
2.2	Podrška razvoju turističkih događanja					
2.2.1.	Potpore događanjima	7.710.750	13.984.920	12.374.923	19,57	88,49
2.2.2.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti	865.000	990.000	820.219	1,30	82,85
2.2.3.	Marketinški projekti, financijske potpore i poslovne suradnje	815.100	1.992.750	1.635.250	2,59	82,06
2.2.4.	Ured direktora – potpore projektima	250.000	250.000	120.250	0,19	48,10
2.2.5	Potpore razvoja DMO	4.190.000	2.751.700	2.515.183	3,98	91,40
2.2.6	Kulturni turizam	160.000	200.000	180.000	0,28	90,00
2.3.	Podrška turističkoj industriji	570.000	700.000	584.473	0,92	83,50
	Ukupno:	14.945.350	21.190.370	18.415.374	29,12	86,90
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE					
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	200.000	0	0	0,00	
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda					
3.2.1	Kampanje TZGZ	2.385.000	3.000.000	3.005.892	4,75	100,20
3.2.2	Oglašavanje u tisku	1.411.500	1.900.000	1.727.348	2,73	90,91
3.2.3	Online kampanje	5.262.000	5.400.000	5.706.984	9,02	105,68
3.2.4	TV oglašavanje	200.000	200.000	199.950	0,32	99,98
3.2.5	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama	210.000	100.000	45.849	0,07	45,85
3.2.6	Promotivni panoji i displeji	200.000	250.000	240.039	0,38	96,02
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR					
3.3.1.	Formiranje baze podataka, presscut	100.000	150.000	137.691	0,22	91,79
3.3.2.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	200.000	150.000	160.876	0,25	107,25
3.3.3.	Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima	850.000	850.000	397.505	0,63	46,77
3.3.4.	Suradnja s državnim i ostalim institucijama	150.000	500.000	533.044	0,84	106,61
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje					
3.4.1.	Suradnja s avio prijevoznicima i agencijama	2.132.000	3.392.000	3.031.870	4,79	89,38
3.4.2.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama priv. i javnog sektora	300.000	300.000	99.106	0,16	33,04
3.4.3.	Promotivne kampanje s partnerima	5.480.000	4.230.000	4.130.000	6,53	97,64
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice					
3.5.1.	Samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ-om	1.140.000	638.000	544.243	0,86	85,30
3.5.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	360.000	331.000	196.771	0,31	59,45
3.5.3.	Posebne prezentacije i radionice	700.000	700.000	521.897	0,83	74,56
3.5.3.1.	EXPO Dubai	500.000	500.000	500.000	0,79	100,00
3.5.4.	Posebne prezentacije i radionice kongresni odjel	390.000	450.000	500.788	0,79	111,29

		AKTIVNOSTI	Plan za 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.	udio %	Index
3.6.		Suradnja s organizatorima putovanja	220.000	220.000	100.462	0,16	45,66
3.6.1.		Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa	150.000	100.000	24.918	0,04	24,92
3.7.		Kreiranje promotivnog materijala					
3.7.1.		Brošure i tiskani materijali	786.000	601.000	512.794	0,81	85,32
3.7.2.		Suvenir i promo materijali	446.200	389.000	405.019	0,64	104,12
3.7.3.		Newsletter TZGZ	160.000	105.000	99.826	0,16	95,07
3.7.4.		Proizvodnja multimedijalnih materijala	800.000	1.100.000	1.230.561	1,95	111,87
3.7.5.		Kreiranje materijala za kanale online	730.000	815.000	818.890	1,29	100,48
3.8.		Internetske stranice	800.000	660.000	575.258	0,91	87,16
3.9.		Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka (dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)	1.300.000	1.400.000	1.408.679	2,23	100,62
3.10.		Turističko-informativne aktivnosti	4.260.000	3.970.630	3.007.612	4,76	75,75
3.10.1.		Smeđa signalizacija i info table	70.000	70.000	36.150	0,06	51,64
		Ukupno:	31.892.700	32.471.630	29.900.024	47,28	92,08
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT					
4.1.		Stručni skupovi i edukacije	200.000	200.000	193.179	0,31	96,59
4.1.1.		Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	240.000	256.000	255.426	0,40	99,78
4.2.		Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)	70.000	70.000	61.269	0,10	87,53
4.2.1.		Zagreb Card	100.000	350.000	197.254	0,31	56,36
4.3.		Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	200.000	358.000	357.476	0,57	99,85
		Ukupno:	810.000	1.234.000	1.064.603	1,68	86,27
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA					
5.1.		Međunarodne strukovne i sl. organizacije	110.000	163.000	162.894	0,26	99,94
5.2.		Domaće strukovne i sl. organizacije	20.000	13.000	11.620	0,02	89,38
		Ukupno:	130.000	176.000	174.514	0,28	99,16
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI					
6.1.		Plaće	11.000.000	10.500.000	9.586.724	15,16	91,30
6.1.1.		Izdaci za prijevoz na posao	290.000	240.000	230.996	0,37	96,25
6.1.2.		Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu)	105.000	105.000	96.670	0,15	92,07
6.2.		Materijalni troškovi - Turistički ured	3.456.950	3.803.000	3.458.774	5,47	90,95
6.3.		Tijela turističke zajednice	320.000	320.000	312.432	0,49	97,63
		Ukupno:	15.171.950	14.968.000	13.685.596	21,64	91,43
		SVEUKUPNO:	63.000.000	70.040.000	63.240.112	100,00	90,29

Grafikon 6. Struktura rashoda



REKAPITULACIJA

UKUPNI PRIHODI 2021.	60.845.518,05 kuna
UKUPNI RASHODI 2021.	<u>63.240.112,03 kuna</u>
RAZLIKA	- 2.394.593,98 kuna

Manjak prihoda nad rashodima tekuće 2021. godine ukupno iznosi 2.394.593,98. kuna koji se poravnao iznosom prenesenim iz prethodnog razdoblja.

PRILOG 1. STATISTIKA NOĆENJA I DOLAZAKA TURISTA
DOLASCI I NOĆENJA PREMA EVIDENCIJI TZGZ

TZG ZAGREB									
		I - XII 2021			I - XII 2020			indeks	2021/20
	Zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
1.	Albanija	2.224	4.613	0,327	1.629	3.373	0,418	137	137
2.	Argentina	1.718	7.394	0,523	1.214	5.726	0,709	142	129
3.	Australija	1.351	6.301	0,446	1.307	6.385	0,791	103	99
4.	Austrija	20.082	33.377	2,363	8.785	17.862	2,213	229	187
5.	Belgija	10.260	19.868	1,407	3.665	7.839	0,971	280	253
6.	Bjelorusija	477	1.304	0,092	172	622	0,077	277	210
7.	Bosna i Hercegovina	23.060	50.813	3,598	16.124	38.584	4,780	143	132
8.	Brazil	4.052	26.273	1,860	1.859	7.192	0,891	218	365
9.	Bugarska	8.104	15.305	1,084	5.626	8.904	1,103	144	172
10.	Cipar	580	1.521	0,108	174	448	0,056	333	340
11.	Crna Gora	3.659	9.605	0,680	1.802	3.995	0,495	203	240
12.	Češka	9.095	15.056	1,066	5.090	8.332	1,032	179	181
13.	Čile	661	2.140	0,152	436	1.249	0,155	152	171
14.	Danska	3.660	8.178	0,579	1.452	3.116	0,386	252	262
15.	Estonija	949	2.127	0,151	357	795	0,098	266	268
16.	Finska	819	2.410	0,171	687	2.533	0,314	119	95
17.	Francuska	22.121	51.827	3,669	9.662	23.715	2,938	229	219
18.	Grčka	3.781	7.710	0,546	1.963	4.395	0,544	193	175
19.	Hong Kong, Kina	120	713	0,050	574	1.425	0,177	21	50
20.	Indija	2.097	7.625	0,540	913	4.808	0,596	230	159
21.	Indonezija	143	483	0,034	406	873	0,108	35	55
22.	Irska	1.817	6.102	0,432	891	2.529	0,313	204	241
23.	Island	188	454	0,032	78	192	0,024	241	236
24.	Italija	30.880	83.588	5,918	18.205	52.389	6,490	170	160
25.	Izrael	2.977	8.493	0,601	2.252	7.022	0,870	132	121
26.	Japan	768	2.093	0,148	1.783	3.465	0,429	43	60
27.	Jordan	128	588	0,042	45	109	0,014	284	539
28.	Južnoafrička Republika	308	1.732	0,123	167	566	0,070	184	306
29.	Kanada	3.375	11.088	0,785	1.295	5.466	0,677	261	203
30.	Katar	691	2.000	0,142	1.424	1.895	0,235	49	106
31.	Kazahstan	218	1.044	0,074	97	207	0,026	225	504
32.	Kina	1.719	4.491	0,318	2.283	7.696	0,953	75	58
33.	Koreja, Republika	1.131	3.899	0,276	5.453	8.322	1,031	21	47
34.	Kosovo	3.922	8.221	0,582	1.942	4.035	0,500	202	204
35.	Kuvajt	289	594	0,042	46	177	0,022	628	336
36.	Letonija	816	1.622	0,115	379	823	0,102	215	197
37.	Lihtenštajn	43	91	0,006	8	19	0,002	538	479
38.	Litva	1.789	3.835	0,272	493	1.238	0,153	363	310
39.	Luksemburg	674	1.329	0,094	337	664	0,082	200	200
40.	Mađarska	8.017	14.072	0,996	4.318	9.020	1,117	186	156
41.	Makao, Kina	4	4	0,000	3	4	0,000	133	100
42.	Makedonija	5.847	12.673	0,897	2.884	5.975	0,740	203	212
43.	Malta	373	1.211	0,086	164	555	0,069	227	218
44.	Maroko	281	728	0,052	159	452	0,056	177	161
45.	Meksiko	1.143	3.295	0,233	435	1.799	0,223	263	183
46.	Nizozemska	17.424	31.176	2,207	4.246	9.350	1,158	410	333
47.	Norveška	1.329	3.383	0,240	613	1.571	0,195	217	215
48.	Novi Zeland	244	855	0,061	204	643	0,080	120	133
49.	Njemačka	51.218	98.424	6,968	23.752	51.370	6,364	216	192
50.	Oman	77	230	0,016	17	21	0,003	453	1.095
51.	Ostale afričke zemlje	1.533	5.912	0,419	705	4.030	0,499	217	147
52.	Ostale azijske zemlje	5.441	19.462	1,378	3.057	9.274	1,149	178	210
53.	Ostale europske zemlje	803	2.233	0,158	287	764	0,095	280	292
54.	Ost. zem. Juž. i Sred.Am.	2.514	9.971	0,706	1.268	5.929	0,735	198	168
55.	Ostale zemlje Oceanije	101	932	0,066	45	181	0,022	224	515
56.	Ostale zemlje Sjeverne Am.	286	708	0,050	70	173	0,021	409	409

57.	Poljska	25.329	37.744	2,672	12.393	18.224	2,258	204	207
58.	Portugal	3.675	8.927	0,632	1.128	3.220	0,399	326	277
59.	Rumunjska	10.407	20.200	1,430	6.049	13.102	1,623	172	154
60.	Rusija	20.604	50.270	3,559	3.569	10.645	1,319	577	472
61.	SAD	32.978	92.921	6,579	10.487	44.713	5,539	314	208
62.	Slovačka	5.025	7.946	0,563	2.037	3.738	0,463	247	213
63.	Slovenija	17.258	30.010	2,125	8.207	16.320	2,022	210	184
64.	Srbija	20.627	43.336	3,068	12.754	27.934	3,461	162	155
65.	Španjolska	12.578	26.226	1,857	3.464	10.147	1,257	363	258
66.	Švedska	5.409	12.557	0,889	2.616	6.096	0,755	207	206
67.	Švicarska	10.080	20.191	1,430	4.604	9.655	1,196	219	209
68.	Tajland	172	781	0,055	325	714	0,088	53	109
69.	Tajvan, Kina	113	285	0,020	1.412	1.608	0,199	8	18
70.	Tunis	207	457	0,032	69	176	0,022	300	260
71.	Turska	5.050	11.697	0,828	2.398	6.025	0,746	211	194
72.	Ujedinjena Kraljevina	13.175	40.186	2,845	6.901	19.972	2,474	191	201
73.	Ujedinjeni Ar. Emirati	914	2.733	0,193	508	1.317	0,163	180	208
74.	Ukrajina	10.968	20.416	1,445	6.178	11.491	1,424	178	178
	Strani turisti	461.950	1.048.059	74,20	228.401	555.193	68,780	202	189
	Domaći turisti	177.678	364.366	25,80	116.492	252.007	31,220	153	145
	UKUPNO	639.628	1.412.425	100,00	344.893	807.200	100,000	185	175

PREGLED TRŽIŠTA S NAJVIŠE OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA

	Zemlja	dolasci
1	Njemačka	51.218
2	SAD	32.978
3	Italija	30.880
4	Poljska	25.329
5	Bosna i Hercegovina	23.060
6	Francuska	22.121
7	Srbija	20.627
8	Rusija	20.604
9	Austrija	20.082
10	Nizozemska	17.424

	Zemlja	noćenja
1	Njemačka	98.424
2	SAD	92.921
3	Italija	83.588
4	Francuska	51.827
5	Bosna i Hercegovina	50.813
6	Rusija	50.270
7	Srbija	43.336
8	Ujedinjena Kraljevina	40.186
9	Poljska	37.744
10	Austrija	33.377

	Zemlja	dolasci 2021	dolasci 2020	index '21/'20
1	Njemačka	51.218	23.752	216
2	SAD	32.978	10.487	314
3	Italija	30.880	18.205	170
4	Poljska	25.329	12.393	204
5	Bosna i Hercegovina	23.060	16.124	143
6	Francuska	22.121	9.662	229
7	Srbija	20.627	12.754	162
8	Rusija	20.604	3.569	577
9	Austrija	20.082	8.785	229
10	Nizozemska	17.424	4.246	410

	Zemlja	noćenja 2021	noćenja 2020	index '21/'20	prosj. ostanak dana 2021.g.
1	Njemačka	98.424	51.370	192	1,92
2	SAD	92.921	44.713	208	2,82
3	Italija	83.588	52.389	160	2,71
4	Francuska	51.827	23.715	219	2,34
5	Bosna i Hercegovina	50.813	38.584	132	2,20
6	Rusija	50.270	10.645	472	2,44
7	Srbija	43.336	27.934	155	2,10
8	Ujedinjena Kraljevina	40.186	19.972	201	3,05
9	Poljska	37.744	18.224	207	1,49
10	Austrija	33.377	17.862	187	1,66

PRILOG 2. POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Audio vodič Muzeja čokolade - Svijet čokolade / siječanj - rujan	15.000	15.000	15.000	15.000
2.	Zlatarevo zlato kroz šetnju i priču - druga Svi naši Šenoe / kroz godinu		10.000	10.000	10.000
3.	Secret Zagreb - obrt Kazivačica / kroz godinu	10.000	10.000	10.000	10.000
4.	Glazbene šetnje Zagrebom - Hrvatski glazbeni zavod / ožujak - studeni		10.000	10.000	10.000
5.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike Tours Zagreb j.d.o.o. / kroz godinu	10.000	10.000	10.000	10.000
6.	Muzej pop rock memorabilija - Hashtag j.d.o.o. / veljača - travanj		20.000	20.000	20.000
7.	Segway City Tour Zagreb - Jadransko more d.o.o. / travanj - studeni	10.000	10.000	10.000	10.000
8.	Zelene priče - MBR kolektiv / travanj - srpanj		20.000	20.000	15.916
9.	Muzza science week Zagreb - udruga Muzza / travanj		50.000	200.000	
10.	Bike story Zagreb, international bicycle fair - Hashtag j.d.o.o. / travanj - svibanj		30.000		
11.	Jesu li se probudili usnuli čuvari grada Zagreba? - Studio Artless / lipanj - srpanj		10.000	10.000	
12.	Design week Zagreb - Scuderia d.o.o. / lipanj	40.000	40.000	40.000	40.000
13.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj	50.000	50.000	50.000	50.000
14.	Plac mljac, Ljeto na Trešnjevačkom placu - G.A.D. Produkcija d.o.o. / lipanj - srpanj		30.000		
15.	Booksa u parku - Udruga za promicanje kultura Kulturtreger / lipanj - srpanj		15.000	15.000	15.000
16.	Mali Zagreb - More-Magnets d.o.o. / ožujak-rujan			70.000	70.000
17.	Autobus Pink Wing - ZET			2.400	2.356
18.	Drive In kultura - Sabmarine, obrt / svibanj	10.000		10.000	10.000
19.	Paralelni tragovi - Centar tolerancije			50.000	50.000
20.	Oldtimer Klub Zagreb			5.000	5.000
21.	Sit & Meet - Time Frame d.o.o.			50.000	50.000
22.	NEPLANIRANO		30.000	20.000	
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	145.000	360.000	627.400	393.272

RB	Eno i gastro	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Mali piknik - Udruga Mali plac / kolovoz	30.000	30.000	30.000	30.000
2.	Vinart Grand Tasting - Vinart d.o.o. / veljača - ožujak	20.000	20.000	20.000	20.000
3.	Piknik u Maksimiru - Katapult promocija d.o.o. / svibanj - lipanj		20.000		
4.	Vinski grad - Vinart d.o.o. / lipanj	30.000	30.000	30.000	30.000
5.	Le park: Grič - Udruga Mali plac / kolovoz		20.000		
	UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO	80.000	120.000	80.000	80.000

RB	Sport	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	29. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	30.000	30.000	30.000	30.000
2.	Svjetski kup juniorke floret pojedinačno i ekipno - Hrvatski mačevalački savez / siječanj		10.000		
3.	Svjetsko prvenstvo u sinkroniziranom klizanju - Hrvatski klizački savez / travanj		25.000		
4.	Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj		5.000		
5.	SMA CroatiaRun - Društvo distrofičara Zagreb / svibanj		5.000		
6.	International Dance Open - udruga Bambi kids / prosinac		20.000	20.000	20.000
7.	23. Jumbo regatta - Veslački klub Jarun / lipanj		5.000		
8.	Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj		5.000	5.000	5.000
9.	ZG strong kup u obaranu ruke za osoba s invaliditetom - Hrvatski savez za obaranja ruke osoba s invaliditetom / srpanj		10.000		
10.	IJF judo grand prix Zagreb - Hrvatski judo savez / rujan		30.000	30.000	30.000
11.	Božićni Jastrebo Open - Kup Veleposlanika Republike Koreje, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastreb / studeni		5.000	5.000	5.000
12.	Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac	25.000	25.000	25.000	25.000
13.	Malonogometni turnir Kutija šibica - Ustanova Upravljanje sportskim objektima / studeni - prosinac	5.000	5.000	5.000	5.000
14.	ATP Zagreb Open + ITF Zagreb Ladies Open - EMAL Entertainment j.d.o.o. / travanj-svibanj	10.000		10.000	10.000
15.	Croatian Grand Chess Tour - udruga Šahovski klub e4 / srpanj			30.000	30.000
16.	Prvenstvo JI Europe u orijentacijskom trčanju 2021. i 20. Otvoreno prvenstvo Zagreba u orijentacijskom trčanju - Orijentacijski klub "Vihor"/ kolovoz			15.000	15.000
17.	European Judo open - Hrvatski judo savez			30.000	30.000
18.	NEPLANIRANO		30.000	20.000	
	UKUPNO SPORT	70.000	210.000	225.000	205.000

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	NK Dinamo		323.750	323.750	323.750
2.	RK Zagreb		350.000	350.000	350.000
3.	VK Mladost		336.000	300.000	300.000
4.	KK Cibona		286.000	286.000	
5.	HAOK Mladost			200.000	200.000
6.	RK Lokomotiva			200.000	200.000
7.	I.A.A.F. - Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting – Atletski klub Dinamo Zrinjevac / rujan		500.000	500.000	500.000
8.	WRC, World race championship - Auto Klub DT Motorsport i Auto Klub Cro Dakar Team		1.000.000	625.000	625.000
9.	Cro race 2021 - Biciklistički klub Bike event	150.000		150.000	150.000
10.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni		70.000	70.000	70.000
11.	Lisinski pleše pod maskama – KD Vatroslava Lisinskog / veljača		30.000		

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
12.	Dani satire Fadila Hadžića - Satiričko kazalište Kerempuh / rujan		70.000	70.000	70.000
13.	Časopis Hrvatski glasnik - Hrvatsko građansko Društvo Crne Gore		20.000		
14.	Miss Universe - Media produkcija d.o.o. / ožujak		20.000		
15.	Miss supranational Hrvatske - Tamara models j.d.o.o.		20.000		
16.	Lađarska utrka Grada Zagreba Jarun - udruga Sveti Ilija Metković / lipanj		30.000	20.000	20.000
17.	Miss Sporta - Iridam Mrvec j.d.o.o. / srpanj		20.000		
18.	Svjetski veslački kup Zagreb	200.000		200.000	200.000
19.	Neraspoređeno		200.000	300.000	
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM	350.000	3.275.750	3.594.750	3.008.750

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Advent na Zrinjvcu, scenografsko uređenje, ambijentalna glazba - Katapult event j.d.o.o., odluka TV 310.000			280.000	289.918
2.	Advent na Zrinjvcu, LOFT - predstave za djecu i odrasle			31.200	19.500
3.	Advent na Zrinjvcu, glazbeni program, dePaviljon - Platform for culture d.o.o.			250.000	257.613
4.	Advent na Zrinjvcu, iluminacija - Prggin d.o.o.			175.000	170.876
5.	EU trg, ambijentalna glazba - Platform for culture d.o.o.			100.000	39.880
6.	EU trg, ukrašavanje - Svibanj projekt d.o.o.			180.000	179.375
7.	Mažuranićev trg, scenografsko uređenje - Katapult promocija d.o.o., odluka TV 220.000			120.000	196.208
8.	Advent u Ladu - Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske LADO			80.000	20.000
9.	HNK, uređenje - Katapult promocija d.o.o.			100.000	91.246
10.	Trg kralja Tomislava, prigodno uređenje, ambijentalna glazba - Katapult koncept d.o.o.			310.000	303.959
11.	Trg kralja Tomislava, obnova trave, ostalo - više partnera			100.000	114.650
12.	Trg bana J. Jelačića i Trg kralja Tomislava, predimenzionirane igrčke - ĐKČ d.o.o.			320.000	288.375
13.	Trg bana J. Jelačića i Trg kralja Tomislava, ukrasi za borove i Manduševac - ĐKČ d.o.o.			165.000	157.750
14.	Trg bana J. Jelačića, glazbeni program - Platform for culture d.o.o.			100.000	43.570
15.	Trg bana J. Jelačića, rasvjeta, zaštita, postolje bora, ostalo - više partnera			150.000	5.390
16.	Trg sv. Marka, Punktovi s Orašarima, scenografsko uređenje, postolje bora - LeBand obrt, Purpura obrt, FED d.o.o., Katapult d.o.o.			130.000	34.235
17.	Christmas garden, park ALU - Hashtag j.d.o.o. i Akademija likovnih umjetnosti	190.000		200.000	190.000
18.	Strossmayerov trg, prigodno ukrašavanje			300.000	310.755
19.	Plato Gradec, prigodno ukrašavanje - FHR d.o.o., odluka TV 450.000			300.000	450.000
20.	Mjesečev vrt na Vranicanijevoj - udruga Nas dve			300.000	293.516
21.	Advent na Štrošu, Gornji grad, iluminacija i glazba - Velika terca j.d.o.o.			300.000	299.000
22.	Brokenships Stage / Advent na Katarincu, glazbeni program - MBR kolektiv d.o.o.	40.000		40.000	40.000

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
23.	Žive božićne jaslvice - Udruga Sv. Lovro - Zajednica Cenacolo			30.000	30.000
24.	Umjetnički bor na lokaciji prolaz Oktogon			200.000	160.188
25.	Glazbeni program u Oktogonu, više nositelja			30.000	
26.	ArtOmat - Hrvatsko društvo likovnih umjetnika			80.000	
27.	Advent Classic Fest, više lokacija - EPTA - Udruga klavirskih pedagoga Hrvatske			28.000	27.056
28.	S Božićnih balkona Zagrebu, koncerti - Umjetnička organizacija Ad gloriam brass			80.000	80.000
29.	Adventski koncerti Zagrebački solista - Umjetnička organizacija Zagrebački solisti			60.000	60.000
30.	Festival adventskih i božićnih pjesama u Zagrebu - Udruga Musica nota			60.000	60.000
31.	Adventski koncerti Zagrebačkog komornog orkestra - Zagrebački komorni orkestar			45.000	45.000
32.	Glazba u crkvi sv. Blaža - Župa sv. Blaža			10.000	
33.	Zagrebačke adventske razglednice - Hrvatski glazbeni centar			50.000	42.047
34.	Večeri s Brahmsom - Umjetnička organizacija Cristoforium			48.000	48.000
35.	Advent pod lanternom - Udruga Musica nota			70.000	70.000
36.	Zagrebački harfistički festival - Harfom u Advent - umjetnička organizacija Hathor			20.000	20.000
37.	Adventske večeri - HNK			35.000	
38.	Suradnja s privatnim muzejima - Muzej prekinutih veza i Muzej čokolade	40.000		150.000	40.000
39.	Svjetlost Adventa - Purpura, obrt za dizajn i usluge			200.000	187.000
40.	Backo mini express - Muzej vlakića Backo Mini Express d.o.o.	15.000		15.000	15.000
41.	Mali muzej čuda - UO Imagine platforma	150.000		150.000	150.000
42.	Božićna priča u Etnografskom muzeju, prigodni programi i ukrašavanje - Etnografski muzej Zagreb			85.000	40.000
43.	Advent u Vidri - Dramski studio slijepih i slabovidnih "Novi život"			25.000	25.000
44.	Glazbeni atrij u ZKM-u- Zagrebačko kazalište mladih			70.000	70.000
45.	Advent u Maloj sceni - Kazalište Mala scena			10.000	10.000
46.	Bajka za van, kazališne ture u parku Ribnjak - Teatar Poco loco			18.000	18.000
47.	Advent - kostimirani likovi na Adventu - udruga Etnoteka			25.000	
48.	GDK Gavella, predstave u Tunelu			100.000	100.000
49.	Advent u zagrebačkim hotelima i hostelima , odluka TV 610.000	500.000		500.000	603.230
50.	Zagreb Jingle Mingles - Nezavisna udruga ugostitelja Zagreb	300.000		300.000	300.000
51.	Suradnja s DAZ-om na Adventu			50.000	
52.	Advent Run, utrka - Run Croatia j.d.o.o.	10.000		10.000	10.000
53.	Adventska kugla			15.000	12.263
54.	BSH Doček Nove godine na starom terminalu Pleso - Marinanet d.o.o.			50.000	
55.	NEPLANIRANO			200.000	274.197
	Adventska kreativna radionica u Hrvatskoj kući - Udruga Hrvatska kuća				10.000
	Aktivnosti prilagodbe adventskih lokacijama COVID 19 mjerama, odluka TV 100.000				47.610

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
	Priča o igračkama - Dječji escape room centar j.d.o.o.				34.800
	Osiguranje imovine na 7 adventskih lokacija				4.677
	Adventski programi na Trgu Bana J. Jelačića				17.000
	Grad svetog Nikole - Omen savjetovanje d.o.o.				5.000
	Upoznaj advent kroz različite kulture, MUZEJ MAMURLUKA, Hangovers happenings d.o.o.				10.000
	Kod nas doma u Španskom - Advent				10.000
	Advent u prolazu Matice hrvatskih obrtnika - Hrvatska obrtnička komora, odluka TV 140.000				115.375
	Nastup Klapa iz Omiša u okviru adventskog programa na na Trgu bana J. Jelačića - FKD Omiš				15.000
	Ostali troškovi (ZAMP, HEP...2020. godina)				4.735
	UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA	1.245.000	1.500.000	6.850.200	6.292.795

RB	Kultura	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Novogodišnji Zagrebački doživljaj - catering Lisak / siječanj		30.000		
2.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj		10.000	10.000	10.000
3.	31. muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj		20.000	20.000	20.000
4.	Hrvatska svijetu - Real grupa d.o.o. / veljača - svibanj		30.000		
5.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz		150.000	230.000	207.536
6.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj	40.000	40.000	40.000	40.000
7.	55. Međunarodna smotra folklor - KUC Travno / srpanj		20.000	20.000	20.000
8.	Ljetne noći Teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - kolovoz		30.000	30.000	30.000
9.	Dan otvorenog trga - Hrvatsko narodno kazalište		20.000	20.000	20.000
10.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu		15.000	15.000	15.000
11.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih / kroz godinu		10.000	10.000	10.000
12.	Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasionska baština / ožujak		30.000	30.000	30.000
13.	Ljetne večeri HNK - Hrvatsko narodno kazalište / lipanj - rujan		70.000	70.000	70.000
14.	Ljetni dani teatra Gavran - teatar Gavran / lipanj - srpanj		30.000	30.000	30.000
15.	Ljetne večeri scene Amadeo - Udruga Scena Amadeo / kolovoz - rujan		40.000	40.000	40.000
16.	Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / svibanj - listopad	30.000	30.000	30.000	30.000
17.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista - Zagrebački solisti / rujan		60.000	45.000	45.000
18.	Festival Device_art - Kontejner udruga / listopad - studeni		30.000	30.000	30.000
19.	Međunarodno baletno natjecanje Mia Ćorak - Hrvatsko društvo profesionalnih baletnih umjetnika /srpanj			10.000	10.000
20.	Arsenal ljetne noći - HNK / srpanj			70.000	70.000
21.	Tjedan hrvatske glazbe u Rumunjskoj - Platform for culture d.o.o. / rujan			10.000	10.000
22.	Papandopulo 30 - Hrvatski glazbeni centar / listopad			10.000	10.000
23.	Ervin Wurm - Kuća Lauba d.o.o. / srpanj - kolovoz	150.000		150.000	150.000
24.	Lisinski Atrium, koncerti - KD V. Lisinski	30.000		30.000	30.000

RB	Kultura	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
25.	Izvedba baleta Preljocaj s plesačima Baleta Preljocaj i HNK-a u Zagrebu- Francuski institut u Hrvatskoj / lipanj			22.500	22.500
26.	NEPLANIRANO		50.000	30.000	
	UKUPNO KULTURA	250.000	715.000	1.002.500	950.036

RB	Festivali	De minimis	Plan	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Međunarodni festival vatrometa - Mirnovec pirotehnika d.o.o. / kolovoz		50.000		
2.	Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / kolovoz		100.000	100.000	100.000
3.	Zagreb Beer Fest - Hashtag j.d.o.o. / rujan	50.000	50.000	50.000	50.000
4.	40. Večeri na Griču - KIC / srpanj		35.000	35.000	35.000
5.	Festival svjetskog kazališta - HNK / kroz godinu		150.000	150.000	150.000
6.	22. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / lipanj		10.000	10.000	10.000
7.	Festival umjetničkih zastavica Zagreb - Flažolet d.o.o. / kolovoz		30.000	30.000	30.000
8.	Drito - open air hip hop festival - Hashtag j.d.o.o. / rujan	10.000	10.000	10.000	10.000
9.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / lipanj		15.000	25.000	25.000
10.	Tko pjeva zlo ne misli - Simply mint d.o.o. / lipanj	10.000	10.000	10.000	10.000
11.	Luftanje - Simply mint d.o.o. / lipanj - rujan		10.000		
12.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj		10.000	10.000	10.000
13.	Musica maxima X, festival komorne glazbe - Zagrebački komorni orkestar / rujan		20.000	20.000	20.000
14.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan	20.000	20.000	20.000	20.000
15.	54. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan		20.000	20.000	20.000
16.	Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT - udruga Novi život / listopad		15.000	15.000	
17.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o. / studeni	70.000	70.000	70.000	70.000
18.	Green river festival - udruga Priroda za sve / lipanj - listopad		20.000	20.000	
19.	Zagreb food truck festival - A4 d.o.o. / lipanj - kolovoz	20.000	20.000	20.000	20.000
20.	Art park Zagreb - udruga Preuredi moju pumpu / svibanj - rujan	30.000	30.000	30.000	30.000
21.	Ljeto na Štrosu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca / lipanj - rujan	20.000	20.000	20.000	20.000
22.	Pop Up by the Lake - Urban Entertainment j.d.o.o. / kolovoz - rujan	20.000	20.000	20.000	20.000
23.	Matoš na Mažurancu - Udruga Legende Zagreb / srpanj-kolovoz	15.000	20.000	15.000	15.000
24.	Ljeto u Tehničkom - Scuderia d.o.o. / svibanj - srpanj		30.000		
25.	Foodbalerka, radionice o grafitima - Digitalni graffiti, obrt / srpanj			10.000	10.000
26.	Festival tolerancije - Udruga Festival suvremenog židovskog filma Zagreb / srpanj			10.000	10.000
27.	BSH events, Zagreb Sunset Sessions - Marinanet d.o.o. / kroz godinu	50.000		50.000	50.000
28.	Kulturan ulični festival - Cirkorama / rujan			10.000	10.000

RB	Festivalsi	De minimis	Plan	ID listopad	Ostvareno 2021.
29.	Greencajt festival - FHR d.o.o. / listopad	30.000		30.000	30.000
30.	Murali u Art parku - Udruga Preuredi moju pumpu			15.000	15.000
31.	NEPLANIRANO		30.000	30.000	
	UKUPNO FESTIVALI	345.000	815.000	855.000	790.000

RB	Filmski projekti	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / lipanj		40.000	40.000	40.000
2.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / lipanj		10.000	10.000	10.000
3.	Fantastic Zagreb film festival - Udruga Rudolf / srpanj		15.000	15.000	15.000
4.	19. Zagreb Film Festival - UO Zagreb Film Festival / studeni		20.000	20.000	20.000
5.	Ljubav oko svijeta - Zagreb - Udruga KEK / lipanj, rujan	50.000	50.000	50.000	50.000
6.	DA2- Zagreb design, art & architecture film festival - Udruga Pari Pikule / listopad			10.000	10.000
	UKUPNO FILMSKI PROJEKTI	50.000	135.000	145.000	145.000

RB	Suradnja s ustanovama i institucijama	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Muzej za umjetnost i obrt		20.000		
2.	Muzej grada Zagreba		20.000	20.000	20.000
3.	Galerija Klovićevi dvori		35.000	35.000	
4.	Tehnički muzej Nikola Tesla		15.000	15.000	15.000
5.	Arheološki muzej		15.000	15.000	15.000
6.	Muzej suvremene umjetnosti		20.000	20.000	20.000
7.	Javna ustanova Park prirode Medvednica		15.000		
8.	Zagrebačke mažoretkinje		30.000	30.000	30.000
9.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado		50.000	50.000	50.000
10.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika		20.000	40.000	40.000
11.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika - Murtić 100, izložba		100.000	100.000	100.000
12.	Akademija likovnih umjetnosti - murali Edo Murtić		70.000	70.070	70.070
13.	Kuća Lauba	50.000	50.000	50.000	50.000
14.	Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović		10.000	10.000	10.000
15.	Udruženje za razvoj kulture URK Močvara	20.000	20.000	20.000	20.000
16.	Hrvatski glazbeni zavod		30.000	30.000	
17.	Hrvatska glazbena unija		20.000	20.000	20.000
18.	HAZU - Kabinet grafike		10.000	10.000	
19.	Izložba Igračke djetinjstvo zauvijek - Etnografski muzej			20.000	20.000
20.	Tvornica strave	30.000		30.000	30.000
21.	NEPLANIRANO		30.000	20.000	
	UKUPNO DONACIJE	100.000	580.000	605.070	510.070
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	2.635.000	7.710.750	13.984.920	12.374.923

PRILOG 3. – KANDIDATURE ZA STRUČNE SKUPOVE, POTPORE SKUPOVIMA I PROJEKTI

RB	Naziv	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	LEAP Summit 2021., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 14. - 15. 5.		30.000		
2.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društva distrofičara Hrvatske, studeni.		10.000	10.000	
3.	7. europski žanrovski forum, Udruga Rudolf, 1. - 3. 7.		10.000		
4.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, 11.7.		10.000	10.000	10.000
5.	TEDxZagreb 2021., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 15. 10.	10.000	10.000	10.000	10.000
6.	XXIV. kongres hotelijera, UPUHH, 25. - 26. 11.	15.000	15.000	15.000	15.000
7.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma, 7.12.		10.000	10.000	10.000
8.	18. svjetski kongres o pričama i propovijedanju - ISFNR, Institut za etnologiju i folkloristiku, 5 - 8. 9.	20.000	40.000	20.000	20.000
9.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni eventi d.o.o., 16. - 18. 3.	130.000	130.000	130.000	130.000
10.	10. Europski kongres pedijatar 2021., A.T.I. d.o.o., 7.- 10. 10.	50.000	50.000	50.000	50.000
11.	Adria Space Conference 2021., Jadranska aero-svemirska asoc.		10.000		
12.	Seminar "Potencijali pristupačnog turizma za ugostitelje", Travabled, 26.10.		20.000	20.000	20.000
13.	12th International Conference on Third Language Acquisition and Multilingualism, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 8. - 11. 9.		15.000		
14.	Hrvatska hostel konferencija, Destinacija senzacija d.o.o.		10.000		
15.	Konferencija Marketing Madness, Hrvatska studentska asocijacija, 11. - 13. 6.		5.000		
16.	Međunarodna konferencija vrhunskih vinskih znalaca - Wine VIP Event, Ricera Mercato (uslužni obrt), 1.7.	35.000	20.000	35.000	35.000
17.	XVth Congress of the International Society for the Study of Human Growth and Clinical Auxology, Institut za antropologiju, 3. - 6. 6.		20.000		
18.	Simpozij nGesta i sloboda u sklopu projekta Murtić 100, Moderna galerija, 8. - 13. 6.		40.000	40.000	38.786
19.	5. simpozij studenata doktorskih studija PMF-a, PMF Sveučilišta u Zagrebu, 24.-25.4.		5.000	5.000	5.000
20.	40. Susret hrvatskih zavičajnih književnika, Savez udruga - Hrvatski sabor kulture, 19.6.		5.000		
21.	DARIAH South East European Forum, Institut za etnologiju i folkloristiku, 13. - 14. 5.		10.000		
22.	2. Međunarodni skup flautista, Hrvatsko društvo flautista, 4. -7. 11.		10.000	10.000	10.000
23.	VIII. Međunarodni simpozij o animaciji Animafest Scanner, Hulahop d.o.o., 8.-9. 6.	10.000	10.000	10.000	10.000
24.	Međunarodna konferencija o psihodrami za djecu i mlade, Centar za psihodramu, 23. - 26. 9.		20.000		
25.	Lions Europa Forum 2022, Savez udruga Lions klubova Hrvatske - 27. - 29. 10. 2022. (Dodatne prezentacije)		20.000	20.000	20.000
26.	6th ETC Annual Meeting		150.000		
27.	Europska konferencija socijalnih radnika, Hrvatska udruga socijalnih radnika, listopad		30.000		
28.	Konferencija Start It Up, Hrvatska studentska asocijacija, 21. - 23. 5.			5.000	5.000
29.	Adria Hotel Forum, Hesa grupa d.o.o., 15. - 16. 9.	30.000		30.000	30.000
30.	Polugodišnji sastanak Europskog udruženja PA i TO - ECTA, UHPA, 1. - 2. 7.			50.000	48.829

RB	Naziv	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
31.	Međunarodni simpozij "Dani Orisa", Oris kuća arhitekture, 20.-21.11.	50.000		50.000	50.000
32.	Forum zagrebačkih ugostitelja 2021., Udruženje ugostitelja Zagreb, 11.11.			50.000	50.000
33.	ArhiBau, Društvo arhitekata Zagreb, 7.-9.10.	50.000		50.000	50.000
34.	56. ZG salon arhitekture i urbanizma, Udruženje hrvatskih arhitekata, prosinac	150.000		150.000	150.000
35.	Croatia 4 All			35.000	
36.	Potpore za kandidature - neraspoređeno		150.000	175.000	52.604
	UKUPNO:	550.000	865.000	990.000	820.219

PRILOG 4. - MARKETINŠKI PROJEKTI, FINANCIJSKE POTPORE I POSLOVNE SURADNJE

RB	Marketinški projekti	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Blue line karta, Udruga Plavi telefon		62.000	62.000	62.000
2.	Novine Zagreb4You		210.600	263.250	256.650
3.	Like! Specijal Zagreb		220.000	220.000	187.500
4.	Place2Go		30.000		
5.	Mobilna aplikacija: Rekreativsko-arheološke staze sesvetskog Prigorja, Muzej Prigorja		20.000	20.000	20.000
6.	Basna, Bajka i Burg, Umjetnička organizacija YELO		20.000	20.000	20.000
7.	Putevima Lijepe naše, Kulturni centar Klanjec		25.000	25.000	25.000
8.	Putevima turističkih vodiča, Udruga za promicanje kreativnosti GEA	30.000	30.000	30.000	30.000
9.	Projekt Medvedgrad online, JU "Park prirode Medvednica"		20.000	20.000	20.000
10.	Fotofestival u Brazilu, udruga Fotoklub Zagreb		15.000		
11.	Zagreb Gay Guide, udruga Domino		12.500	12.500	12.500
12.	Zagreb šoping vodič		50.000	170.000	117.950
13.	Ljubav oko svijeta - Europa, Klub za ekspedicionizam i kulturu		50.000	50.000	
14.	Video IUAES - Kongresne stranice			10.000	10.000
15.	To Spring with Oris			25.000	25.000
16.	WEB stranica booking platforma Swanky, Destinacija senzacija d.o.o.	25.000		25.000	25.000
17.	Gault & Millau gastronomski vodič			370.000	368.650
18.	Delicious Zagreb - online gastro vodič			380.000	210.000
19.	Digitalna WEB platforma Zagreb mingles, Nezavisna udruga ugostitelja			220.000	220.000
20.	"Vlaho Bukovac-zagrebački dani", dokumentarni film o Vlaha Bukovcu, Wolfgang i Dolly d.o.o.			20.000	20.000
21.	NEPLANIRANO		50.000	50.000	5.000
	"Nesreća III", dokumentarni film o potresima u Zagrebu i okolici, Izazov 365 d.o.o.				5.000
	UKUPNO:	55.000	815.100	1.992.750	1.635.250

PRILOG 5. – POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane		35.000	30.000	29.700
2.	Uskrсне pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj		50.000	47.000	46.735
3.	Uskrсни programi		20.000		
4.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV				
4.1.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / svibanj - rujan		170.000	170.000	170.000
4.2.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / lipanj - rujan		70.000	48.000	48.000
4.3.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad		400.000	400.000	400.000
4.4.	Vergl na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / lipanj - rujan		15.000	15.000	14.670
4.5.	Folklorna ljetna scena za turiste		100.000		
4.6.	Kumice s Dolca, ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / lipanj - listopad		10.000	10.000	10.000
4.7.	Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - Udruga Cestagram / srpanj - kolovoz		70.000	70.100	70.070
4.8.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / kolovoz	100.000	100.000	100.000	100.000
5.	ARTUPUNKTURA				
5.1.	Projekti Ilica: Q'Art - UO Imagine platforma / lipanj - prosinac		50.000	80.000	80.000
5.2.	Art Zagreb, sajam umjetnina - Scuderia d.o.o. / rujan	100.000	30.000	100.000	100.000
5.3.	Ervin Wurm - kuća Lauba / kolovoz		150.000		
5.4.	36 Mountains Studio – „Novo nasljeđe“ - Udruga 36 / rujan		15.000	35.000	35.000
5.5.	Reli po galerijama - udruga Atanor / rujan		10.000	25.000	25.000
5.6.	Arc projekt - udruga Nas dve		200.000		
5.7.	Art & Grad- Udruga Lauba / rujan		200.000	322.500	322.500
5.8.	ALU perspektiva - Nova generacija - Akademija likovnih umjetnosti / rujan		20.000	60.000	60.000
5.9.	Berlinska galerija Société u Zagrebu		50.000		
5.10.	Izložba dizajna Prostorija 10 - Prostorija d.o.o. / rujan - listopad	75.000		113.000	75.000
5.11.	Projekt Ilica:Q'Art, Galerija Ilica: Društveni procesi – UO Imagine platforma / rujan			150.000	150.000
5.12.	9 dekada / 9 arkada - obrt Boir / rujan			220.500	220.500
6.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima		5.000		
7.	Projekt Triptih - udruga Preuredi moju pumpu / kroz godinu		100.000	120.000	112.188
8.	Festival svjetla Zagreb		2.200.000	200.000	101.056
9.	Svjetski dan turizma / rujan		20.000	20.000	15.748
10.	Dan grada Zagreba / svibanj		80.000	58.500	58.420
11.	Zagrebački solisti-Zagrebačka glazbena doba			140.000	104.304
12.	Nedjeljom u paviljonu - Koncerti na Zrinjevcu			77.000	76.224
13.	Pimp my pump - Udruga Preuredi moju pumpu / svibanj - listopad			90.100	90.070
14.	NEPLANIRANO		20.000	50.000	
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ	275.000	4.190.000	2.751.700	2.515.183

**PRILOG 6. – SAJMOVI
SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ**

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
BRAZIL							
1.	Sao Paulo	WTM Latin America	6.-8.4.	12	60.000	14.000	14.546
FRANCUSKA							
2.	Pariz	MAP	18.-21.3.	6	70.000		
3.	Pariz	IFTM Top Resa	5.-8.10.	4	75.000	75.000	82.938
KINA							
4.	Hong Kong	ITE	17.-20.6.	12	110.000		
5.	Shanghai	ITB China	8.11.- 31.12.	virtualno	75.000	3.000	3.012
SRBIJA							
6.	Beograd	International Fair of Tourism	18.-21.2.	12	50.000		
ŠPANJOLSKA							
7.	Barcelona	B-Travel	11.-13.6.	10	60.000	53.000	52.840
8.	Madrid	FITUR	19.-23.5.	16	70.000	81.000	80.584
SINGAPUR							
9.	Singapore	ITB Asia	25.-29.10.	virtualno	120.000	13.000	12.123
UKRAJINA							
10.	Kijev	UITT Kijev	11.-13.5.	8	50.000	61.000	60.844
TURSKA							
11.	Izmir	Travel Turkey - virtualni	25.-27.2.	virtualno		6.000	5.615
INDIA							
12.	India	ITB India-virtualni	7.-9.4.	virtualno		9.000	8.535
IZRAEL							
13.	Tel Aviv	IMTM-Tel Aviv	9.2.-25.10.	virtualno		20.000	14.472
KATAR							
14.	Doha	Qatar Travel Mart	16.-18.11.	12		95.000	74.555
UKUPNO					740.000	430.000	410.064

NASTUPI S HTZ-om

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
AUSTRIJA							
1.	Beč	Ferienmesse	7.-8.5.	virtualno	30.000	5.000	4.846
ITALIJA							
2.	Rimini	TTG	13.-15.10.	5	50.000	50.000	37.760
NJEMAČKA							
3.	Munchen	f.r.e.e.	21.-25.4.	7	45.000		
4.	Berlin	ITB	9.-12.3.	virtualno	15.000	3.000	2.845
VELIKA BRITANIJA							
5.	London	WTM	1.-3.11.	7	100.000	100.000	88.728
UKUPNO NASTUPI S HTZ-om					240.000	158.000	134.179
NEPLANIRANO - SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om					160.000	50.000	
UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om					1.140.000	638.000	544.243

PRILOG 7. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Ljubljana	Conventa	24. - 26. 8.	4	30.000	21.000	24.210
2.	Frankfurt	IMEX	25. - 27. 5.	4	105.000		
3.	Las Vegas	IMEX America	9. - 11.11.	4	75.000	130.000	109.922
4.	Barcelona	IBTM World	30.11.-2.12.	4	100.000	130.000	62.638
5.	Neplanirano				50.000	50.000	
	UKUPNO				360.000	331.000	196.771

**PRILOG 8.- BROŠURE I SUVENIRI
BROŠURE I TISKANI MATERIJALI**

RB	Naziv	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Mapa Korak po korak	35.000	10.000	9.000
2.	Monografije i knjige - razno	10.000	20.000	18.900
3.	Program priredaba	350.000	300.000	261.705
4.	Plan grada – letak	100.000	45.000	49.875
5.	Brošura Dobrodošli u Zagreb	200.000	126.000	125.300
6.	Letak "Sigurni na odmoru"	1.000		
7.	Adventska karta	20.000		
8.	Festival Svjetla karta	20.000		
9.	Karte i letci - razno		50.000	48.014
10.	NEPLANIRANO	50.000	50.000	
	UKUPNO	786.000	601.000	512.794

SUVENIRI I PROMO MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Kalendari	8.000	8.000	8.575
2.	Kemijske olovke - razne	10.000	15.000	10.013
3.	Licitarska srca	100.000	80.000	80.000
4.	Vezice za akreditacije	50.000		
5.	Jakne Festival svjetla Zagreb	60.000		
6.	Blokovi za pisanje	20.000		
7.	USB stick licitarsko srce	100.000	50.000	19.500
8.	Svijeće i mirisi	35.000	60.000	69.313
9.	Stolne zastavice	3.200		
10.	Maske za lice	10.000	25.000	29.800
11.	Promotivni plakati		1.000	500
12.	Magneti		30.000	29.725
13.	Vrećice		10.000	22.881
14.	Adventski promo materijal, odluka TV 110.000		60.000	114.838
15.	NEPLANIRANO	50.000	50.000	19.875
	Promo čokolade			19.875
	UKUPNO	446.200	389.000	405.019

PRIOLOG 9. TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTRI**TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA**

RB	Opis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Usluge student servisa	3.000	3.000	
2.	Usluge najma	108.000	161.000	160.579
3.	Radna odjeća	7.000	7.000	
4.	Potrošnja električne energije i plina	35.000	30.000	27.081
5.	Usluge održavanja	37.000	37.000	35.400
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	20.000	25.000	19.656
7.	Komunalne usluge	15.000	17.000	16.075
8.	Uređenje prostora	10.000	18.000	10.125
9.	Troškovi reprezentacije	10.000	8.000	6.381
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000	7.000	6.546
11.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	5.000	1.396
	Ukupno:	257.000	318.000	283.238

TIC - MZLZ

RB	Opis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Usluge student servisa	3.000	3.000	
2.	Usluge najma	20.000	20.000	
3.	Radna odjeća	5.000	5.000	
4.	Potrošnja električne energije i plina	10.000	10.000	
5.	Troškovi telefona i internet	7.000	7.000	5.863
6.	Usluge održavanja	4.000	4.000	
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000	7.000	5.875
8.	Komunalne usluge	4.000	4.000	
9.	Uređenje prostora	1.000	1.000	1.625
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000	7.000	6.793
11.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000	2.000	69
	Ukupno:	68.000	70.000	20.224

TIC - GLAVNI KOLODVOR

RB	Opis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Usluge student servisa	2.000		
2.	Usluge najma	75.000	46.768	46.768
3.	Radna odjeća	2.000		
4.	Uređenje prostora	1.000		
5.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000	2.983	2.983
6.	Komunalne usluge	3.000	1.912	1.912
7.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000		
	Ukupno:	92.000	51.663	51.663

TIC - AUTOBUSNI KOLODVOR

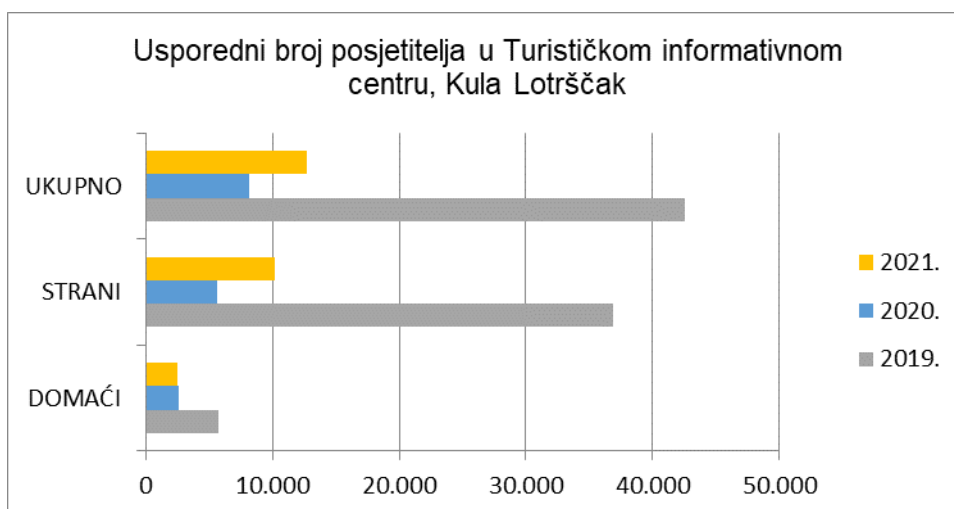
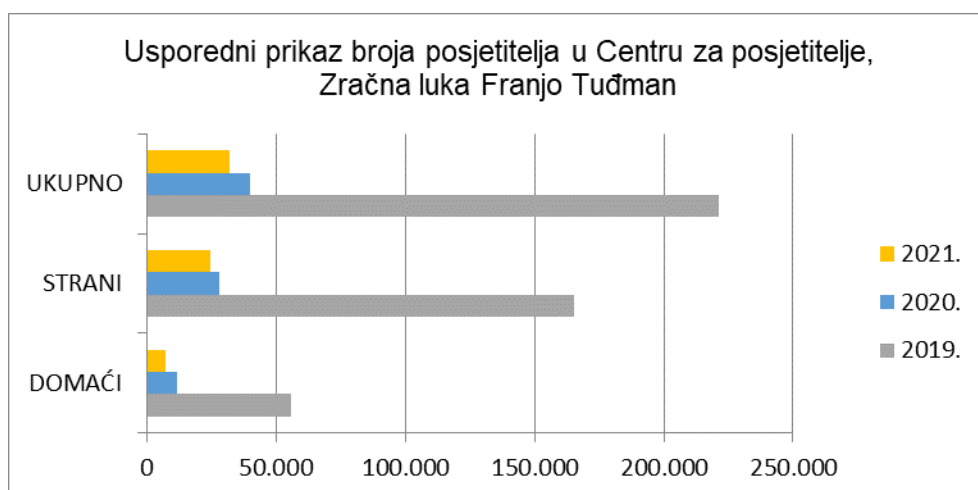
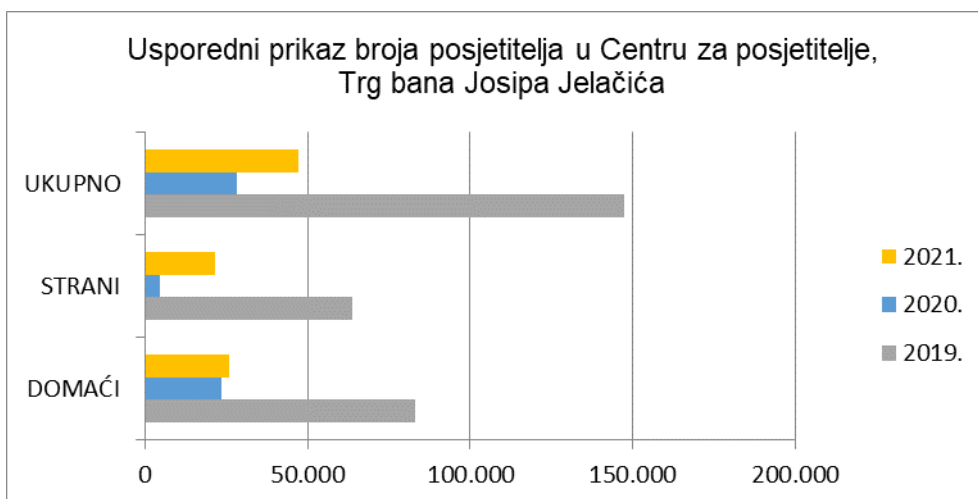
RB	Opis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Usluge student servisa	2.000		
2.	Usluge najma	110.000	73.664	73.663
3.	Usluge najma reklamnog prostora	28.000		
4.	Radna odjeća	4.000		
5.	Potrošnja el. energije i plina	17.000	7.620	7.446
6.	Usluge održavanja	40.000	25.000	25.239
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000		
8.	Komunalne usluge	9.000	6.000	5.890
9.	Uređenje prostora	1.000		
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000	3.658	3.658
11.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	25	25
	Ukupno:	226.000	115.967	115.919

TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.
1.	Usluge student servisa	2.000	2.000	
2.	Usluge najma	60.000	60.000	60.000
3.	Radna odjeća	2.000	2.000	
4.	Tekuće i investicijsko održavanje	3.000	3.000	
5.	Uređenje prostora	1.000	1.000	563
6.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000	5.000	3.369
7.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000	2.000	
	Ukupno:	77.000	75.000	63.931

PRIKAZ STATISTIKE BROJA POSJETITELJA U INFO - CENTRIMA

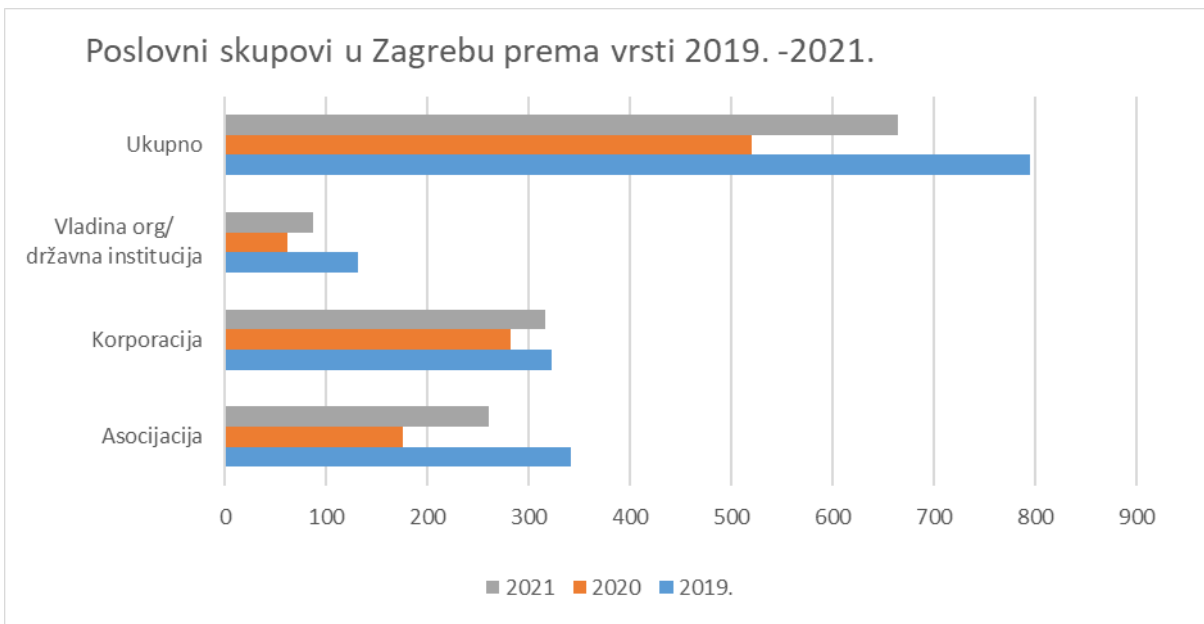
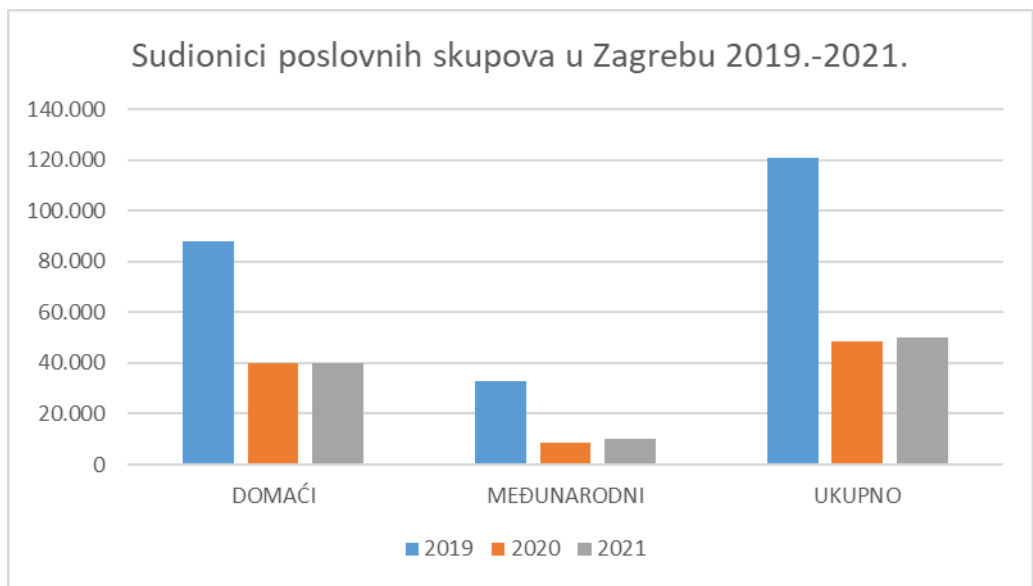
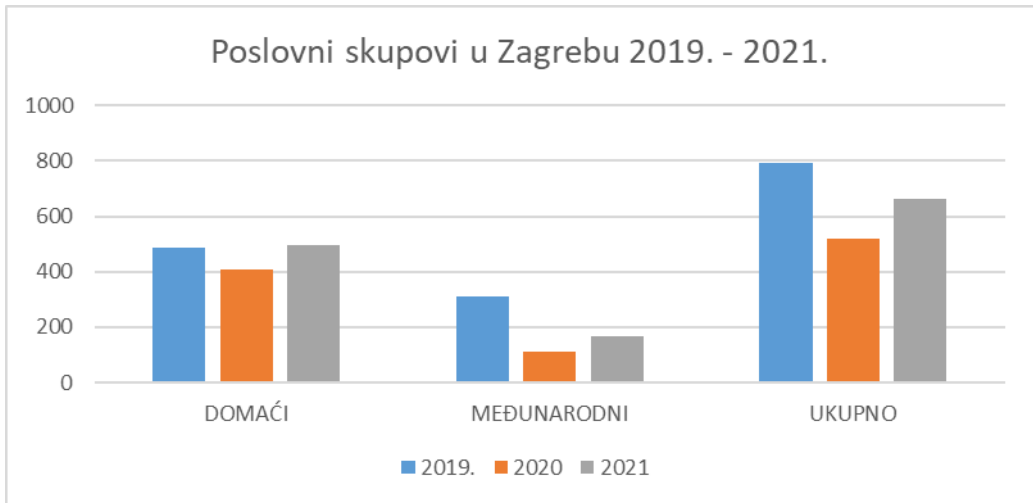
MJESEC	Trg bana J. Jelačića		MZLZ F.T.		Glavni kolodvor		Autobusni kolodvor		Kula Lotrščak	
	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.
Siječanj	1.106	52	242	160	176	49	49	18	100	58
Veljača	1.139	73	241	182	171	59	75	37	151	122
Ožujak	1.623	138	367	366	298	129	103	57	95	75
Travanj	1.425	252	451	537	249	90	91	55	205	158
Svibanj	2.147	435	533	1.391	223	61	107	127	333	468
Lipanj	2.296	814	852	2.422	156	90	106	241	165	471
Srpanj	2.534	2.938	1.224	4.563	132	164	219	539	318	1.795
Kolovoz	2.542	7.862	838	3.834	154	342	138	595	256	3.309
Rujan	2.757	4.085	662	3.314					200	1.176
Listopad	2.454	2.033	670	2.734					232	908
Studen	2.077	948	578	2.321					182	819
Prosinac	3.758	1.758	736	2.588					225	858
UKUPNO	25.858	21.388	7.394	24.412	1.559	984	888	1.669	2.462	10.217
SVEUKUPNO	47.246		31.806		2.543		2.557		12.679	
Ukupno domaćih posjetitelja:			38.161							
Ukupno stranih posjetitelja:			58.670							
SVEUKUPNO POSJETITELJA:			96.831							



PRILOG 10 . MATERIJALNI TROŠKOVI

RB	Rashodi ureda	Plan 2021.	ID listopad	Ostvareno 2021.	udio %	Index
1.	Potrošni materijal	65.000	50.000	29.682	0,86	59,36
2.	Materijal za održavanje čistoće	12.000	12.000	10.128	0,29	84,40
3.	Uredski materijal	65.000	50.000	42.747	1,24	85,49
4.	Potrošnja električne energije i plina	100.000	90.000	114.378	3,31	127,09
5.	Utrošak benzina	25.000	25.000	22.667	0,66	90,67
6.	Izdaci za sitan inventar	35.000	25.000	13.178	0,38	52,71
7.	Trošak telefona i telefaksa	210.000	210.000	235.894	6,82	112,33
8.	Trošak poštarine	60.000	60.000	39.735	1,15	66,22
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	400.000	570.000	555.005	16,05	97,37
10.	Usluge čišćenja	220.000	220.000	215.300	6,22	97,86
11.	Usluge najma poslovnog prostora	960.000	960.000	954.020	27,58	99,38
12.	Ostale komunalne usluge	30.000	30.000	33.265	0,96	110,88
13.	Odvjetničke i revizorske usluge i usl. savjetovanja	150.000	150.000	143.574	4,15	95,72
14.	Grafičke usluge	7.000	4.000	3.663	0,11	91,56
15.	Ostale usluge	150.000	200.000	198.881	5,75	99,44
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	5.000	5.000		0,00	0,00
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	10.000	10.000		0,00	0,00
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000	1.000		0,00	0,00
19.	Trošak reprezentacije	180.000	180.000	159.441	4,61	88,58
20.	Premije osiguranja	60.000	60.000	41.060	1,19	68,43
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	65.000	47.755	1,38	73,47
22.	Stručna literatura i tisak	70.000	70.000	52.974	1,53	75,68
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	300.000	330.000	304.375	8,80	92,23
24.	Ostali troškovi poslovanja	75.000	75.000	38.675	1,12	51,57
25.	Neplanirani rashodi	1.950	1.000	876	0,03	87,57
26.	Obuka osoblja, edukacije, seminari i studijska putovanja	100.000	300.000	178.737	5,17	59,58
	UKUPNO I.	3.356.950	3.753.000	3.436.010	99,34	91,55
II.	Poslovni prostor, adaptacija	100.000	50.000	22.764	0,66	45,53
	UKUPNO RASHODI UREDA	3.456.950	3.803.000	3.458.774	100,00	90,95

PRILOG 11. – STATISTIKA ODRŽANIH POSLOVNIH SKUPOVA PREMA EVIDENCIJI TZGZ



Popis održanih poslovnih skupova u 2021. godini prema evidenciji TZGZ:

SIJEČANJ	
1	Novena promet sastanak
2	Macpharm sastanak
3	Sastanak SAP
4	Sastanak Udruge stalnih sudskih tumača
5	WIC radionica
6	M.L. Bay Development sastanak
7	Cymedica sastanak
8	Novo Nordisk sastanak
9	Mapa znanja sastanak
10	STSI sastanak
11	Stručni skup Hrvatske komore medicinskih sestara
12	Sastanak Luxottica
13	TEB radionica
14	13. Kongres Hrvatskog kardiološkog društva
15	Konferencija: Upravljanje zelenom tranzicijom
16	Sastanak TDR Rovinj
17	HGK zaštita podataka skup
18	Konferencija Inovativne prakse kulturne baštine i poduzetništva
19	Novartis sastanak
20	STSI sastanak
21	M.B. seminar
22	Sastanak Večernjeg lista
23	L'oreal sastanak
24	WIC radionica
VELJAČA	
25	Sastanak Plive
26	Abbvie sastanak
27	Citroen Hrvatska sastanak
28	Sastanak Mapa znanja
29	BASF sastanak
30	Završne konferencija projekta Unapređenje
31	INA industrija nafte sastanak
32	Hrvatski Telekom sastanak
33	4. Hrvatski radijski forum
34	WIC radionica
35	Sastanak u okviru projekta "Green tech hackathon"
36	37Skupština Privredne banke Zagreb
37	Abbvie sastanak
38	Sastanak Instituta za antropologiju
39	VIRTEC online radionica
40	Sastanak Pevex
41	Digitalna Eurocities konferencija: Odrastanje bez i izvan siromaštva: Lekcije gradova za EU jamstvo za djecu
42	Sastanak Naklade Slap
43	Sastanak Hrvatskog auto i karting saveza
44	Međunarodna škola: LSP Teacher Training Winter School
45	Regionalna online konferencija kazališta za djecu i mlade: Od malih nogu
46	Konferencija: Sigurnost cestovnog prometa
47	Konferencija Vodik u sustavima plinskog centralnog grijanja, toplana i industrijskih kotlovnica
48	MBA sastanak
49	Sastanak Hrvatskog školskog sportskog saveza
50	Videokonferencija Poslovnog dnevnika
51	3. Znanstveni simpozij multidisciplinarnih timova za melanom
52	Appa radionica
53	Znanatveno-stručni skup: Otac Domovine - Povijesna ostavština za hrvatsku budućnost
54	Sastanak Welmax Premium
55	3. znanstveni simpozij multidisciplinarnih timova za melanom
OŽUJAK	
56	B.Brown sastanak

57	Eli Lily sastanak
58	Sastanak Dedal komunikacije
59	Sastanak Agencije APPA
60	7. NIP Simpozij novi izazovi u pedijatriji: Vulnerabilne skupine
61	Halsa d.o.o. sastanak
62	HT sastanak
63	Panel "Vrijeme je za održivi turizam"
64	Sastanak Trade Union Metalicy
65	9. simpozij "Odabrane teme iz dijalize"
66	Konferencija Hanza Media
67	Sastanak Hrvatskog rukometnog saveza
68	KING ICT sastanak
69	Skupština GNK Dinamo
70	Sastanak Hrvatske gospodarske komore
71	Konferencija Ministarstva mirovinskog sustava i socijalne politike
72	Sastanak Razvojne agencije Zagrebačke županije
73	IUAES kongres Međunarodne udruge antropoloških i etnoloških znanosti
74	Vijeće Turističke zajednice grada Zagreba
75	Sastanak Instituta za klimatske aktivnosti
76	Odbor Hrvatskog nogometnog saveza
77	Hrvatska komora dentalne medicine
78	Lexpersa predavanje
79	Konferencija Mladi u uvjetima pandemije
80	Sastanak ATI agencije
81	Sastanak Hrvatske udruge socijalnih radnika
82	Sastanak: Mentorstvom do društva znanja
83	Meetex - Croatian Experience Summit
84	6. Zagrebačka Fabry škola
85	Solidarnost u kulturi: Zaštita kulturne baštine u kriznim uvjetima
86	Sastanak Schneider Electric
87	STSI sastanak
88	IX. Hrvatski kongres o psihofarmakoterapiji & 29th Danube Psychiatric Symposium
89	Poslovni dnevnik
90	Sastanak Hrvatskog plivačkog saveza
91	Sastanak Hrvatskog nogometnog saveza
92	Sastanak ILBA
93	Eli Lilly sastanak
94	STSI sastanak
95	TEB poslovno savjetovanje radionica
96	Sastanak Veleposlanstva Indije
97	Sastanak Hrvatskog košarkaškog saveza
98	Sastanak: Krizno upravljanje s naglaskom na komuniciranje unutar kompanije u kriznim vremenima
99	Sastanak Hrvatske gospodarske komore
100	Konferencija: Budućnost životnog osiguranja
101	Konferencija: Ivan Rabuzin i simbolika prirode u umjetnosti 20. i 21. stoljeća
102	Mitralna akademija - kirurški aspekti liječenja mitralne patologije
103	Konferencija Marketing Madness
104	Konferencija Mladi u uvjetima pandemije
105	Sastanak Hrvatske komore dentalne medicine
106	Sastanak Loreal
107	Hrvatska komora medicinskih sestara
108	To&Ma sastanak
109	Sastanak Lider mediae
110	Konferencija: Zeleni plan u energetsom razvoju
111	Toshiba sastanak
112	AdriaMedia konferencija
	TRAVANJ
113	Sastanak MeetMe agencije
114	Znanstveni simpozij: Žena iz Crkve za Crkvu
115	Creative labs&Hubs EU Projekta Danube's Archaeological eLandscapes

116	Radionica: Tehnika nošenja sa stresom
117	Sastanak Nacionalnog sindikata policije
118	Sastanak Hals a d.o.o.
119	Sastanak Centra za razvoj i ulaganje
120	Blue Sky Adriatic skup
121	Makpharm sastanak
122	Sastanak Instituta za klimatske aktivnosti
123	Konferencija o Digitalnoj transformaciji DTC 2021
124	Sastanak Kent banke
125	Abbvie sastanak
126	Josa Realty sastanak
127	Sastanak Zaklade Hrvatskog državnog zavjeta
128	Sastanak INFODOM
129	Baloon radionica
130	Sastanak Zaklade hrvatskog državnog zavjeta
131	19. simpozij radne skupine za aritmije i elektrostimulaciju hrvatskog kardiološkog društva- CRORYTHM
132	Makpharm sastanak
133	Konferencija Zaklade "Hrvatska za djecu"
134	Godišnja konferencija o ljudskim pravima
135	Mirakul radionica
136	Concorda webinar
137	Skup Drvnog klastera
138	CHRORYTHM 2021
139	Sastanak Welmax Premium d.o.o.
140	Sastanak BASF
141	Sastanak Hals a d.o.o.
142	Sastanak Hrvatske udruge poslodavaca
143	Swixx Biopharma Meeting
144	Mirakul radionica
145	SES sastanak
146	Pohl Consulting radionica
147	1. Regionalni kongres medicinske robotske rehabilitacije
148	Skupština Hrvatskog Telekoma
149	Simpozij studenata doktorskih studija
150	Squareone sastanak
151	Sastanak Kallos Pro Lash
152	Sastanak Sindikata prometnih vlakova Hrvatske
153	Luxottica sastanak
154	TEB radionica
155	Pliva sastanak
156	MBA sastanak
157	Rispetto radionica
158	Radionica udruge Prizma
159	Bizz sastanak
160	Sastanak Školske knjige
161	Tribina Saveza društava naša djeca Hrvatske
162	Konferencija Dani e-infrastrukture SRCE DEI
163	ASOO andragoške radionice
164	Sastanak Ministarstva vanjskih poslova
165	Filozofija igre
	SVIBANJ
166	Sastanak Sindikata željezničara Hrvatske
167	Videokonferencija: 10. Croatia Waste Expo
168	4. Zagrebački forum o urbanoj sigurnosti – Dan prevencije kriminaliteta
169	Sastanak Croatia osiguranja
170	Hals a d.o.o. sastanak
171	MNK Olmissum
172	Eli Lilly:Lilly Imunološki dani 2021
173	Deseti festival hrvatskih digitalizacijskih projekata
174	5. Neuroimunološki kongres

175	PWC sastanak
176	Proletni sastanak KROHEM-a
177	Sastanak Hanns-Seidel Stiftung
178	Bonum Vox EFT trening
179	Erste sastanak
180	Sastanak Val produkcije
181	Radionice Kent banke
182	Abbot sastanak
183	Radionica Kent banke
184	Sastanak Halsa d.o.o.
185	Novo Nordisk sastanak
186	Astra Zeneca sastanak
187	Konferencija Smart Tourism Meet Up
188	Sastanak Hrvatskog nogometnog saveza
189	Konferencija Dentalni megastore
190	Sastanak Smart Biz
191	Sastanak Hrvatske komore medicinskih sestara
192	6. hrvatski kongres kliničke citologije
193	Sastanak Udruge na drugi način
194	LEAP Summit
195	TEB edukacija
196	"Kvaliteta 360"- Međunarodna konferencija o kvaliteti u poslovanju
197	Sastanak Školske knjige
198	Sastanak Zaposlena d.o.o.
199	Sastanak Ralu logistike
200	Konferencija: Migracije i identitet: Kultura, ekonomija, država
201	Konferencija Hrvatskog torakalnog društva "Toraks 2021"
202	4. industrijska revolucija
203	Mirakul radionica
204	Konferencija Zelena mobilnost i energetska tranzicija
205	Konferencija Centra za razvoj i ulaganja d.o.o.
206	Konferencija i natjecanje Start It up
207	Konferencija Hrvatske komore inženjera građevinarstva
208	Simpozij studenata bioloških usmjerenja SISB
209	Video konferencija: "InvestCro 2021- Kako do stranih ulagača"
210	Konferencija Agencije za zaštitu podataka
211	Simpozij nGesta i sloboda u sklopu projekta Muftić 100
212	Radionice Kent banke
213	Godišnji sastanak konzorcija EATRIS
214	Smart Biz sastanak
215	Phoenix sastanak
216	Vijeće Turističke zajednice grada Zagreba
217	Sastanak Fresenius Kabi
218	Sastanak Odvjetničkog zbora Zagreb
219	Konferencija: Protupožarna zaštita u poduzećima
220	Bizz sastanak
221	Phoenix Farmacija sastanak
222	Konferencija dijabetologa
223	Konferencija Mjere zaštite od požara
224	Radionica o storytellingu projekta Motor
225	Adria Media Event
226	MBA sastanak: Nacionalni plan oporavka I otpornosti
227	Studenac sastanak
228	Lexpera sastanak
229	Perfect Meetings skupština
230	Sastanak Hanns Seidel zaklade
231	Konferencija Other side of tourism
232	Radionica Ordinacije dentalne medicine Geštaković
233	Sastanak Agencije za elektroničke medije
234	Skupština Udruge odvjetničkih vježbenika

235	Radionica Reagiraj ljudski - digni glas protiv nasilja
236	Sastanak Telemach
237	Hrvatska komora medicinskih sestara
	LIPANJ
238	Sastanci Element solutions
239	Sastanak Fijet Hrvatska
240	Sastanak Družbe braća hrvatskog zmaja
241	4. Sjednica glavne skupštine Hrvatske ljekarničke komore
242	Sastanak Kent banke
243	Radionica Visokog učilišta Algebra
244	Okrugli stol: Zašto je važan zakon o civilnim stradalnicima iz Domovinskog rata
245	Sastanak Auto Hrvatska
246	Simpozij: Ngesta i Sloboda u sklopu projekta Murtić 100
247	Sastanak Biogen Pharme
248	8. Međunarodni simpozij Animafest Scanner
249	Konferencija Novi pravilnik o provođenju elektroničke ovrhe
250	Konferencija Otpad nije smeće već energetska sirovina
251	Infodom sastanak
252	Konferencija Aktivan život nakon spinalne ozljede
253	Sastanak Proagent d.o.o.
254	Smart Biz sastanak
255	Zbor Udruge hrvatskih sudaca
256	5th Multiple Sclerosis Academy
257	Sastanak Barrek group
258	Sastanak Sindikata infrastrukture željezničara
259	Konferencija Investicijskog fonda Inicijative triju mora
260	Simpozij: Reintegracija stigmatiziranih osoba u društvo
261	40. susret Hrvatskih zavičajnih književnika
262	Sastanak Hrvatske javno bilježničke komore
263	Master simpozij: Prijelomi platoa tibije
264	Sastanak Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma
265	Telemah sastanak
266	Sastanak Agencije za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih
267	Sastanak Croatia osiguranja
268	Sastanak Veloposlanstva Indije
269	Poslovni klub slovensko-hrvatskih gospodarstvenika
270	Hrvatska komora medicinskih sestara
271	Sastanak Hrvatske udruge poslodavaca
272	Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj
273	Hrvatska narodna stranka
274	Znanstveni skup: Umjetnost i država u Srednjoj Europi od 18. do 20. stoljeća
	SRPANJ
275	ConTEL 2021 Međunarodna konferencija o telekomunikacijama
276	Međunarodna konferencija vrhunskih vinskih znalaca "Wine VIP Event"
277	5. međunarodna konferencija Suvremeni izazovi u poučavanju jezika struke
278	Polugodišnji sastanak Europskog udruženja putničkih agencija i turoperatora (ECTAA)
279	7. Europski žanrovski forum
280	Sastanak Rudarsko geološkog naftnog fakulteta
281	Bisnode sastanak
282	Zavod za vještačenje
283	13. godišnji sastanak Studijske grupe za dijabetes i kardiovaskularne bolesti EASD-a
284	52nd Conference of the European Group on Atomic Systems EGAS
285	Sastanak Crointervent 2021
286	Sastanak Udruge Prsten
287	68. kongres Europske stomatološke organizacije ORCA 2021
288	Phoenix Farmacija sastanak
289	Sastanak Hrvatske odvjetničke komore
290	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu
291	Projekt Rastemo
292	Skupština Hrvatske gospodarske komore

293	Particleface 2021: Unraveling New Physics Workshop & management Committee Meeting
294	13. stručni skup Funkcionalna hrana u Hrvatskoj
295	Sastanak Libusoft cicom
296	Sastanak Hrvatskog skijaškog saveza
297	Sastanak Hrvatskog boksačkog saveza
298	Radionica o financijskoj i akademskoj sveučilišnoj autonomiji
299	Radionica o implementaciji alata za analizu publike
300	Radionica o korištenju ručnog rada u inkluzivnom djelovanju s osobama s invaliditetom (EPIC)
301	Zara Hrvatska sastanak
302	Veleposlanstvo SAD-a sastanak
303	Hilletours Izrael sastanak
304	Sastanak Hrvatskog telekoma
305	Konfeencija Centra za razvoj i ulaganja
	KOLOVOZ
306	Sastanak Indijskog veleposlanstva
307	Sastanak Hrvatski izvoznici
308	Socijalno edukativni program: CROss your borders
309	15. Srednjoeuropska matematička olimpijada
310	AVL sastanak
311	Konfeencija veleposlanika
312	16. konvencija hrvatskih izvoznika
313	Skupština Udruge za gluhe i nagluhe osobe
314	IDEA (International Debate Education Association) Youth Forum 2021
315	Konferencija projekta Zdrave konzultacije
316	Sastanak L'Oreal
	RUJAN
317	Zagreb Security Forum 2021
318	Sastanak Ureda za ljudska prava
319	Sastanak Teleperformance Germany
320	18. međunarodni kongres o pričama i pripovijedanju (ISFNR)
321	7. simpozij doktorskog studija građevinarstva
322	2. Međunarodna konferencija za obitelji nestalih osoba
323	Konferencija Digitalna pismenost i strategije digitalne uključenosti
324	Sastanak Royal Thai Embassy
325	Am Cham sastanak
326	Konferencija Entrenova
327	Sastanak Combis
328	Sastanak Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo
329	Konferencija Enterprise Research Innovation
330	Sastanak Ghetaldus optika
331	Sastanak Moment Events
332	Sastanak Dentalne medicine Geštakovski
333	Konferencija Politička arhitektura Hrvatske
334	Sastanci Hrvatskog pravnog centra
335	Otvaranje Programa obrazovanja za unapređenje digitalnih kompetencija odgojno obrazovnih radnika
336	Sastanak Deutsche Telekom
337	Radionica Kuće ljudskih prava
338	12th International Symposium on Image and Signal Processing and Analysis (ISPA 2021)
339	Sastanak Sandoz
340	Sastanak Hrvatske zajednice računovođa
341	Sastanak Becutan Kids Vits
342	Sastanak Servier Pharma
343	Adria Hotel Forum
344	II post COVID simpozijSastanak
345	2. sastanak FENIQS EU konzorcijuma
346	Konferencija Komentari, govor mržnje, dezinformacije i regulacija javne komunikacije
347	Simpozij Torch i druge infekcije u trudnica i djece
348	Treća međunarodna znanstvena konferencija Znanost, Obrazovanje, Tehnologija i Inovacije (SETI III 2021)
349	Konferencija Hrvatske udruge korporativnih rizničara
350	Međunarodni znanstveni skup povodom 55 godina samostalnog studija češkog jezika i književnosti u Zagrebu

351	Obilježavanje dana aorte
352	Konferencija Povećanje mobilnosti i financiranja za bolja istraživanja
353	Generalna skupština i konferencija udruge Marie Curie alumnija
354	Safir Business Building Seminar
355	Tribina Ministarstva gospodarstva
356	Sastanak Udruge za podršku žrtvama i svjedocima
357	Nacionalna konferencija o otvorenim podacima - NODC2021
358	Libusoft cicom savjetovanje
359	CMG Progressive FMCG
360	Halal Business Forum 2021
361	Tetra Tech International sastanak
362	Sastanak Model pakiranja
363	Institut za inovacije "Global Business" sastanak
364	12.Global Business konferencija
365	Stručni skup "Referendum i neposredna demokracija u Hrvatskoj
366	Konferencija društva za psihološku pomoć
367	ESF Projekt
368	Unija GR Gmbh sastanak
369	Sastanak British Council
370	Konferencija EISS Europe Institute of Social Security
371	Godišnja konferencija farmaceuta Hrvatske (PharmaCRO 2021)
372	Međunarodna konferencija o Psihodrami za djecu i mlade / 2nd International Children and Youth Psychodrama Conference
373	Tetra Tech International sastanak
374	11th Symposium of the ICTM Study Group on Music, Gender and Sexuality
375	Sastanak Hrvatskog gastroenterološkog društvo
376	Nove pozicije: Umjetnost i kritika u postdigitalnom dobu
377	Stručni tečaj Hrvatske komore dentalne medicine
378	World Education Fair Croatia Zagreb
379	Konferencija: Osnaživanjem stručnjaka do uspješne integracije azilanata
380	Sastanak HUBIKOT
381	CWMD PHASE 2 Projekt
382	Super Minds: Don't Code What You Don't Understand
383	Ledo Plus sastanak
384	B2B susreti poduzetnica Hrvatske 2021
385	Konferencija OTPAD 2021
386	Sastanak Cardio Medical Zagreb
387	Sastanak Udruge Roda
388	Konferencija Hrvatskog gastroenterološkog društva
389	1. stručna konferencija: Svi za pamćenje (SPAM) do bolje skrbi za osobe s demencijom i njihove obitelji
390	Glavna skupština tvrtke Proficio
391	Sastanak BNI Zagreb
392	Zagreb Applied Ethics Conference 2021
393	8. kongres Hrvatske udruge medicinskih sestara
394	Stručna konferencija: Prema zdravoj i aktivnoj Europi "Promijeni način života i počni živjeti zdravije
395	Međunarodna konferencija Komisije za fonetiku i fonologiju slavenskih jezika
396	Dani zdravlja
397	Međunarodni psihologijski skup: 25. Dani Ramira i Zorana Bujasa
398	XI. Međunarodni simpozij interdisciplinarnosti logistike I prometa
399	8. Međunarodni kongres nutricionista
400	25. Dani Ramira i Zorana Bujasa
	LISTOPAD
401	Perfect Meeting Generalna skupština GS1
402	Sastanak Veleposlanstva Republike Slovenije
403	Regionalna akademija European Network of Political Foundations
404	Skupština Hrvatske turističke zajednice
405	Međunarodna konferencija: Razvoj i perspektiva pružanja socijalnih usluga
406	Skup: Ženska soba Centra za seksualna prava
407	Ledo Plus sastanak
408	DURSAAM sastanak provedbe projekta
409	Prezentacija: Germany - The travel destination

410	Sastanak Abela Pharm
411	Ernst & Young savjetovanje
412	Sastanak Oraclum Intelligence systems
413	Sastanak Golden Education International
414	The Sixteenth Annual International Conference on Real Estate Development
415	3. Ljetna škola "Ultrabrzni megnetoelektrici"
416	Konferencija Agencije za znanost i visoko obrazovanje
417	Sastanak inozemnih pravosudnih dužnosnika
418	Sony Erissson Mobile Communications sastanak
419	Sastanak B.Braun Adria
420	ArhiBau sajam i konferencija
421	10. EUROPAEDIATRICS kongres
422	ABBVIE HCV sastanak
423	Sastanak Hrvatskog instituta financija (HIF)
424	Godišnja skupština Europske federacije novinara (EFJ)
425	8.Hrvatska transplatacijska škola: Covid 19 I transplatacija
426	Sandoz sastanak
427	Prodajni sastanak Jelen Professional
428	Stručni skup: Klinička individualizirana fitoterapija i mikronutricija u liječničkoj praksi
429	IFSW European Conference on Social Work 2021
430	5. stručni skup Hrvatskog traumatološkog društva: Prijelomi u području koljena
431	Konferencija: Digitalna povijest umjetnosti: Metode, prakse, epistemologije III
432	Austrijsko-hrvatski gospodarski forum o modernoj cestovnoj infrastrukturi
433	Konferencija: Digitalna povijest umjetnosti
434	Sastanak Schneider Electric
435	Konferencija o budućnosti Europe - Promijeni svoj ekološki otisak i ostavi dobar utisak
436	Sastanak Boston Scientific
437	13. Kongres studenata prava IURA MUNDI
438	Sastanak Ledo Plus d.o.o.
439	Sastanak Ministarstva poljoprivrede
440	AI2Future konferencija
441	TEDxZagreb
442	Ghetaldus optika sastanak
443	Sastanak Welmax Premium
444	Konferencije Learn to Invest
445	Konferencija: Sutra dolazi danas
446	Kongres s međ. sudjelovanjem: Stomatologija svakodnevna praksa
447	Konferencija PANTHEON dan računovođa 2021
448	Sastanak Veleposlanstva Republike Austrije
449	Sastanak Hrvatskog šahovskog saveza
450	TOO loud Festival
451	40. Godišnja skupština Eurocrypt
452	Sastanak u okviru Erasmus projekta "Aktivnost učenja, podučavanja i usavršavanja"
453	BNI sastanak
454	Berlin Cosmopolitan School
455	B2B radionica doživi Sloveniju
456	Sastanak Njemačko hrvatske industrijske i trgovinske komore
457	Projekt "Altruistični poduzetnik"
458	Sastanak odvjetničkog društva Kallay
459	Sastanak Toyota
460	Konferencija: Spuštanje arhivske groznice - otvaranje fotografskih arhiva i zbirki
461	Stručni sastanak Biogen Pharma
462	Korean food business Forum 2021
463	17. Međunarodna konferencija studija konzervacije i restauracije
464	V Kongres Sinergija znanosti i kliničkog rada
465	Sastanak Lexpera
466	Sastanak Hrvatskih suverenista
467	Sastanak Roche
468	Sastanak Hrvatskog plemićkog zbora
469	Sastanak Udruge Hrvatska za život

470	Sastanak IMF Natura Pharma
471	Interreg Danube Transnational Programme : Upravljanje izvanrednim situacijama u slivu rijeke Save
472	9. tjedan Svjetskog saveza mladih Hrvatske "Danas za sutra"
473	Seminar: Potencijali pristupačnog turizma za ugostitelje
474	Sastanak Udruge Roda
475	AMCHAM sastanak
476	Orient Travel Sp.z.o.o.
477	AM CHAM sastanak
478	Sastanak Veleposlanstva Malezije
479	Sastanak Hrvatskog sveučilišnog sindikata
480	Direktorska i stručna konferencija centara javnih službi za zapošljavanje Jugoistočne Europe (20th CPESSEC 2021)
481	Drugi hrvatski kongres o neurodegenerativnim bolestima s međunarodnim sudjelovanjem
482	Ledo Plus sastanak
483	Sastanak L'Oreal
484	Symphony of Possibilities
485	Equestris sastanak
486	Međunarodni znanstveni skup u povodu 100 obljetnice rođenja I. Kožarića
	STUDENI
487	4. ICCRA konferencija
488	36th Rai Steering Group Meeting
489	Sastanak Orbico
490	1st RAWC Scientific Conference
491	Konferencija "Izazovi u trgovini"
492	Bayer sastanak
493	Međunarodna konferencija o učenju za poduzetništvo ICEL
494	Hrvatski dani osiguranja 2021
495	Skupština Turističke zajednice grada Zagreba
496	Poslovni forum Koreja - Hrvatska 2021
497	2. Međunarodni skup flautista
498	8. hrvatski transfuziološki kongres
499	7. stručni sastanak medicinskih sestara i tehničara
500	S&D Group sastanak
501	Sastanak Agencije za strukovno obrazovanje
502	Sastanak UNHCR
503	Konferencija: Razvoj vjetroelektrana u skladu sa zaštitom prirode i okoliša
504	HDIR- 6th Meeting of the Croatian Association for Cancer Research
505	Sastanak ADAKTAR d.o.o.
506	Welmax Premium sastanak
507	Rotaract sastanak
508	Sastanak Neuroth
509	Konferencija o estetskoj kirurgiji
510	Sastanak Alfatec tehnička podrška
511	Godišnji sastanak voditelja S.E.R.E.
512	Radionica Državnog ureda za reviziju
513	Sastanak Zagreb film festivala
514	PMI Forum
515	Atlantic vijeće
516	Seminar restauracija i rekonstrukcija
517	13. sjednica Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj
518	Eli Lilly S.A. sastanak
519	Sastanak Hrvatske udruge za školovanje pasa
520	28. godišnja konferencija hrvatskih psihologa: Izazovi suvremenog života: Kako psiholozi mogu pomoći
521	Smartpoint Adria d.o.o. sastanak
522	Sastanak Abela Pharm
523	The Digital Leap
524	Sastanak Mirakul d.o.o.
525	MMK Summit: Shape the Future of Yacht Charter
526	GALP konferencija "Shape your future"
527	Croatia osiguranje radionica
528	Forum zagrebačkih ugostitelja 2021

529	Sastanak Abbott Laboratories
530	Drugi online regionalni simpozij mladih endokrinologa
531	Simpozij: Kako spriječiti nezadovoljstvo i tužbe pacijenata u dentalnoj medicini
532	Skupština Hrvatske javnobilježničke komore
533	BTM Global sastanak
534	Sastanak Psihika
535	Sastanak Veleposlanstva Republike Italije
536	Sastanak Hospira Zagreb d.o.o.
537	Sastanak Soir d.o.o.
538	Vijeće Europe
539	Sastanak BNI
540	Konferencija: Stvaranje suvremenog poreznog sustava
541	Dan zdravlja
542	Sastanak INA industrija nafte
543	Adria Putovanje d.o.o.
544	Ladies of New Business: Dame od UX-a
545	Skup: Regional SDP Integrity Leaders
546	Sastanak BAT Adria
547	Međunarodni simpozij Dani Orisa 21
548	Konferencija Razvijanje otpornosti u doba pandemije
549	Sastanak Udruženja "Djece prava"
550	ALDA International sastanak
551	Sastanak Nipro Europe Group Company Ltd
552	Sastanak Combis
553	Sastanak Lelo Adria
554	Ministarstvo poljoprivrede
555	Godišnja skupština Američke gospodarske komore u Hrvatskoj
556	Sastanak Apsolon d.o.o.
557	Golar konferencija
558	Sastanak HAMAG Bicro
559	Sastanak Ministarstva vanjskih i europskih poslova
560	33. Forum nekretnina
561	Okrugli stol Ureda za ravnopravnost spolova
562	Ledo Plus d.o.o.
563	ICF Event
564	Sastanak Takeda Pharmaceuticals Croatia d.o.o.
565	Udruga Skup za Zagorje
566	Sastanak Endava
567	Skup EUSA sportske asocijacije
568	Panel: Hrvatska kvaliteta na europskom stolu - zaštita tradicionalnog izraza Prošek
569	Sastanak Klinike Magdalena
570	Sastanak tvrtke za medicinske proizvode Eborapharma
571	89. Dani dijabetologa
572	Welmax premium sastanak
573	Sastanak Psihika
574	Radni sastanak Medicinske škole iz Varaždina
575	Završna konferencija WYG savjetovanja
576	4. Hrvatski simpozij o invazivnim vrstama
577	Sastanak Financijskog kluba
578	Skup Vlahović Grupe
579	Sastanak Oktal Pharma
580	Sastanak tvrtke INA
581	Međunarodna znanstvena konferencija ekonomija razdvajanja (ICED)
	PROSINAC
582	OPCC sastanak
583	Studenac d.o.o. radionica
584	Mad Props sastanak
585	Sastanak Dukat
586	Sastanak Ureda za udruge Vlade RH
587	Sastanak Hrvatske agencije za malo gospodarstvo

588	14. znanstveni skup o hrvatskim dijalektima
589	Sastanak Ledo Plus
590	Cirtuo sastanak
591	ABBOT sastanak
592	Generalna skupština Perfect Meeting GS1
593	Sastanak Hrvatske komore inženjera
594	Sastanak Hansgrohe
595	7th Adriatic Liver Forum
596	Skup: Gdje smo u neurologiji
597	Sastanak Partner zaštite d.o.o.
598	X. Međuvladina hrvatsko-ruska komisija za gospodarsku i znanstveno tehničku suradnju
599	Sastanak Seminar d.o.o.
600	Okrugli stol Saveza društava naša djeca Hrvatske
601	Sastanak Psihika
602	Sastanak Qatar Airways
603	XXII. Kongres hotelijera
604	Sastanak Agencije za strukovno obrazovanje
605	Sastanak Konrad-Adenauer Stiftung
606	DHL International d.o.o.
607	IT industrija kao pokretač rasta i razvoja
608	Forum Hrvatske kongresne industrije
609	Sastanak Lelo Adria d.o.o.
610	L.Z.Y.& Polo sastanak
611	Sastanak Studia Arena d.o.o.
612	Hanfa konferencija
613	Sastanak Hrvatske regulatorne agencije za mrežne komunikacije
614	Konferencija Digitalna edukacija u sestrinstvu
615	Network Meeting (NWM) Zagreb: Where the magic begins!
616	25. Sjednica Vijeća Hrvatskog olimpijskog odbora
617	Konferencija 30 godina u zajedništvu
618	Sastanak Siemens Energy d.o.o.
619	Korporativna edukacija Wienerberger d.o.o.
620	Sastanak Seminar d.o.o.
621	Konferencija Centra za nestalu djecu
622	Skup: Predstavljanje studije o analizi terapijskih uvjeta i distribucije metadona i buprenorfina u ljekarnama
623	BTM Global sastanak
624	Ivoclar Vivadent GmbH sastanak
625	Sastanak Hrvatske kontrole zračne plovidbe
626	Lexpers sastanak
627	Sastanak INA industrija nafte
628	Godišnji međunarodni simpozij Filozofija igre
629	56. Zagrebački salon arhitekture (okrugli stolovi)
630	HUBIKOT skup
631	16. Opći sabor mladeži HDZ-a
632	Predstavljanje rezultata: Evaluacija smjernica za psihosocijalni tretman ovisnosti o drogama u zdravstvenom, socijalnom i zatvorskog sustavu
633	Sastanak Centra za računovodstvo i financije
634	Konferencija Glas žena u sportu
635	Sastanak Sandoz
636	Seminar Agencije za znanost i visoko obrazovanje
637	Konferencija Otpornost društva: Lekcije iz hrvatskog konteksta za vrijeme pandemije
638	Završna konferencija ESF projekta Unapređenje sustava osiguranja I unapređenja kvalitete visokog obrazovanja SKAZVO
639	Sastanak Bizz putovanja
640	Online konferencija mladi i EU
641	Savjetovanje Saveza društava naša djeca Hrvatske
642	Vijeće Turističke zajednice grada Zagreba
643	Sastanak Hrvatskog generalskog zbora
644	Konferencija EU4ME&YOU: Unija prilika
645	Sastanak Pepco
646	Tribina: Socijalne posljedice corona virusa
647	Stručni skup: Hrvatsko neuroradiološko društvo

648	Sastanak Veleposlanstva Republike Kazahstan
649	Sastanak Hrvatskog gimnastičkog saveza
650	Sastanak Hrvatskog saveza gluhoslijepih osoba Dodir
651	Sastanak Hrvatskog boćarskog saveza
652	Skup Hrvatskog školskog sportskog saveza
653	Sastanak Bizz putovanja
654	Sastanak Galerije Libar
655	Sastanak Hrvatske komore dentalne medicine
656	Diaspora Business Summit
657	Sjednica Vijeća Hrvatskog olimpijskog odbora
658	Sastanak Centra za razvoj i ulaganje
659	Okrugli stol Vlade RH
660	Skup Veleposlanstva SAD-a
661	Okrugli stol: Život gluhoslijepih osoba u RH
662	Sastanak DDC MLS
663	Sastanak KTP Solutions d.o.o.
664	Sastanak Hrvatskog zrakoplovnog saveza