



**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED**

# **IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA ZA 2025. GODINU**

**Zagreb, ožujak 2026.**



## Sadržaj

Skraćeni pregled	1
------------------	---

### Struktura aktivnosti

1. Istraživanje i strateško planiranje	12
2. Razvoj turističkog proizvoda	12
3. Komunikacija i oglašavanje	18
4. Destinacijski menadžment	32
5. Članstvo u strukovnim udrugama	33
6. Administrativni poslovi	33

Prihodi	34
---------	----

Rashodi	38
---------	----

Rekapitulacija	41
----------------	----

### Prilozi

Prilog 1. Statistika noćenja i dolazaka turista	42
Prilog 2. Potpore događanjima	44
Prilog 3. Kandidature za stručne skupove, potpore i projekti	51
Prilog 4. Marketinški projekti, potpore i poslovne suradnje	52
Prilog 5. Potpora razvoju DMO-a	53
Prilog 6. Sajmovi	54
Prilog 7. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	55
Prilog 8. Brošure i suveniri	55
Prilog 9. Rashodi TIC – evi	56
Prilog 10. Materijalni troškovi	57
Prilog 11. Statistika broja posjetitelja u info-centrima	58
Prilog 12. Statistika i popis održanih poslovnih skupova prema evidenciji TZGZ	61



## SKRAĆENI PREGLED

Izvešće o ostvarenju Programa rada za 2025. godinu i financijsko izvješće Turističke zajednice grada Zagreba (TZGZ), prikaz je obavljenih aktivnosti tijekom 2025. godine, ostvarenih u skladu s Programom rada i financijskim planom za 2025. godinu i sukladno odlukama Turističkog vijeća i Skupštine TZGZ-a te cjelokupnim zakonskim okvirom koji uređuje rad turističkih zajednica.

Očekivanja za 2025. godinu su bila postavljena realno zbog svih okolnosti vezanih za oporavak turističkog tržišta, kao i zbog cjelokupne geopolitičke situacije koja ima veliki utjecaj na ekonomiju i turizam. Uz navedeno, na turističku industriju se i dalje odražavaju posljedice potresa koje su prouzročile štetu na kulturnoj baštini i smještajnim objektima, a za čiji oporavak će trebati i duže vremena od aktiviranja turističkih aktivnosti. Samim tim je bila i potrebna prilagodba održavanja događanja posebno u području Gornjeg grada. 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 djelomično onemogućile ili učinile nesvrshodnim pojedine aktivnosti. U takvim okolnostima, adaptirajući se na sve okolnosti, osmišljavali su se mehanizmi, događanja i promotivne aktivnosti kako bi se zadržala prisutnost i pojavnost turističke destinacije te upravljalo turističkim kretanjima na najbolji mogući način.

Turistički dolasci i noćenja u 2025. godini su realizirani kao 1% više dolazaka (1.446.349) i 3% više noćenja (2.772.781) u odnosu na 2024. godinu. U dolascima 2025. godine su na prvom mjestu gosti iz SAD-a, zatim slijede gosti iz Njemačke, Italije i Bosne i Hercegovine. U noćenjima 2025. godine na prvom mjestu su gosti iz SAD-a, zatim slijede gosti iz Njemačke, Italije i Bosne i Hercegovine. Prema podacima TZGZ-a ukupni smještajni kapaciteti u hotelima 2025. godine povećani su za 3,61% u odnosu na 2024. godinu. U odnosu na raspored po kategorijama, došlo je do određenih promjena u smislu nove kategorizacije pa je, tako, u hotelima s 5 zvjezdica smještajni kapacitet ostao isti, dok se za 5,66% povećao smještajni kapacitet u hotelima s 4 zvjezdice. U hotelima s 4/3 zvjezdice smještajni kapacitet se povećao za 92,50%, a smanjio se za 2,79% u hotelima s 3 zvjezdice, dok su u hotelima s 2 zvjezdice smještajni kapaciteti ostali isti. Do navedenih razlika došlo je uslijed otvaranja novih hotela (Hotel Novotel Zagreb i Hotel Rooms 23 – Flok Petrova), promjene kategorizacije (Hotel Stellar Boutique Modules) te promjenom broja postelja (Timeout Heritage Hotel Zagreb, Hotel Blue i Hotel Central).

SMJEŠTAJNI KAPACITETI									
HOTELI	2025			2024			index '25/'24		
	Br. objek.	Sobe i ap.	Postelje	Br. objek.	Sobe i ap.	Postelje	Br. objek.	Sobe i ap.	Postelje
5*	6	1.114	2.217	6	1.114	2.217	100,00	100,00	100,00
4*	32	2.953	5.528	31	2.800	5.232	103,23	105,46	105,66
4/3*	4	78	154	3	41	80	133,33	190,24	192,50
3*	28	1.073	1.987	29	1.124	2.044	96,55	95,46	97,21
2*	1	15	30	1	15	30	100,00	100,00	100,00
nekategorizirani	1	14	34	-	-	-	-	-	-
<b>Ukupno:</b>	<b>72</b>	<b>5.247</b>	<b>9.950</b>	<b>70</b>	<b>5.094</b>	<b>9.603</b>	<b>102,86</b>	<b>103,00</b>	<b>103,61</b>

U 2025. godini broj privatnih smještajnih objekata povećao se za 4,70% u odnosu na 2024. godinu, njihov broj smještajnih jedinica povećao se za 4,09% i njihovi smještajni kapaciteti povećali su se za 4,25% u odnosu na 2024. godinu.

PRIVATNI SMJEŠTAJ								
2025			2024			index '25/'24		
Broj objekata	broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj objekata	broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj objekata	broj smještajnih jedinica	Postelje
3.211	4.357	10.446	3.067	4.186	10.020	104,70	104,09	104,25
<b>3.211</b>	<b>4.357</b>	<b>10.446</b>	<b>3.067</b>	<b>4.186</b>	<b>10.020</b>	<b>104,70</b>	<b>104,09</b>	<b>104,25</b>

U 2025. godini zabilježen je pad broja hostela za 2,63% te pad njihovih smještajnih kapaciteta za 3,40% u odnosu na 2024. godinu.

HOSTELI					
2025		2024		index '25/'24	
Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje
37	1.819	38	1.883	97,37	96,60
<b>37</b>	<b>1.819</b>	<b>38</b>	<b>1.883</b>	<b>97,37</b>	<b>96,60</b>

U svakom slučaju, i 2025. godinu, Zagreb kao destinacija je završio na prvom mjestu po broju ukupnih dolazaka na razini cijele Hrvatske (1.446.349) što predstavlja višegodišnji i kontinuirani uspjeh Zagreba kao city-break destinacije s bogatom kulturnom ponudom. Prosječni broj noćenja za destinaciju Zagreb za 2025. godinu je 1,92 noćenja.

I u 2025. 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 2025. godini morale su se često *ad hoc* zbog kontinuiranih novih situacija raditi prilagodbe i nova rješenja, a sve kako bi se odgovorilo novonastalim potrebama. Uz Program rada za 2025. godinu, usvojene su i izmjene i dopune kako bi se što realnije odgovorilo novonastalim situacijama kako na prihodovnoj, tako i na rashodovnoj strani.

U što većoj mjeri su se slijedile strategije marketinške politike, usmjerene prema ostvarenju već usvojenih ciljeva iz Strateško operativnog marketinškog plana 2024.-2028. kroz prilagodbe:

Kvalitativni ciljevi:

1. Daljnji razvoj turističkih proizvoda destinacije
  - Daljnje osnaživanje i inovacija destinacijskih proizvoda događanja i kulturnog turizma

- Davanje snažnije potpore diverzifikaciji destinacijskih proizvoda kroz razvoj proizvoda kao što su *city break*, gastronomija, aktivni turizam, zdravstveni turizam i MICE
  - Fokus na proaktivni dizajn vrijednosti kao osnovnu polugu razvoja destinacijskih turističkih proizvoda
2. Unaprjeđivanje marketinške komunikacije i daljnji razvoj brenda
    - Unaprjeđivanje marketinške komunikacije, uključujući na službenom webu turističke zajednice i društvenim mrežama
    - Stvaranje agilnog i proaktivnog marketinškog sustava kroz kreiranje kvalitetnijeg i inovativnijeg marketinškog sadržaja i marketinških kampanja
    - Daljnje osnaživanje brenda destinacije kroz ojačanu integraciju u marketinške aktivnosti i učestaliju provedbu imidž kampanja
  3. Unaprjeđivanje sustava upravljanja destinacijom
    - Stvaranje konkurentnijeg organizacijskog okruženja turističke zajednice s fokusom na podizanje efikasnosti organizacijskih procesa i provođenje radionica za podizanje sposobnosti zaposlenika
    - Kontinuirano pružanje potpore svih oblika destinacijskim dionicima

Kvantitativni ciljevi:

4. Produživanje boravka gostiju u destinaciji na 2,3 noći u 2028. godini
  - Razvoj atraktivne turističke ponude s ciljem produžavanja prosječnog boravka gosta u destinaciji
  - Kreiranje atraktivnog marketinškog sadržaja koji će inspirirati potencijalne turiste na duži boravak
5. Realizacija 2,8 milijuna noćenja do 2028. godine
  - Osnaživanje marketinških aktivnosti upućenih fly-in tržištima uzimajući u obzir destinacije s kojima je Zagreb izravno povezan
  - Prilagođavanje marketinških aktivnosti s ciljem povećanja udjela prometa tržišta iz okruženja
  - Daljnji razvoj turističkih proizvoda i doživljaja s ciljem zadržavanja gosta u destinaciji
6. Održavanje NPS (Net Promoter Score) vrijednosti na 40 ili više. NPS-om se sagledava vjerojatnost posjetitelja Zagreba da će preporučiti nekome Zagreb kao destinaciju.
  - Održavanje visoke razine zadovoljstva turista destinacijskom ponudom
  - Fokus na stvaranju destinacijskih ambasadora koji će širiti pozitivne recenzije o destinaciji

## 1. Daljnji razvoj turističkih proizvoda destinacije

Sukladno viziji Strateško-operativnog marketinškog plana 2024.–2028., Zagreb se pozicionira kao jedinstvena i šarmantna europska urbana destinacija. Svojim opuštenim ritmom života, brojnim zelenim površinama, gostoljubivim stanovnicima i prepoznatljivom kulturom ispijanja kave, grad nudi autentično iskustvo idealno za putnike koji traže ležernu, ali sadržajno bogatu destinaciju. Uz raznoliku i kvalitetnu kulturnu ponudu,

Zagreb posjetiteljima pruža i širok spektar događanja – od značajnih sportskih manifestacija i natjecanja do inovativnih projekata koji čine cjelogodišnju, u međunarodnim razmjerima jedinstvenu ponudu, uključujući i neobične muzeje po kojima je grad prepoznatljiv. U cilju daljnjeg razvoja turističkih proizvoda destinacije, kontinuirano se potiče i podržava organizacija sportskih, eno-gastronomskih i kulturnih događanja, kao i drugih sadržaja koji dodatno povećavaju atraktivnost ponude za turiste i posjetitelje.

Sedmo izdanje Festivala svjetla Zagreb održano je od 19. do 23. ožujka pretvarajući grad u pozornicu svjetla, boja i suvremene umjetnosti. Posjetitelji su imali priliku doživjeti ukupno 25 atrakcija raspoređenih na 22 lokacije, koje su Zagreb obasjale novom energijom i kreativnošću. Već od svog prvog izdanja 2017. godine Festival je član prestižne međunarodne mreže Festival of Lights International, čime se Zagreb svrstao uz bok svjetskim metropolama poput Berlina, New Yorka i brojnih drugih gradova koji njeguju ovu jedinstvenu umjetničku formu. Sedmo izdanje Festivala se održalo u znaku dviju velikih obljetnica - 1100. obljetnice Hrvatskoga Kraljevstva te 100 godina hotela Esplanade Zagreb, simbola elegancije i gostoprimstva. Posebno se izdvaja dosad najintenzivnija međunarodna suradnja, čak 13 instalacija došlo je iz osam zemalja svijeta, donoseći u Zagreb snažan val globalne kreativnosti. Ova raznolikost umjetničkih pristupa i kulturnih perspektiva dodatno obogaćuje festivalski program te potvrđuje njegovu međunarodnu relevantnost. Nastavljena je suradnja s WWF Adria (World Wide Fund for Nature), usmjeravajući pozornost na važnost zaštite prirode te podsjećajući na našu zajedničku odgovornost prema okolišu i budućim generacijama. Time Festival svjetla Zagreb ne donosi samo vizualni spektakl, već i snažnu poruku o održivosti i brizi za planet.

U organizaciji TZGZ-a, Grada Zagreba te partnera održan je Zagreb Classic. Kroz ukupno 8 besplatnih programa, publika je uživala u vrhunskoj klasičnoj glazbi na otvorenom. Djela hrvatske i svjetske glazbene baštine, od simfonijske glazbe, jaza i opere do mjuzikla izveli su glazbenici odavno potvrđeni na prestižnim svjetskim pozornicama. Manifestacija Zagreb Classic je postala neizostavan dio kulturne ponude Zagreba tijekom ljeta i simbol je susreta građana s vrhunskom glazbom na otvorenom. Otvoren je nastupom opernih zvijezda Francesca Melija i Serene Gamberoni uz Zagrebačku filharmoniju, a nastupili su i Julian Rachlin kao dirigent i solist, Simfonijski i Jazz orkestar HRT-a, ansambl ZGK Komedijska, Zagrebačka filharmonija s glazbenom bajkom Petar i vuk za najmlađe, Sergeja Prokofjeva. Uz nekoliko projekcija poznatih svjetskih opernih djela, u suradnji s Austrijskim kulturnim forumom, obilježene su i 70. obljetnica Austrijskog kulturnog foruma te 200. obljetnica rođenja Johanna Straussa mlađeg. Posebnost festivala bila je praizvedba oratorija Anno Domini 925. Kralj Tomislav autora Mateja Meštrovića, povodom 1100. obljetnice Hrvatskoga Kraljevstva, djelo koje su izveli orkestar i zbor HNK-a Zagreb te zbor iz SAD-a pod ravnanjem američkog maestra Jonathana Griffitha.

Advent Zagreb se profilirao kao jedan od najprepoznatljivijih i najuspješnijih turističkih proizvoda u Hrvatskoj i regiji, s izrazito snažnim ekonomskim i društvenim učincima. U organizaciji TZGZ-a i partnera realizirano je više od sto izvedbi klasične i prigodne glazbe te brojni drugi kulturni programi, od kojih se posebno ističe uspješna izložba Prvi snijeg Saše Šekoranje u NMMU Oktogon. Plesni projekt Zagreb u Atriju Galerije Klovićevi dvori, zajedno s dekorativnim uređenjem zapadne strane Strossmayerovog šetališta i parka Grič, snažno su doprinijeli ponovnom pozicioniranju Gornjeg grada na kartu Adventa. Instalacije Zvona zvone u Tunelu Grič i Geometrija tišine u Lapidariju Arheološkog muzeja primjer su drukčijeg promišljanja i intimnijeg pristupa u kreiranju adventskih sadržaja. Dekorativna zona na Trgu bana Jelačića je ponovno bila

najfotografiraniji adventski punkt, dok je od publike izvrsno prihvaćen i projekt Flash mob u tramvajima, koncept koji predstavlja kratke i spontane nastupe koji doprinose blagdanskom ugođaju i atmosferi.

S ciljem daljnjeg osnaživanja i inovacija događanja i kulturnog turizma tijekom godine podržana su različita događanja i projekti: MUZZA tjedan znanosti, Design week Zagreb, 58. Međunarodna smotra folklor, OKOLO - umjetničke intervencije, Plesnjak na Zrinjevcu, Ljetne večeri scene Amadeo, Muzički biennale Zagreb, Zagrebački operni festival, Cest is d'Best festival, Zagreb jazz festival.

Velika sportska događanja posebno su važna jer tijekom cijele godine ostvaruju značajan udio u ukupnim dolascima i noćenjima. Osim samih natjecatelja, stručnih stožera i članova obitelji, takva natjecanja u destinaciju privlače i navijače. Time ne samo da doprinose većoj posjećenosti destinacije, već i snažno potiču turističku potrošnju te ukupni gospodarski učinak.

S ciljem pozicioniranja Zagreba kao poslovno-kongresne destinacije, TZGZ je aktivno podupirala organizatore skupova kako financijski, tako i savjetodavno. U suradnji s industrijom, sustavom TZ-a i samostalno, Zagreb je prezentiran na svim najvažnijim kongresnim burzama i radionicama te su organizirana posebna studijska putovanja za predstavnike organizatora skupova i incentive putovanja. Kongresno – incentive ponuda prezentirana je online putem vlastitih kanala (web stranice, društvene mreže) te putem kongresne brošure dostupne u digitalnom i tiskanom obliku. U 2025. godini evidentirano je 779 poslovnih skupova (od kojih 4,1% hibridnih) što predstavlja porast od 6,56% u broju skupova i 10,67% u broju sudionika u odnosu na 2024. godinu. Ukupan broj evidentiranih sudionika je 95.028. Kada je riječ o kongresima međunarodnih asocijacija, prema objavljenom izvještaju organizacije International Congress and Convention Association – ICCA, koji se objavljuje svakog svibnja za proteklu godinu, Zagreb je zauzeo 71. mjesto na listi svjetskih kongresnih gradova, dajući ujedno i najveći doprinos ukupnom poretku Hrvatske koja je pozicionirana na 42. mjestu globalne ljestvice. U Zagrebu je uz potporu TZGZ-a održana kongresna burza MEETEX - jedinstveni projekt prezentacije hrvatske kongresno-incentive ponude inozemnim organizatorima.

U 2025. godini poseban naglasak bio je na razvoju i promociji eno-gastronomске scene kroz podršku kvalitetnim gastronomskim događanjima, promociji lokalnih namirnica i chefova te stvaranje autentičnih doživljaja koji dodatno pozicioniraju Zagreb kao atraktivnu gastro destinaciju. U tom kontekstu nastavljena je suradnja s Michelin vodičem, a posebno mjesto zauzima projekt Delicious Zagreb, platforma koja objedinjuje i promovira najbolje od gradske gastronomije – od vrhunskih restorana i chefova do autentičnih lokalnih proizvoda i inovativnih koncepata. Kroz Delicious Zagreb dodatno se naglašava raznolikost, kreativnost i kvaliteta zagrebačke gastro scene te se stvara prepoznatljiv identitet destinacije kao mjesta susreta tradicije i suvremenih kulinarskih trendova.

Realiziran je projekt i kampanja „Medvednica – Ispod neba. Iznad grada.“, koji obuhvaća internetsku stranicu, mobilnu aplikaciju i integriranu promotivnu kampanju.

Projekt je osmišljen s ciljem promocije koncepta slow travel te pozicioniranja Medvednice kao idealne destinacije za jednodnevne i kratke izlete. Naglasak je stavljen na njezinu neposrednu blizinu Zagrebu, jednostavnu dostupnost te jedinstvenu mogućnost brzog bijega iz urbanog ritma u prirodno okruženje.

Kampanja Medvednicu predstavlja kao mjesto susreta prirode, aktivnosti i tradicije. Posebno se ističu različiti oblici aktivnog odmora, s naglaskom na planinarenje, ali i

bogata gastronomska ponuda te kulturni sadržaji koji dodatno obogaćuju doživljaj prostora.

Cilj projekta je potaknuti Zagrepčane i posjetitelje grada da Medvednicu dožive kao pristupačnu, autentičnu i živu destinaciju — prostor odmora od gradskog tempa života, ali i mjesto stvaranja dublje, emotivne povezanosti s prirodom i lokalnom zajednicom. U studenom 2025. godine, TZGZ je pokrenula informativnu kampanju o taksi prijevozu s ciljem zaštite građana i posjetitelja, kao i poticanja odgovornog ponašanja u taxi prijevozu. Kampanja je bila usmjerena na jasno i transparentno informiranje o pravilima i preporukama vezanima uz korištenje taksi usluga u Zagrebu, kako bi se izbjegle neugodne situacije i dodatno unaprijedio osjećaj sigurnosti u gradu. Poseban naglasak stavljen je na dostupnost provjerenih informacija turistima, ali i građanima, kao i na podizanje svijesti među pružateljima usluga. Cilj kampanje je pridonijeti kvalitetnijem doživljaju Zagreba kao sigurne, uređene i gostoljubive destinacije te osigurati da iskustvo korištenja taksi prijevoza bude transparentno, pouzdano i u skladu s važećim pravilima.

U 2025. godini poduzete su i aktivnosti s ciljem jačanja pozicije Zagreba kao destinacije za zdravstveni turizam, s posebnim naglaskom na medicinski turizam. To je ostvareno sudjelovanjem na specijaliziranim radionicama, objavama članaka u relevantnim specijaliziranim časopisima te pružanjem financijske potpore dionicima zdravstvenog turizma.

## 2. Unaprjeđivanje marketinške komunikacije i daljnji razvoj brenda

Unaprjeđivanje marketinške komunikacije ključan je korak u jačanju prepoznatljivosti Zagreba kao urbane, dinamične i autentične europske destinacije. Fokus je na stvaranju konzistentnog i prepoznatljivog brend identiteta koji ističe specifične vrijednosti grada – opušteni tempo života, gostoljubivost, bogatu kulturnu i eno-gastronomsku ponudu te urbanu kreativnost.

Komunikacija brenda temeljila se na preciznom pozicioniranju i jasno definiranim ciljanim skupinama, od kulturnih i gastronomski orijentiranih posjetitelja do obitelji i mladih putnika, s komunikacijom prilagođenom njihovim interesima i digitalnim navikama. Marketinške aktivnosti uključivale su kombinaciju digitalnih i tradicionalnih kanala, kao i organizaciju specijaliziranih formata poput Michelin Masterclassa, influencer kampanja, ali i stratešku prisutnost na globalnim tržištima kroz partnere poput Smithsonian magazina i Expedia platforme.

Poseban naglasak bio je na sadržajnoj strategiji koja kroz vizualne, interaktivne i narativne elemente ističe autentičnost i raznolikost Zagreba. Takva komunikacija omogućava turistima da grad dožive kao destinaciju koja spaja tradiciju i suvremenost, povećava angažman i prepoznatljivost brenda.

Uspjeh marketinške komunikacije i razvoja brenda kontinuirano se mjeri kroz KPI-eve koji prate digitalni doseg, angažman publike, zadovoljstvo posjetitelja, čime se osigurava da strategija ostaje relevantna i učinkovita u dinamičnom međunarodnom turističkom okruženju.

TZGZ je komunicirala i primjenjivala turistički brend Zagreba kroz sve svoje offline i online kanale te marketinške kampanje tijekom protekle godine, prilagođavajući strategiju aktualnim okolnostima.

Također, dovršeno je i istraživanje Procjene ukupne potrošnje generirane Adventom Zagreb u sezoni 24./25., kojeg je TZGZ provela u suradnji s Institutom za turizam i specijaliziranom agencijom za istraživanje tržišta – IPSOS, a čiji je rezultat pokazao da je Advent Zagreb nacionalno događanje s izrazitim utjecajem na gospodarstvo Zagreba.

### 3. Unaprjeđivanje sustava upravljanja destinacijom

U protekloj godini nastavljena je nadogradnja sustava online prijave projekata za sufinanciranje. Također, tijekom 2025. godine kontinuirano su provedene prilagodbe Web administratora (CMS – Content Management System) za sve web stranice u vlasništvu TZGZ, s ciljem lakšeg upravljanja sadržajem i jednostavnijeg uređivanja web stranica. Fokus je bio i na korištenju i implementaciji digitalnih alata i procesa koji omogućuju praćenje rezultata turističkih projekata i mjerenje učinka marketinških aktivnosti, s ciljem jačanja transparentnosti, učinkovitosti i donošenja strateških odluka temeljenih na podacima.

Unaprjeđivanje sustava uključivalo je i jačanje interne suradnje i razmjenu znanja među timovima, što omogućava brže reagiranje na tržišne promjene, kreiranje kvalitetnih turističkih proizvoda i pružanje autentičnih doživljaja posjetiteljima.

Nakon petnaest godina kontinuiranog i uspješnog provođenja, projekt Odredište: Zagreb nastavlja se razvijati kroz nove aktivnosti usmjerene na edukaciju i uključivanje mladih u promišljanje turizma kao važnog društvenog i gospodarskog segmenta grada Zagreba. Nastavljena je suradnja s Ekonomskim fakultetom Sveučilišta u Zagrebu, s ciljem približavanja važnosti i utjecaja turizma putem predavanja i radionica u srednjim školama. Učenicima se na drugačiji način približavaju baština, kultura i turizam te se kroz projektnu nastavu potiče kreativnost i poduzetništvo stvaranjem turističkih proizvoda. Ove godine, sukladno planiranom, projekt je uspješno završen sudjelovanjem te predstavljanjem finalnih projekata pet zagrebačkih srednjih škola kojima turizam i ugostiteljstvo nisu primarni u nastavnom planu i programu.

Kontinuirano se tijekom cijele godine odvijala komunikacija sa svim članovima TZGZ-a, posebno iz turističkog sektora. Provedeno je udruženo oglašavanje sa zainteresiranim subjektima, kao i potpore za sudjelovanje na sajmovima za agencije s područja Zagreba.

U 2025. godini se pripremio i Plan upravljanja destinacijom temeljem Zakona o turizmu, kao planski dokument koji određuje smjer razvoja destinacije, u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima. Provedena su dva istraživanja – lokalnog stanovništva i posjetitelja Zagreba, anketa gospodarstva, intervjui s dionicima te opsežno prikupljanje informacija od gradskih ureda i nadležnih institucija. Njegovo finaliziranje i usvajanje na Gradskoj skupštini Grada Zagreba se očekuje u najkraćem roku.

Kroz suradnju s obrazovnim institucijama iz Hrvatske, regije i svijeta, nastavljena je dobra praksa širenja znanja kroz utjecaj na nove generacije djelatnika u turizmu. Tijekom 2025. godine TZGZ organizirala je niz edukativnih predavanja i stručnih posjeta za studente i učenike iz Hrvatske i inozemstva. Sudionicima su predstavljeni djelovanje TZGZ-a, koncept upravljanja destinacijom (DMO), rad turističkih informativnih centara te suradnja s privatnim sektorom.

U okviru tih aktivnosti održana su predavanja za međunarodne i domaće studentske grupe, uključujući studente iz Hong Konga, Sveučilišta u Mariboru, Sveučilišta VERN te Sveučilišta Jurja Dobrile iz Pule. Također su organizirani posjeti učenika srednjih škola iz Zagreba i Zaprešića, kojima je predstavljen rad info centara i njihova uloga u turizmu grada. U prosincu 2025. godine TZGZ je ugostila i djelatnike Zavoda za turizam i kulturu iz Kranja, s ciljem razmjene primjera dobre prakse u području upravljanja kulturnim sadržajima, organizacije događanja i rada s posjetiteljima, tijekom trajanja manifestacije Advent Zagreb.

#### 4. Produživanje boravka gostiju u destinaciji na 2,3 noći u 2028. godini

TZGZ se, kao DMO, u organizaciji svojih događanja vodi razvijanjem bogate i raznolike ponude za mogućnost što duljeg boravka posjetitelja u Zagrebu.

S tim u vezi, na domaćem i na stranim emitivnim tržištima provodile su se sustavne kampanje za turističke proizvode TZGZ-a (Festival svjetla Zagreb, Medvednica, Delicious Zagreb, Zagreb Classic, Advent Zagreb) s ciljem povećanja međunarodne vidljivosti i atraktivnosti destinacije među potencijalnim posjetiteljima, poticanja njihove odluke o putovanju i duljem boravku te dodatnog jačanja prepoznatljivosti i vrijednosti brenda destinacije. Ujedno, provedeno je i predstavljanje Zagreba na Festivalu svjetla u Berlinu zbog dugogodišnje uspješne suradnje ovih dvaju gradova.

Cjelokupna promocija i komunikacija je obuhvaćala Zagreb kao cjelogodišnju city-break destinaciju s mogućnošću produljenja boravka za tržišta zainteresirana za kulturni, gastro, zdravstveni, aktivni, rekreativni, sportski, obiteljski turizam, kao i predstavljanje Zagreba kao vibrantne urbane destinacije kroz kampanje vezane uz kapitalna i ostala događanja.

#### 5. Realizacija 2,8 milijuna noćenja do 2028. godine

TZGZ je nastavila s provedbom online kampanje usmjerene na tržišta Sjeverne Amerike i Velike Britanije na globalnoj platformi Expedia, gdje je tijekom tri mjeseca promovirala bogatu tradiciju, kulturu i povijest Zagreba. Kao jedna od vodećih svjetskih platformi za rezervaciju putovanja, Expedia nudi širok raspon usluga – od rezervacija hotela i letova do najma automobila te aktivnosti i izleta na destinacijama diljem svijeta. Zahvaljujući snažnoj bazi korisnika i razvijenim partnerstvima s hotelima, zračnim prijevoznicima i drugim pružateljima turističkih usluga, Expedia je često prvi izbor američkih putnika koji traže brze, jednostavne i cjenovno konkurentne ponude za svoje putovanje.

Na emitivnim tržištima naglasak je bio i na promociji Zagreba kao održive i zelene destinacije, u skladu s Europskim zelenim planom (Green Deal, 2019). Također, kroz specijalizirane stranice posvećene sportu, grad je kontinuirano promoviran kao cjelogodišnja destinacija za vrhunski, profesionalni, ali i rekreativni sport te aktivni turizam.

S obzirom na rastući broj putnika s kućnim ljubimcima, prema podacima International Pet and Animal Transportation Association, TZGZ je 2025. godine nastavila promovirati Zagreb kao destinaciju prihvatljivu za kućne ljubimce na domaćim i stranim tržištima.

Također, nastavljena je i uspješna suradnja s Michelinovim vodičem, a posebnu pažnju privukla je organizacija treće ekskluzivne Michelin Guide Destination Masterclass

radionice za zagrebačke chefove u restoranu ManO2. Ova radionica, koju je održao austrijski chef Alain Weissgerber, vlasnik 2 Michelinove zvjezdice, bila je prilika za zagrebačke chefove da unaprijede svoje vještine i nauče inovacije u gastronomiji, s naglaskom na kvalitetu sastojaka i održivost. Suradnja s Michelin vodičem nastavljena je i u prosincu organizacijom studijskog posjeta pet influencera s ključnih emitivnih tržišta – iz Italije (dva predstavnika), Ujedinjenog Kraljevstva, Njemačke i Francuske. Tijekom četverodnevno boravka imali su priliku doživjeti gastronomsku scenu Zagreba, ali i jedinstveni ugođaj adventskog razdoblja. Posebna vrijednost ove aktivnosti jest činjenica da je ovo prvi influencer trip realiziran upravo u adventsko vrijeme, čime je dodatno naglašena sinergija vrhunske gastronomije i blagdanske atmosfere grada.

6. Održavanje NPS (Net Promoter Score) vrijednosti na 40 ili više. NPS-om se sagledava vjerojatnost posjetitelja Zagreba da će preporučiti nekome Zagreb kao destinaciju.

Tijekom cijele godine provodilo se koordinirano i sustavno oglašavanje Zagreba kao turističke destinacije kroz različite kanale. Uz promociju u tiskanim medijima, aktivnosti su obuhvaćale online kampanje, oglašavanje na društvenim mrežama i digitalnim platformama, PR aktivnosti, suradnje s influencerima i medijima, kao i sudjelovanje na turističkim sajmovima, radionicama i prezentacijama. Ovakvim pristupom osigurana je kontinuirana prepoznatljivost Zagreba na domaćem i ključnim emitivnim tržištima, potvrđujući grad kao poželjnu, sigurnu i gostoljubivu destinaciju. Poseban naglasak stavljen je na autentična iskustva i vizualno privlačan sadržaj, čime se dodatno potaknula vidljivost grada na ključnim emitivnim tržištima te povećao interes posjetitelja za dolazak u Zagreb.

U 2025. godini očuvana je vidljivost Zagreba na većini tradicionalnih emitivnih tržišta. S obzirom na daljnji oporavak dalekih tržišta (long-haul market), TZGZ je u veljači, u organizaciji tvrtke MIKI Travel zajedno s TZ grada Dubrovnika, TZ Istarske županije, Visit Ljubljana, MAISTRA hotelima, Hotelom Intercontinental Ljubljana, Sava hotelima te agencijama INTours i Fortuna Tours sudjelovala na Balkans MICE Roadshow-u u Manilli, Bangkoku i Jakarti. Tijekom ovog događaja organizirane su prezentacije i networking s agentima. Isto tako, TZGZ je u rujnu, organizirala predstavljanje turističke ponude Zagreba na posebnoj prezentaciji u Šangaju koja je održana povodom 45. obljetnice prijateljstva Zagreba i Šangaja, a u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Muzejem iluzija. Tijekom ovog događaja u Povijesnom muzeju Šangaja, uz predstavljanje eksponata Muzeja iluzija organizirano je druženje s predstavnicima medija i agentima, čime se dodatno ojačala prisutnost Zagreba na azijskom tržištu.

Intenziviran je i rad s domaćim turističkim agencijama kako bi se dodatno poticao organizirani dolazak u Zagreb. Suradnja se očitovala u zajedničkoj prisutnosti na samostalnim sajmovima TZGZ-a kao i pružanju potpore prilikom nastupa na sajmovima, kongresnim burzama i radionicama u organizaciji Hrvatske turističke zajednice (HTZ) i drugih organizatora. Pružena podrška uključivala je sufinanciranje dijela troškova izlaganja na turističkim sajmovima, radionicama i kongresnim burzama. Isto tako, poticana je suradnja s partnerskim stranim organizacijama kroz dovođenje stranih agenata prodaje.

Nastavljene su uspješne kampanje s avioprijevoznicima, kako ciljane tako i destinacijske. Ujedno je i u 2025. godini intenzivnije nastavljeno s udruženim oglašavanjem kao podrška marketinškim kampanjama dionika u turističkom sektoru.

Kao rezultat intenzivne suradnje s američkom turističkom industrijom, Zagreb je početkom 2022. godine postao Virtuoso preferred partner, a suradnja s Virtuosom nastavila se i u 2025. godini. Virtuoso je vodeća svjetska grupacija za iskustvena i luksuzna putovanja, a Zagreb je svoj status koristio kroz promotivne kampanje i aktivnosti usmjerene na američko tržište. U okviru tih aktivnosti, TZGZ organizirala je u lipnju 2025. godine Virtuoso Study Tour, kojem je prisustvovalo deset predstavnika turističkih agencija iz SAD-a, članova prestižne grupacije Virtuoso. Cilj studijskog putovanja bio je detaljnije upoznavanje s vrhunskom turističkom ponudom Zagreba i okolice, s posebnim naglaskom na autentična iskustva, kulturnu baštinu, gastronomiju i održivi turizam. Ovo partnerstvo već daje konkretne rezultate kroz pojačan interes putnika s američkog tržišta, koje i u 2025. bilježi vodeće turističke brojke, te dodatno jača međunarodno pozicioniranje Zagreba kao autentične i kvalitetne destinacije.

Na američkom tržištu nastavljena je suradnja s USTOA-om (Udruženjem turističkih operatera Sjedinjenih Država), vodećom udrugom koja okuplja članove među najvećim i najpoznatijim turističkim tvrtkama u zemlji. U okviru te suradnje, USTOA je predstavila Global Kitchen Cookbook – digitalnu kuharicu koja donosi autentične recepte iz različitih zemalja, uključujući lokalne specijalitete. Kuharica je namijenjena povezivanju hrane i putovanja, promovira destinacije kroz gastronomiju te pruža putnicima i turističkim profesionalcima inspiraciju i uvid u lokalne kulinarske tradicije. Također, realizirana je i objava na blogu USTOA-e na temu neobičnih kolekcija i zbirki u Zagrebu.

Uspješna kampanja Zagreba kao kulturne i održive destinacije na tržištu SAD-a nastavljena je i u suradnji sa Smithsonian.com kroz advertorijale i bannere. Prisustvo Zagreba na Smithsonian.com strateški je važno jer omogućuje doseganje ugledne američke publike, jačanje prepoznatljivosti grada kao kulturne i autentične destinacije te poticanje dolazaka s američkog tržišta.

U odnosu na cjelokupno poslovanje TZGZ-a i Turističkog ureda, provedene su sve planirane aktivnosti kao što se i odgovalalo na potrebe aktualnih zahtjeva prilagodbe novim situacijama. Tijekom 2025. godine, a temeljem usvajanja novih pravila za upravljanja arhivskim i dokumentarnim gradivom, pristupilo se i reviziji velike arhive TZGZ-a, a kako bismo, uz zadovoljenje pozitivnih propisa, doprinijeli uređenju poslovanja TZGZ-a.

U svome radu TZGZ je i tijekom 2024. godine primijenila način postupanja u odnosu na potpore koje imaju status *de minimis* potpora i s istim postupkom je nastavljeno u 2025. godini uz nadogradnju primjene sustava praćenja i izvještavanja pri Ministarstvu financija RH.

Sudjelovanjem na međunarodnim stručnim natjecanjima, osobito festivalima turističkog filma, nastoji se upoznati stručnu javnost i publiku s turističkim potencijalima Zagreba. Na filmskim festivalima i međunarodnim natjecanjima, TZGZ je u 2025. godini osvojila:

1. TZGZ – nagrada Meetings Star Award za najbolju kongresnu destinaciju u kategoriji L gradova (do 2.000 sudionika), Ljubljana, Slovenija, 2025.
2. Film „Zagreb All-Inclusive“ – nagrada Golden Star u kategoriji City International na Međunarodnom festivalu turističkog filma Das Goldene Stadttor, u sklopu sajma ITB, Berlin, Njemačka, 2025.

3. Film „Zagreb All-Inclusive“ – Silver Award u kategoriji Cities na Japan World's Tourism Film Festivalu, Japan, 2025.
4. TZGZ – 1. mjesto u kategoriji Best Branding & Rebranding: Branding – Museums, maybe, Dani komunikacija, Hrvatska, 2025.
5. Film „Zagreb All-Inclusive“ – Blue Danube Award, 3. mjesto u kategoriji Tourism Destination City, SILKFEST, Srbija, 2025.
6. Film „Zagreb All-Inclusive“ – nagrada publike za najbolji hrvatski turistički film, TEF Festival, Hrvatska, 2025.
7. Film „Zagreb All-Inclusive“ – 2. nagrada za najbolji hrvatski turistički film, TEF Festival, Hrvatska, 2025.
8. Film „Zagreb All-Inclusive“ – 1. mjesto u kategoriji Tourist Destination – City, Zagreb Tourfilm Festival, Hrvatska, 2025.
9. TZGZ – „Ispod neba. Iznad grada. Medvednica.“ – promotivna kampanja godine, Dani hrvatskog turizma, Dubrovnik, 2025.
10. Film „Zagreb All-Inclusive“ – 5. najbolji turistički film na svijetu u kategoriji City Promotion, 37. Svjetske turističke nagrade CIFFT, Portugal, 2025.

Kao što je i Program rada za 2025. godinu pripremljen, tako i ovo izvješće prati metodologiju za izradu Programa rada i izvješća o izvršenju Programa rada koja je zaprimljena od Ministarstva turizma i sporta RH.

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 usvojenim općim aktima. Redovno su se donosila sva propisana izvješća te su se članovi svih tijela redovno obavještavali o svim aktivnostima i rezultatima TZGZ-a. Turistički ured je djelovalo sukladno svim propisanim uvjetima te je podnosio sva potrebna izvješća nadležnim institucijama.

## STRUKTURA AKTIVNOSTI

### 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

#### 1.1. Istraživanje i analiza tržišta

Tijekom 2025. godine provedene su ključne aktivnosti u području istraživanja i analize tržišta. U suradnji s Institutom za turizam i agencijom Ipsos dovršeno je istraživanje „Procjena ukupne potrošnje generirane manifestacijom Advent Zagreb u sezoni 2024./2025“. Intenzivno se radilo i na Planu upravljanja destinacijom, koji predstavlja temelj za daljnje strateško upravljanje razvojem turizma grada. Sami dokument je na sveobuhvatan način i po metodologiji MINTS RH u potpunosti usklađen sa svim smjernicama te pripremljen za usvajanje na Skupštini Grada Zagreba. Istraživanje "Studija ekonomskog učinka turizma na gospodarstvo grada Zagreba" u cijelosti je prebačeno za realizaciju u 2026. godini.

**Realizacija:**

**175.031**

### 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

#### 2.1. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda – Zdravstveni turizam

U 2025. godini nastavljene su aktivnosti usmjerene na implementaciju i promociju zdravstvenog turizma u Zagrebu, sudjelovanjem na radionici World Health Tourism Congress u Marbelli, uz sudjelovanje agenata iz cijelog svijeta, ponajviše iz zapadne Europe i Bliskog istoka. Nastavljena je suradnja s platformom ZagrebMed, facilitatorom zdravstvenog turizma, koja je ostvarila dobre rezultate te proširila suradnju s drugim poliklinikama i ugovorila pogodnosti za svoje klijente s osiguravajućim društvima. Tvrtki Rex Rea isplaćena je jedna *de minimis* potpora u iznosu od 20.000,00 eura radi promocije i nastavka aktivnosti usmjerenih na razvoj ponude zdravstvenog turizma. TZGZ promovirala je zdravstveni turizam grada u talijanskom časopisu Destinazione Benessere. Sredstva na stavci nisu u potpunosti iskorištena jer je realizacija inspekcijskog novinarskog posjeta prebačena na 2026. godinu.

**Realizacija:**

**24.817**

**Nositelji: TZGZ**

#### 2.2. Podrška razvoju turističkih događanja

##### 2.2.1. Potpore događanjima

Većina projekata i manifestacija predviđenih Programom rada su realizirane. Suradnja je ostvarena s organizatorima onih projekata i manifestacija koje utječu na povećanje dolazaka i noćenja u destinaciji, obogaćivanje ponude za posjetitelje te onih koje potiču promociju, odnosno razvijaju pozitivan imidž destinacije. Suradnja je realizirana i kroz posebne projekte i razglede grada te manifestacije na temu sporta, kulture, festivala, kao i kroz božićna, filmska, eno i gastro događanja.

Potpore posebnim projektima pružaju se onim 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 razgledi grada: Glazbene šetnje Zagrebom, Secret Zagreb, Biciklističke i pješačke ture Zagrebom, Galerija Šenoa u pokretu, riječi i slici i/ili o Zagrebu kroz 176 godina obitelji Šenoa, MSU tematske ture, Jane's Walk Zagreb te Segway City Tour Zagreb.

Podržani su i tematski projekti poput već tradicionalnog Design Week-a Zagreb, MUZZA tjedan znanosti, koji su kao i prethodna izdanja, izuzetno dobro prihvaćeni od strane posjetitelja. Projektima poput Zagrebačkog vergla, Čvenka kod Uspinjače iz Glazbene kontrole Zagrebačkog orkestra ZET-a te Rooftop sessionsa with Sara Renar promovirana je glazbena kultura građanima i posjetiteljima Zagreba, a potporom projektima poput Booksa u parku promovirana je i književna kultura te književni izričaj. Od podržanih manifestacija ističe se Cupi's Spoon, prvi inkluzivni sajam turizma, koji promovira inkluzivnost stvarajući pristupačan prostor za izražavanje i prikazivanje sposobnosti osoba s invaliditetom. Potpora za projekt Ljetno kino arhitekture na Dolcu nije realizirana zbog razloga na strani organizatora.

Kroz različite eno i gastro manifestacije, Zagreb približava bogatu gastronomiju i vinsku kulturu kao važan segment turističke i kulturne ponude svojim građanima i posjetiteljima. U tu svrhu podržane su manifestacije Le Grič i Mali piknik na Gornjem gradu te PLACe market Hrvatska, festival koji je polučio izniman uspjeh, a kojem je cilj oživljavanje tržnica Zagreba, konkretno tržnice Dolac, u poslijepodnevnim satima. Također, podržani su projekti koji promoviraju eno scenu - Vinske ture i Zagreb Underground u Tunelu Grič.

Sportska događanja uvijek predstavljaju značajan udio u generiranju dolazaka i noćenja, a u većoj mjeri i promocije jer, osim samih sudionika natjecanja te pratnje stručnog stožera i obitelji, velika natjecanja prate i navijači te u konačnici značajno utječu na turističku potrošnju. TZGZ je podržala:

Zagrebački maraton, Prvenstvo Europe za seniore u hrvanju, IJF Judo Grand Prix Zagreb, Super United Croatian Grand Chess Tour 2025., Zlatnu piruetu, Downhill Sljeme 2025. Podržana su plesna natjecanja Zagreb Dance Grand Prix i International Dance Open – plesno natjecanje za djecu i mladež te natjecanje za osobe s invaliditetom: SMA Croatian Run, Sirius Open - međunarodni teniski turnir za osobe u invalidskim kolicima.

Dio potpora je kao i prethodnih godina dodijeljen projektima i manifestacijama na preporuku i u suradnji s relevantnim gradskim uredima, uz naglasak da su ta događanja imala značajan utjecaj na turizam grada Zagreba. Sve preporuke gradskih ureda bile su posebno razmatrane od strane Turističkog vijeća, koje je potom donijelo konačnu odluku o odobravanju potpore za pojedinu manifestaciju.

TZGZ je kroz razne oblike oglašavanja učinkovito promovirala turističku ponudu Zagreba, surađujući s međunarodno poznatim sportskim klubovima i udruženjima. Promotivni materijali bili su vidljivi na sportskim terenima (LED displayi, banneri, semafori) te u tiskanim brošurama. Zagreb je bio istaknut na press zidovima tijekom domaćih i međunarodnih konferencija, kao i na društvenim mrežama, web stranicama i opremi klubova.

Advent Zagreb, kao najznačajniji turistički proizvod Zagreba, generira brojne dolaskе domaćih i stranih posjetitelja, stoga se posebna pažnja posvećuje kako uređenju i atraktivnim sadržajima, tako i brojnim kulturnim programima. Uz već prepoznatljivе adventske gradske lokacije smještene na javnim površinama, koje su realizirane kroz gradske natječaje i uz potporu TZGZ-a, realizirane su i dekorativne lokacije: Prvi snijeg - instalacija Saše Šekoranje u NMMU (Oktogon), instalacija Nenada Sovilja, Geometrija tišine u lapidariju Arheološkog muzeja, Zvona zvone u Tunelu Grič, Veliki veliki Božić na Svačićevom trgu, Čudesni Božić na Cvjetnom trgu, Mjesečev vrt na novouređenom Strossmayerovom šetalištu, Zimski noćturno u parku Grič te prigodno uređenje Trga bana Josipa Jelačića, Trga Republike Hrvatske, pješačke zone Masarykova. S obzirom na značajan uspjeh redovnog izdanja projekta Open House Zagreb, na poticaj TZGZ-a realizirano je i njegovo prvo adventsko izdanje. Kao i proteklih godina, poseban naglasak stavljen je na kulturnu ponudu tijekom Adventa. U fokusu su dodatni kulturni sadržaji koji obuhvaćaju klasičnu glazbu, prigodne izložbe, božićne koncerte i programe na otvorenom, čime se obogaćuje kulturna ponuda i stvara jedinstvena blagdanska atmosfera. Ove godine održano je 14 glazbenih projekata među kojima su se istaknuli već tradicionalni i prepoznatljiviji projekti poput Adventa pod lanternom, Festivala adventskih i božićnih pjesama, S božićnih balkona Zagrebu te projekti novijeg datuma poput Flash moba u tramvaju te Glazbene kontrole koji su i ove godine bili izvrsno prihvaćeni. Posebno atraktivna bila je manifestacija ZagrebAl, koja je pretvorila Atrij Galerije Klovićevi dvori u raskošnu plesnu dvoranu pod otvorenim nebom. Osobita pažnja posvećuje se raznovrsnoj ponudi događanja za djecu pa su tako u 2025. godini podržane originalne izložbe i prigodne radionice u privatnim i gradskim muzejima, Žive božićne jaslice, Advent u Maloj sceni te kazalište na otvorenom, Teatrino Klinolino. Suradnja je ostvarena i sa zagrebačkim hotelima gdje je cilj bio podržati obogaćivanje adventskog ukrašavanja i gastronomske ponude tijekom navedenog perioda. Potpora je realizirana sa Zagreb City hotelima i Milenij hotelima - Capital, dok je hotel Jägerhorn odustao od prihvaćanja financijske potpore zbog nemogućnosti realizacije željenog adventskog programa. Na inicijativu Grada Zagreba, TZGZ je ponovno sudjelovala kao suorganizator Dočeka Nove godine, manifestacije koja ima za cilj pružiti građanima, posjetiteljima i turistima kulturno raznolik i bogat umjetnički program povodom dočeka Nove godine.

Kulturna ponuda Zagreba obuhvaća širok spektar manifestacija, festivala, performansa na otvorenom te programa unutar kulturnih ustanova, koji svojim sadržajem privlače brojne građane i turiste tijekom cijele godine. Zbog toga je Zagreb prepoznat kao destinacija bogata kulturnim sadržajima. Kulturni turizam predstavlja važan segment ponude grada, pa TZGZ naglašava razvoj atraktivnih kulturnih proizvoda koji dodatno jačaju imidž Zagreba kao kulturno-turističke destinacije. Bogata kulturna baština u Zagrebu njeguje se uz poštivanje lokalne tradicije, ali i suvremenim pristupom interpretaciji, što uključuje razne manifestacije, glazbene i filmske festivale, kulturne priredbe, tradicionalne događaje, inovativne muzeje i slične koncepte. S tim u vezi, podržana su već tradicionalna događanja od posebnog kulturnog i turističkog značaja kao što su Međunarodna smotra folklor, Ljetne večeri scene Amadeo, Ljetne noći Teatra Exit, Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista, Ljeto u MSU, Svečanosti Pasijske baštine. Ponovno je podržan i poznati projekt umjetničkih intervencija Okolo. Među ovogodišnjim izložbenim programima istaknula se izložba Nenada Sovilja (2 + 2) x 5 u Etnografskom muzeju u Zagrebu, kao i izložbeni projekti Arheološkog muzeja – Histerija zaborava, prve žene zagrebačkih muzeja te Arheologija i popularna kultura, koji su otvorili važne teme reinterpretacije baštine i uloge muzeja u suvremenom društvu. U Galeriji Klovićevi dvori prvotno je bio planiran nastavak ciklusa *Bukovac u Europi* izložbom Bukovac u Pragu, no sredstva su prenamijenjena za veliki izložbeni projekt U početku bijaše kraljevstvo – izložba u povodu 1100 godina hrvatskoga kraljevstva, dok je izložba o Bukovcu najavljena za 2026. godinu. Uz brojne glazbene projekte, podržani su i istaknuti festivali

– Zagrebačko glazbeno proljeće s temom Šulek i suvremenici, održano u svibnju u Koncertnoj dvorani Vatroslava Lisinskog i posvećeno opusu Stjepana Šuleka te Muzički biennale Zagreb u organizaciji Hrvatskog društva skladatelja, kao središnja platforma suvremene i eksperimentalne glazbe. Hrvatski umjetnik Marko Tadić predstavljen je izvan granica Hrvatske, u Beču, u sklopu projekta Hrvatski umjetnici povezuju Zagreb i Beč.

Zagreb je prepoznat kao destinacija brojnih festivala koji značajno oblikuju život i imidž grada, pritom potičući dolaske i noćenja, zbog čega se posebna pažnja posvećuje suradnji sa festivalskim organizatorima. Kroz festivale različitih tema obraćaju se raznim skupinama posjetitelja pa je tijekom godine pružena potpora za realizaciju glazbenih festivala različitih žanrova, zatim onih posvećenih stripu, fotografiji, poeziji, lokalnoj zajednici, cirkuskim izvedbama i uličnoj umjetnosti, inkluzivnosti, književnosti, kazalištu, održivosti te suvremenim umjetničkim praksama. U potporama su najzastupljeniji, sukladno značaju, Zagreb jazz festival, Cest is d best, Greencajt, Zagrebački operni festival, Festival iluzija, Ljeto u Štrosu, Festival svjetske književnosti i drugi. Među filmskim festivalima podržani su: ZagrebDox, Zagreb Film Festival, Fantastic Film Festival, Animirani Zagreb te DA2 - Zagreb Design, Art & Architecture Film Festival, a u sklopu projekta "Zagreb, filmski grad" ostvarena je i uspješna suradnja s Motovun Film Festivalom. U suradnji s ustanovama i institucijama pružena je potpora raznim muzejima, institucijama, ansamblima te koncertnim dvoranama kao važnim nositeljima kulturne ponude grada Zagreba. Godišnje potpore za programe rada, ali i značajne izložbe ostvarili su: Muzej grada Zagreba (Žive slike, obilježavanje Dana grada Zagreba), Muzej suvremene umjetnosti (izložba Andreje Kulunčić: Činiti svijet boljim mjestom te instalacija Tima Herbsta), Hrvatski prirodoslovni muzej (izložba Lubanja C), Etnografski muzej (izložba Z/Zemlja), Umjetnički paviljon u Zagrebu (cjelogodišnji program i umjetnička instalacija Davora Sanvincentija: Nostalgija za svjetlom), Hrvatsko društvo likovnih umjetnika (izložba u Tunelu Grič: Martina Miholić - Dream waves, hyper drift). U ovoj godini ostvarena je i značajna suradnja s Hrvatskim narodnim kazalištem (predstava Cabaret u novootvorenom prostoru kazališta), obilježeno je 100 godina Hotela Esplanade nastupom GK Komedija te je potpora ostvarila i 90. Zlatna igla u organizaciji udruženja obrtnika grada Zagreba. Uz značajne izložbe sudjelovali su i Kuća Lauba i Kolekcionart s godišnjim programom, Muzej čokolade Zagreb, Muzej novog vala i Muzej smijeha s dodatnim zabavno - kulturnim sadržajima. Potporu su ostvarili i Koncertna dvorana Tvornica kulture s cjelogodišnjim glazbenim programom te VR Kino Kek. Također, podržana je i Javna ustanova Park prirode Medvednica s programom za posjetitelje (Međunarodna noć šišmiša i Srednjovjekovni dani na Medvednici). Prilog 2

**Realizacija:**

**2.167.094**

**Nositelji: TZGZ Prilog 2**

## **2.2.2. Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti**

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 2025. godini evidentirano je 779 poslovnih skupova od kojih 4,1% hibridnih. Ukupan broj evidentiranih sudionika je 95.028 od kojih je manje od 1% sudjelovalo online. U odnosu na prethodnu godinu bilježimo dodatno smanjenje online sudionika za više od 2%. Prilog 12

U skladu s planiranim aktivnostima za 2025. godinu, pružena je pomoć organizatorima i dana je financijska potpora za organizaciju 41 poslovni skup i projekte MEETEX i m&i Express. Za 22 skupa je dana potpora u vidu razgleda grada ili folklornog nastupa, a za veći broj skupova osigurani su promotivni materijali i suvenir.

Od skupova međunarodnih asocijacija posebno se ističu 56th Annual Congress of the Central Europe Diabetes Association – CEDA 2025, 4th International Congress on Roman Bioarchaeology i 16th Congress of the European Skull Base Society na kojem je sudjelovalo oko 350 sudionika. U organizaciji KVZ Jehovini svjedoci održan je međunarodni kongres s oko 13.000 sudionika.

Središnje događanje hrvatske kongresne industrije - burza MEETEX, organizirano je u hotelu Westin, a za dio kupaca posebno zainteresiranih za Zagreb organiziran je studijski boravak.

Osim Meetex-a, krajem kolovoza je održana i velika poslovna radionica m&i Express u hotelu Zonar.

U 2025. godini, osim dobivenih 6 kandidatura za razdoblje 2025. – 2027., vodi se kandidatura za Europske dane znanstvene fantastike u 2028. godini. 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:**

**184.866**

**Nositelji: TZGZ Prilog 3**

### 2.2.3. Marketinški projekti, potpore i poslovne suradnje

Kao i ranijih godina, TZGZ je i u 2025. godini dodijelila financijska sredstva za poticanje razvoja novih projekata od turističkog značaja, s ciljem unapređenja turističke ponude grada Zagreba. Potpore su provedene kroz različite projekte u suradnji s partnerima.

Tako je TZGZ podržala projekt Zagreb 4 You, magazin koji je izašao osam puta tijekom godine, a u kojem su promovirana različita događanja u Zagrebu, kao i znamenitosti i atrakcije grada. Ekstenzija ovog magazina koji obrađuje kulturnu ponudu grada Zagreba pod nazivom ZAG Art realizirana je kroz četiri broja.

Međunarodni sajam turizma Place2Go održao se po 12. put uz potporu TZGZ-a. Cilj sajma je predstavljanje hrvatske i svjetske turističke ponude kao i ponude grada Zagreba kao cjelogodišnje destinacije.

Magazin Enjoy realiziran je kroz dva broja, a u suradnji s tvrtkom Sintagma media. Časopis je distribuiran po zagrebačkim hotelima, restoranima, poliklinikama, veleposlanstvima, sajmovima u inozemstvu te partnerima i gostima Zagreba.

U sklopu potpore projektima podržana je i realizacija manjih projekata i događanja poput: izrade vodiča „Zagreb Gay Guide“ kao jedinstvenog vodiča namijenjenog LGBTIQ+ posjetiteljima Zagreba, Summer Party by Cover Style, jednodnevnog događanja „HGK Stories“, podržana je i promocija Zagreba kao poželjne filmske destinacije za snimanje kroz Ustanovu Zagreb Film koja je promociju vršila na britanskom, talijanskom i francuskom tržištu. Dodijeljena je potpora Parku prirode Medvednica za promociju turističke ponude Parka kroz dotisak promotivnih brošura.

Isto tako, podržano je Društvo turističkih vodiča Zagreba i srednjohrvatske makroregije s ciljem provođenja tematskih turističkih vođenja, prezentacija i stručnih predavanja.

U domeni gastronomije, podržani su projekt Copy Taste, a cilj projekta je bilo podizanje lokalne i regionalne barske scene te promocija naših barova u svijetu. Također, podržan je i projekt Svjetski chefovi promoviraju Zagreb, s naglaskom na posebnosti koje ga čine jedinstvenim u središnjoj i jugoistočnoj Europi.

Projekt Talent & Passion: Noć u Muzeju suvremene umjetnosti – Nove tendencije stare zagrebačke kuhinje za cilj je imao pozicionirati Zagreb kao relevantnu europsku gastronomsku i kulturnu destinaciju kroz jedinstveni spoj umjetnosti i gastronomije.

Podržano je i Hrvatsko dizajnersko društvo te njihova Izložba hrvatskog dizajna 23/24, namijenjena širokoj javnosti kako bi joj se približila važnost dizajna i vizualne kulture.

Tijekom godine, podržano je i nekoliko izdanja knjiga - Židovska općina Zagreb s izdanjem monografije „Židovi i arhitektura modernog Zagreba“, Muzej suvremene umjetnosti s izdanim monografijama „Zagreb and Mayor Većeslav Holjevac“ te monografija „Ivan Kožarić“ i knjiga „Neshvaćeni Tesla“.

Podržan je Hrvatski sportski savez gluhih kako bi se podigla svijest o inkluzivnom sportu i kulturi gluhih osoba kroz promociju Zagreba kao turističke i sportske destinacije u Tokyju .

Također, podržane su i filmske produkcije, kratkometražni igrani film Glad i Japanski filmski festival u Zagrebu.

Podržana je i prezentacija Zagreba i Hrvatske u Indiji kroz sudjelovanje umjetnika u organizaciji Europskog instituta za ljudske vrijednosti.

Isto tako, dana je potpora za održavanje konferencije TOURISM 365.

U okviru potpore projektu „Basna, Bajka i Burg 2“, interaktivne mobilne aplikacije prilagođene djeci i mladima, koja sadrži širok izbor zvučno oblikovanih književnih, u 2025. godini provedena je adaptacija sadržaja na engleski jezik i hrvatski znakovni jezik. Time je dodatno osnažena pristupačnost književnih i kulturnih sadržaja za širi krug korisnika, čime projekt značajno doprinosi inkluzivnosti i dostupnosti kulturne baštine.

U okviru dodijeljene potpore, tijekom aktivnosti vezanih uz razvoj videoigre „Dark Queen (Crna Kraljica)“ ostvarena je suradnja s marketinškom agencijom iz Velike Britanije, specijaliziranom za promociju videoigara, čime je značajno povećana međunarodna vidljivost projekta. Kao rezultat navedenih aktivnosti zabilježen je rast broja wishlist predbilježbi s 3.000 na 13.000. Igra je predstavljena na domaćim i međunarodnim sajmovima i konferencijama, uključujući Gamescom, te je osvojila nagradu za najbolju igru konferencije Info Game Jobs 2025 u Novskoj, uz međunarodnu nominaciju za najiščekivaniju igru na Monte Games 2025. Tematski i narativno, igra promovira Hrvatsku i grad Zagreb kroz poznata književna djela i stvarne lokalitete.

Projekt "ZAGREBI – ispod površine okusa" sustavno promovira zagrebačku gastronomiju kao ključan dio identiteta grada i doživljava posjetitelja. Kroz potporu je razvijena digitalna infrastruktura projekta, uključujući izradu web stranice kao središnje platforme za objavu sadržaja, kao i kontinuiranu komunikaciju putem društvenih mreža.

„Zagreb Digital Nomad 2025 – 4 Season“ nastavak je ranijih aktivnosti usmjerenih na promociju Zagreba i Hrvatske kao digital nomad friendly destinacije. Projekt je kroz cjelogodišnji program okupio međunarodnu remote work zajednicu, uključujući digitalne nomade, expate i lokalne

sudionike, s ciljem povezivanja, informiranja i integracije u lokalnu zajednicu. Projekt je praćen kontinuiranom promocijom putem društvenih mreža, uz aktivno sudjelovanje same zajednice sudionika, čime se dodatno osnažuje percepcija Zagreba kao cjelogodišnje destinacije pogodna za rad, boravak i život digitalnih nomada.

Isto tako, dodijeljena je potpora Parku prirode Medvednica za projekt Medvedgrad online kojim se promovira turistička ponuda Parka prirode Medvednica na društvenim mrežama i Google pretraživaču. Projekt „Besplatna veterinarska podrška za sve turiste grada Zagreba“ uslijed odustajanja nositelja projekta nije realiziran, a sredstva potpore nisu utrošena. Prilog 4

**Realizacija:**

**309.265**

**Nositelji: TZGZ Prilog 4**

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

Prema odluci Turističkog vijeća TZGZ-a, direktor TZGZ-a 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. Realizirane su dvije *de minimis* potpore: Svijet glumaca produkcija j.d.o.o. u iznosu od 4.000 eura i Udruga polaznika i diplomanata MBA Studija Croatia u iznosu od 2.000 eura.

**Realizacija:**

**24.000**

**Nositelji: TZGZ**

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

Projekti TZGZ-a obuhvaćaju niz inicijativa i manifestacija koje se tijekom godina nadograđuju, nadopunjuju novim sadržajima ili mijenjaju kako bi pratili suvremene trendove, a ponekad se osmišljavaju i potpuno novi projekti. Manifestacije i projekte TZGZ realizira samostalno ili u suradnji s partnerima – stručnim organizacijama, društvima i udrugama. Kao najznačajniji projekti ističu se Festival svjetla Zagreb i Zagreb Classic.

Sedmo izdanje Festivala svjetla Zagreb uspješno je realizirano u ožujku, na ukupno 22 lokacije. Na lokacijama Donjeg i Gornjeg grada posjetitelji su mogli uživati u ukupno 25 svjetlosnih instalacija tijekom pet festivalskih dana. Realizirane su međunarodne suradnje s umjetnicima iz Nizozemske, Italije, Francuske, Velike Britanije, Njemačke, Slovačke, Češke i Kanade što pokazuje da Festival svjetla Zagreb postaje autentični međunarodni projekt i događanje.

Zagreb Classic, projekt koji je TZGZ i 2025. godine realizirala u suradnji s Gradom Zagrebom, okupio je vrhunske domaće i strane ansamble te glazbenike na Trgu kralja Tomislava, nudeći posjetiteljima raznovrstan i kvalitetan glazbeni doživljaj. Zanimljiv i inovativan projekt Open House Zagreb, kao i prethodnih godina, slavi i predstavlja arhitektonska dostignuća u gradu. Ove je godine realiziran po treći put, po uzoru na brojne europske gradove, te je ponovno privukao velik interes javnosti i dobio pohvale stručne zajednice.

U sklopu Zagrebačkog vremeplova, koji se sastoji od niza projekata čiji je cilj oživjeti neka prošla vremena, realizirani su u razdoblju od travnja do listopada: Gornji grad u prošlosti, Gornjogradske glazbene vedute, Plesnjak na Zrinjevcu, Ljetna folklorna scena i Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije. Tradicionalni projekt Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova, nije realiziran uslijed organizacijskih izazova.

Zagreb Tourfilm Festival održan je od 15. - 18.10. ove godine. Riječ je o jednom od najpriznatijih festivala turističkog filma u svijetu osnovanog s glavnim ciljem nagrađivanja filmova i audiovizualne produkcije koja promovira turizam. Festival ujedno promovira Zagreb, te ga ističe među filmskim radnicima u svijetu. U konkurenciju za jednu od nagrada ušla su 82 filma iz 30 zemalja, a nagrađeno je 28 filmova. Festival je posjetilo oko 155 sudionika od čega 35 stranih.

**Prilog 5**

**Realizacija:**

**2.504.572**

**Nositelji: TZGZ Prilog 5**

#### **2.2.6. Kulturni Turizam**

Provedenim aktivnostima iz područja kulturnog turizma želi se postići bolja vidljivost zagrebačkog i hrvatskog kulturno-umjetničkog stvaralaštva izvan granica Republike Hrvatske. Podržani su Festival hrvatske glazbe u Beču, izložba Genesis Code - Japan Expo umjetnice Martine Miholić te izložba Pjena dana u Beču, u Künstlerhausu, u suradnji sa Zakladom Dagmar Meneghello.

Festival hrvatske glazbe u Beču, Platform for Culture d.o.o. 15.000

Pjena dana, izložba Beč, Künstlerhaus - Zaklada Dagmar Meneghello 50.000

Neplanirano - Genesis Code, Japan Expo - Martina Miholić, HDLU 1.140

**Realizacija:**

**66.140**

**Nositelji: TZGZ**

#### **2.3. Podrška turističkoj industriji**

U 2025. godini, TZGZ je nastavila poticati suradnju s turističkim agencijama, turoperatorima i drugim predstavnicima turističke industrije s ciljem jačanja međusobne kooperacije svih dionika u

turističkom sustavu te zajedničku i aktivnu promociju grada Zagreba na odabranim turističkim tržištima.

U skladu s tim, TZGZ je i u 2025. godini pružila podršku svojim članicama prilikom nastupa na sajmovima, kongresnim burzama i radionicama, kako u organizaciji HTZ-a i drugih organizatora, tako i u vlastitoj organizaciji. Pružena podrška uključivala je sufinanciranje dijela troškova izlaganja na turističkim sajmovima i radionicama u ukupnom iznosu od 23.850 eura. Ove potpore, koje se smatraju *de minimis* potporama, omogućile su članicama TZGZ-a učinkovitiju promociju na međunarodnim tržištima te im pomogle u ostvarivanju novih poslovnih prilika, čime se dodatno povećava prepoznatljivost Zagreba kao atraktivne turističke destinacije.

Zagrebačkim destinacijskim menadžment kompanijama dana je potpora za nastup na turističkim sajmovima i radionicama: sufinanciran je dio iznosa zakupa štanda ili kotizacije agencijama Abacus Tours na sajmu FITUR Madrid (1.000 eura), Permansio d.o.o. na sajmu ILTM Cannes (3.000 eura), Uniline d.o.o. na ITB Berlin (1.500 eura), WTM London (1.500 eura) i ETAF (2.850 eura), Zagreb City Hotels za sajam ILTM Cannes (3.000 eura), ILTM North America (3.000 eura), WTM London (1.500 eura) i ITB Berlin (1.500 eura), agenciji Travemo club za sajam FITUR (1.000 eura) i ITB Berlin (1.500 eura) te Pro-And d.o.o. na sajmu Connections Luxury Kalifornija (2.500 eura). U 2025. godini 7 dodijeljenih potpora nisu ostvarene jer su agencije kojima su dodijeljene potpore odustale od sajmova (Permansio – ILTM L. America, KBLT-Riyad, ILTM N. America; LT Konture – EU Travel Forum, ILTM L. America; PRO AND – ILTM N.America i TTG Rimini).

Također je omogućen besplatan nastup u okviru samostalnih sajamskih nastupa TZGZ-a agenciji Atlantis Travel za sajam New York Travel&Adventure Show, WTM Latin America i ITB Asia, agenciji Uniline d.o.o. za sajam Chicago Travel& Adventure Show, WTM Latin America i ITB Asia, agenciji ToursEurope za sajam B-travel Barcelona, agenciji LT Konture za nastup na sajmovima WTM Latin America i ITB China, agenciji Tumlare Corporation Croatia za nastup na sajmu Tourism Expo Japan, agenciji Limea za sajam ITB China te nacionalnom zračnom prijevozniku Croatia Airlines za nastup na sajmu B-Travel Barcelona.

Za sudjelovanje na kongresnoj burzi IMEX Frankfurt u organizaciji HTZ-a dodijeljena je *de minimis* potpora agencijama Spektar, Top Tours i LT Konture te hotelu Esplanade u iznosu od 2.000 eura. Za sudjelovanje na kongresnoj burzi IMEX America, Las Vegas dodijeljena je *de minimis* potpora u iznosu od 2.550 eura agencijama Ban Tours, LT Konture, Top Tours i ProConventa. Za sudjelovanje na kongresnoj burzi IBTM World, Barcelona u organizaciji HTZ-a dodijeljena je *de minimis* potpora u iznosu od 2.300 eura agencijama Spektar, Top Tours, LT Konture i Penta, te hotelu Esplanade. Za sudjelovanje na radionici The Meeting Space, Istanbul dodijeljena je *de minimis* potpora u iznosu od 2.500 eura hotelu Esplanade. Za sudjelovanje na radionici SEEvent B2B Workshop, Beograd dodijeljena je *de minimis* potpora u iznosu od 600 eura hotelu LePremier. Za sudjelovanje na radionici M&I Transatlantic, Madrid dodijeljena je *de minimis* potpora u iznosu od 2.500 eura hotelu Esplanade. Za kongresne burze i radionice ukupno je isplaćeno 35.300 eura *de minimis* potpora.

Također, pružena je *de minimis* potpora u iznosu od 9.974 eura Hotelu Esplanade Zagreb za članstvo u prestižnoj mreži Virtuoso, vodećoj mreži turističkih agencija specijaliziranih za iskustvena putovanja sa sjedištem u SAD-u čiji je i TZGZ dio kao Virtuoso preferred destination.

Inicijative TZGZ-a su doprinijele stvaranju dodatne vrijednosti putem obogaćivanja već postojeće turističke ponude, stvaranja novih turističkih proizvoda te uspostavljanja sinergije s lokalnom zajednicom kroz provođenje promotivnih aktivnosti i postavljanje zajedničkih ciljeva.

S ciljem očuvanja i daljnjeg jačanja reputacije Zagreba kao jedne od najsigurnijih destinacija, osobito u vrijeme održavanja manifestacije Advent Zagreb, osigurana su sredstva za suradnju s MUP RH, a sve zbog organizacijske koordinacije tijekom razdoblja većeg okupljanja ljudi na javnim površinama.

**Realizacija:**

**117.709**

**Nositelji:** TZGZ i partneri

**UKUPNO RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**

**5.398.463**

### **3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE**

#### **3.1. Definiranje *branding* sustava i brend arhitekture**

U 2025. godini završeno je istraživanje o percepciji logotipa koji TZGZ koristi u svojoj marketinškoj komunikaciji. Istraživanje će se koristiti u izradi branding sustava planiranom za buduće razdoblje, a sukladno smjernicama koje su definirane u izrađenom Strateškom operativnom marketinškom planu TZGZ 2024. – 2028.

**Realizacija:**

**2.013**

#### **3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda**

##### **3.2.1. Kampanje TZGZ**

U 2025. godini TZGZ je nastavila s provedbom ciljanih marketinških aktivnosti na domaćem i inozemnim tržištima, u skladu sa strateškim prioritetima razvoja destinacije. Kampanje su bile usmjerene na ključne projekte i inicijative od posebne važnosti, s naglaskom na jačanje vidljivosti i konkurentnosti Zagreba kao atraktivne destinacije tijekom cijele godine.

Prva marketinška aktivnost u 2025. godini odnosila se na promociju Festivala svjetla Zagreb. Kampanja je provedena na tržištima Italije, Austrije, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Srbije te na domaćem tržištu. Promocija je obuhvatila različite komunikacijske kanale, uključujući vanjsko oglašavanje (billboarde i citylight površine), oglašavanje u javnom prijevozu te radijske i televizijske formate.

Ukupno sredstva utrošena za kampanju iznosila su 71.326 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Novi projekt, za koji je TZGZ provela kampanju, je „Medvednica. Ispod neba. Iznad grada.“ u Hrvatskoj i Sloveniji putem vanjskog oglašavanja, a s ciljem promocije Medvednice kao dostupne i atraktivne destinacije za odmor u prirodi.

Ukupno sredstva utrošena za kampanju iznosila su 35.345 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Tijekom kolovoza paviljon na Zrinjercu pretvoren je u plesnu pozornicu na kojoj su se održavali Plesnjaci na Zrinjercu, čime je dodatno obogaćena kulturno-turistička ponuda Zagreba. Kampanja je obuhvatila oglašavanje na reklamnim stupovima te na nekoliko radijskih postaja na području Hrvatske.

Ukupno sredstva utrošena za kampanju iznosila su 10.777 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Festival Zagreb Classic 2025. predstavio je raznovrstan program – od opere i simfonijske glazbe do jazz – s nastupima Francesca Melija, Juliana Rachlina i Mateja Meštrovića. Promotivna kampanja festivala provedena je u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji i Austriji, putem billboard plakata, reklamnih stupova, digitalnih ekrana, radija i televizije.

Utrošena sredstva za kampanju iznose 80.721 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Za promociju prvog izdanja Zagrebačkog muzejskog vikenda, TZGZ je provela kampanju na domaćem tržištu, s naglaskom na poticanje posjeta zagrebačkim muzejima i galerijama. Kampanja je obuhvatila razne kanale vanjskog oglašavanja, suradnje s HŽPP-om na organizaciji besplatnog prijevoza, a sve kako bi što šira publika saznala za bogat program i atraktivne sadržaje događanja.

Utrošena sredstva za kampanju iznose 25.130 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Zagreb, kao član obitelji festivala svjetla, i ove je godine ostvario značajnu suradnju s berlinskim Festivalom svjetla. Promocija zagrebačkog Festivala svjetla na pročelju Humboldt University u Berlinu dodatno je osnažila međunarodni ugled i povećala prepoznatljivost manifestacije među stranim posjetiteljima.

Utrošena sredstva za kampanju iznose 29.750 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

TZGZ je na domaćem tržištu provela kampanju za izložbu site-specific intervencije Nore Turato „Aaaaaaaaaaaaaa!!!“ na pročelju Meštrovićevog paviljona – njenog dosad najvećeg rada u javnom prostoru u Europi, koji kroz vizualno-auditivnu instalaciju propituje granice jezika i komunikacije te je istaknuo Zagreb kao središte suvremene umjetnosti. Kampanja je provedena na domaćem tržištu.

Utrošena sredstva za kampanju iznose 20.127 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

TZGZ je provela kampanju s ciljem podizanja svijesti turista o sigurnim taksi uslugama, naglašavajući transparentnost i zaštitu kvalitetnog turističkog iskustva. Kreativna OOH kampanja, temeljena na najčešćim pritužbama turista o previsokim cijenama, provedena je u studenom i prosincu na frekventnim lokacijama i prometnicama u Zagrebu.

Utrošena sredstva za kampanju iznose 3.375 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Kao i svake godine, posebna pažnja posvećena je promociji jednog od najvažnijih zagrebačkih događanja – Adventa Zagreb. Kreirana je vizualno atraktivna kampanja, osmišljena da privuče što veći broj posjetitelja, a provedena je putem vanjskog oglašavanja, uključujući billboarde i citylight plakate, kako na domaćem tako i na međunarodnim tržištima. Promocijom su obuhvaćena susjedna tržišta – Slovenija, Austrija, Srbija i Bosna i Hercegovina – uz snažno prisustvo u Hrvatskoj, s ciljem isticanja jedinstvene atmosfere zagrebačkog Adventa i bogatog programa događanja. U prosincu provedena je i kampanja u podzemnoj željeznici u Londonu putem promotivnih panoa na 30 lokacija. Takav pristup doprinio je jačanju pozitivnog imidža Zagreba kao atraktivne zimske destinacije u regiji.

Utrošena sredstva za kampanju iznose 155.855 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Kao dio promotivnih aktivnosti na tržištu Sjeverne Amerike, realizirane su promotivne kampanje u suradnji s vodećim udruženjem turoperatora SAD-a, United States Tour Operators Association (USTOA), te s Virtuosom, vodećom svjetskom grupacijom za iskustvena putovanja.

U suradnji s USTOA-om, TZGZ je ostvarila dodatnu promociju u USTOA digitalnom vodiču za razdoblje 2025./2026. kroz Premium Corporate profil i Enhanced Listing. Također je realizirana kampanja Global Kitchen Digital Cookbook te objava na blogu USTOA-e na temu neobičnih muzeja u Zagrebu.

Utrošena sredstva za kampanju iznose 39.829 eura.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGZ i USTOA.

U 2025. godini, TZGZ je zadržala status Virtuoso Preferred Destination partner, a Zagreb je svoj status koristio kroz promotivnu kampanju So Virtuoso u suradnji s partnerima TravelDesk i North&Warren (AMEX) te promotivne kampanje na Virtuoso kanalima (oglašavanje u tisku: Virtuoso The Magazine te online kroz e-mail marketing, na Virtuoso.com i na društvenim mrežama). U sklopu kampanje u suradnji s Virtuosom je, uz tržište SAD-a, obuhvaćeno i tržište Kanade.

Utrošena sredstva za kampanje iznose 88.805 eura.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZGZ i Virtuoso.

Marketinška suradnja na projektu gostovanja Yuval Noah Hararia u listopadu realizirana je u s ciljem dodatnog pozicioniranja Zagreba kao kulturnog i intelektualnog središta regije. Suradnja je obuhvatila promotivnu podršku i komunikaciju događanja kroz relevantne kanale, čime je osigurana visoka vidljivost projekta.

Ukupno sredstva utrošena za kampanju iznosila su 11.250 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

**Realizacija:**

**572.289**

### 3.2.2.

**Nositelji: TZGZ i partneri**

**Oglašavanje u tisku**

Tijekom 2025. godine, TZGZ je nastavila promotivne aktivnosti u tiskanim medijima, s naglaskom na nove tematske kampanje i širenje prisutnosti na regionalnim tržištima. Poseban komunikacijski iskorak ostvaren je kroz kampanje vezane uz Medvednicu te zagrebačku muzejsku ponudu (MUV Zagreb), čime se dodatno naglasila raznolikost sadržaja dostupnih posjetiteljima tijekom cijele godine. Ove kampanje bile su usmjerene na pozicioniranje Zagreba kao destinacije koja, uz suvremeni i kulturni identitet, nudi i snažnu komponentu prirode, aktivnog odmora i autentične baštine.

Uz redovitu promociju ključnih gradskih manifestacija i projekata, dio oglašavanja u 2025. bio je usmjeren i na tržišta zemalja u okruženju, posebno Slovenije i Austrije, kroz medije poput Delo, Alpin De, Bergwelten, Mladina i slične.

Istodobno, nastavljena je sustavna suradnja s vodećim domaćim dnevnim i tjednim novinama te specijaliziranim časopisima, kroz oglase, sponzorirane priloge i uredničke suradnje. Fokus je bio na promociji cjelogodišnje ponude grada – od velikih kulturnih i zabavnih manifestacija do gastronomskih, outdoor i obiteljskih sadržaja.

Dio planiranih sredstava na stavci nije iskorišten jer je oglašavanje u pojedinim kampanjama tijekom godine svedeno više na klasične oglase i manje advertorijala i plaćenih tekstova. Neke kampanje su prebačene za 2026. godinu, uključujući drugi dio kampanje Medvednica, Delicious Zagreb te oglašavanje u nekim stranim tiskovinama, poput Frankfurter Allgemeine.

**Realizacija:**

**245.041**

### 3.2.3.

**Nositelji: TZGZ**

**Online kampanje**

Tijekom 2025. godine TZGZ je kroz svoje online marketinške kampanje nastavila promovirati Zagreb kao cjelogodišnju destinaciju bogate kreativne i kulturne scene, grad koji živi na otvorenom, s raznolikom i kvalitetnom gastro ponudom, te kao središte kongresnog, aktivnog,

sportskog i zdravstvenog turizma.

Početak godine održan je Festival svjetla Zagreb što je popraćeno kampanjom na domaćem i stranom tržištu putem advertorijala, display oglasa na vodećim portalima, mrežama portala i mobilnim platformama te putem sponzoriranih objava na društvenim mrežama. Promotivna kampanja je provedena na tržištima Hrvatske, Njemačke, Austrije, Italije, UK, Nizozemske, Srbije, BiH i Slovenije. Kampanja usmjerena na povećanje vidljivosti i angažmana korisnika provedena je i na društvenoj mreži X, na tržištima Hrvatske, BiH, Austrije, Mađarske, Crne Gore, Italije, Srbije i Slovenije. Kroz kampanje je komunicirana i suradnja sa mnogim međunarodnim umjetnicima kao i međunarodnom nevladinom organizacijom *World Wide Fund for Nature* – WWF Adria. Na promociju Festivala svjetla je utrošeno 142.750 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

U svrhu promocije Muzičkog biennala Zagreb, provedena je manja online kampanja na portalima i mrežama portala, na tržištima Hrvatske i Slovenije. Na kampanju je utrošeno 11.328 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Sredinom svibnja i početkom lipnja provedena je i opsežnija promocija open-air festivala Zagreb Classic. Uz onu na domaćem tržištu kampanja je pokrenuta i na tržištima Austrije, Italije, Slovenije, Srbije i BiH. Promotivne aktivnosti su sastojale od storytelling formata odnosno advertorijala i display oglasa. Budžet za navedenu kampanju iznosio je 111.832 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Nastavno na prethodno uspješno realizirane kampanje, od rujna do prosinca provedena je kampanja u suradnji s Expediom, jednom od vodećih svjetskih platformi za putovanja. Kampanja je provedena na tržištima SAD-a i Ujedinjenog Kraljevstva, uključujući i promociju putem objava na društvenim mrežama. Na kampanju je utrošeno 80.000 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Tijekom 2025. godine provedene su tri kampanje za američko tržište na portalu Smithsonian Magazine, koje su obuhvatile native članke, bannere, promociju putem newslettera te objave na društvenim mrežama, s ciljem promocije Zagreba kao atraktivne i sadržajne destinacije.

Prva i druga kampanja tematski su bile usmjerene na predstavljanje prirodnih ljepota grada, kao i održivog načina života, čime je Zagreb pozicioniran kao jedna od najzelenijih europskih prijestolnica.

Treća kampanja bila je usmjerena na kulturu te je promovirana suvremena umjetnička scena grada i Zagreb kao relevantno središte suvremene kulture i kreativnog izraza.

Ukupno je ostvareno više od 3.000.000 impresija putem banneri i objava na društvenim mrežama te više od 1.400.000 otvaranja newslettera, čime su značajno premašeni planirani ciljevi kampanja.

Za realizaciju navedenih kampanja utrošeno je 166.750 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ.

S ciljem bolje informiranosti i promocije Medvednice kao dostupne, održive i privlačne prirodne oaze nadomak grada, TZGZ je provela online kampanju, a nastavno na novu web stranicu i aplikaciju koje sadrže sve bitne informacije o zagrebačkoj gori (popis planinarskih staza, domova, mogućnosti smještaja, gastronomsku ponudu i još mnogo toga). Online kampanja provedena je, osim na domaćem tržištu kroz promociju na portalima i njihovim društvenim mrežama, na tržištima na kojima je outdoor turizam fokus poput Njemačke, Italije, Francuske, Nizozemske, Skandinavije te Slovenije.

Kampanja je rezultirala sa više od 28.000 klikova prema službenoj web stranici [medvednica.com](http://medvednica.com).

Kampanje su provedene kroz tri mjeseca, od lipnja do kolovoza, a na njih je utrošeno 87.578 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Kampanja za Advent Zagreb provela se na tržištima Velike Britanije, Austrije, Njemačke, Italije, Francuske i Slovenije. Odvijala se na portalima i mrežama portala, a za potrebe iste kreirani su advertorijali od strane TZGZ-a i domaćih i stranih portala. Provedena je i na društvenoj mreži Facebook na tržištu Austrije, Belgije, Češke Republike, Njemačke, Danske, Francuske, Ujedinjenog Kraljevstva, Irske, Nizozemske, Norveške, Poljske, Švedske, Slovenije i Slovačke. Na društvenoj mreži X kampanja se realizirala putem raznih formata na tržištima Austrije, Hrvatske, Crne Gore, Italije, Slovenije, Mađarske, Njemačke i Srbije. Cilj je navedenih aktivnosti razvoj i promocija Adventa Zagreb kao ključnog događanja u destinaciji u zimskom razdoblju. Za adventsku kampanju utrošeno je ukupno 215.316 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Plesnjak na Zrinjercu, koji svojom posebnom atmosferom i sadržajem dodatno obogaćuje kulturno-turističku ponudu Zagreba, promoviran je na društvenim mrežama i u suradnji s portalima na domaćem tržištu. Na ovu promociju utrošeno je 11.882 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Osim na portalu Smithsonian Magazine, jedinstvena izložba Nore Turato promovirana je i na tržištu Hrvatske te Slovenije u sklopu advertorijala i banneri na portalima i društvenim mrežama. Na navedeno je utrošeno 14.740 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Jedanaest zagrebačkih muzeja i 14 muzejskih i galerijskih prostora te niz otvorenih javnih prostora u rujnu je objedinjeno u zajedničku kampanju pod nazivom „Zagrebački muzejski vikend“, s ciljem da postane prepoznatljiv dio bogate i atraktivne zagrebačke kulturne scene. TZGZ uključila se u promociju ovog projekta, pokrenutog od strane Grada Zagreba, sa kampanjom na tržištu Hrvatske i Slovenije.

Na istu je utrošeno 26.820 eura

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Uvažavajući globalne trendove i lokalne posebnosti, TZGZ strateški je usmjerila svoje aktivnosti na promociju gastronomije kao važnog elementa identiteta grada, s ciljem jačanja njegove prepoznatljivosti te poticanja kvalitete, inovativnosti i održivog razvoja lokalne kulinarske scene. Osim na domaćem, ova kampanja je bila aktivna na šest emitivnih tržišta: Ujedinjeno Kraljevstvo, Njemačka, Francuska, Austrija, Italija i Slovenija te je na nju utrošeno 51.307 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

TZGZ drugu godinu zaredom podržala je događanje Ekotlon u organizaciji 24sata, prepoznajući njegovu usklađenost s vrijednostima održivog razvoja, odgovornog odnosa prema okolišu i promicanja Zagreba kao grada otvorenog i prilagođenog životu s kućnim ljubimcima, u sklopu čega su promovirani projekt i web stranica TZGZ *Ljubimci Zagreba*.

Na navedenu aktivnost utrošeno je 12.500 eura

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Uz navedene kampanje, u suradnji s domaćim portalima, tijekom godine odrađene su i manje, destinacijske kampanje, s ciljem upoznavanja domaćih posjetitelja s raznovrsnom ponudom grada Zagreba, za što je utrošeno ukupno 23.214 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

U cilju promocije kongresne ponude nastavljene su promotivne aktivnosti na profilima na društvenim mrežama Facebook i LinkedIn za koje je utrošeno 6.000 eura.

Nositelji aktivnosti: TZGZ

Nastavljeno je i s održavanjem postojećih profila TZGZ na društvenim mrežama:

Početak 2025. godine broj fanova na Facebook-u bio je 105,780, a početkom 2026. godine 120,240 s konstantnom tendencijom rasta. Fanovi dolaze ponajviše iz: Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Njemačke, SAD-a, Italije, Slovenije, Srbije, Makedonije i Španjolske. U strukturi, 64,6% fanova čine žene, a 35,4% muškarci, pri čemu je kod oba spola najveći postotak pratitelja u dobnim skupinama 35-44 (žene 17,9%, muškarci 10,4%) i 45-54 (žene 17,2%, muškarci 7,6%). Tijekom 2025. godine ostvaren je pregled objava od gotovo 33.2 milijuna na Facebooku prema korisnicima.

Na Instagramu je broj fanova početkom 2025. godine iznosio 67.000 dok je krajem 2025. godine ta brojka porasla na 72,000.

Broj pratitelja na društvenoj mreži X kraj 2025. godine je 23.380, što je porast za gotovo 600 pratitelja u odnosu na početak 2025. godine. Društvena mreža X također, kao i Instagram, kontinuirano bilježi porast, kako u broju pratitelja (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 3,230 pratitelja. Na godišnju promociju manjih, destinacijskih, kampanja na Facebook-u i Instagram-u potrošeno je 8.000 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Nešto manji iznos potrošen na stavci online kampanje rezultat je činjenice da je kampanja „Museums, maybe“ dijelom prebačena na provedbu u sljedećoj godini zbog dorade i prilagodbe promotivnih materijala. Planirano je da se kampanja nastavi i intenzivira u idućem razdoblju, čime će se osigurati kvalitetnija i učinkovitija promocija neobičnih zagrebačkih zbirki i atrakcija.

Na tržištu SAD-a bile su planirane i tzv. awareness kampanje putem streaming platformi Hulu i Roku. Navedene aktivnosti nisu realizirane zbog vremenskih ograničenja i potrebe za dodatnom pripremom promotivnih materijala te usklađivanjem provedbenih aktivnosti s partnerima.

**Realizacija:**

**970.017**

**Nositelji: TZGZ**

### **3.2.4.**

**TV oglašavanje**

TZGZ je nastavila s televizijskim oglašavanjem unutar medijskog miksa svojih ključnih projekata. Događanja poput Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Classica i Adventa Zagreb promovirana su kratkim video spotovima na nacionalnim televizijskim postajama HRT, NOVA TV i RTL. U 2025.

godini nastavila se i dugogodišnja suradnja sa zagrebačkom televizijom Z1, dok su promotivne poruke emitirane putem satelitskog prijemnika EUTELSAT 16-A, s ciljem predstavljanja raznolike ponude grada Zagreba.

**Realizacija:** 132.965

**Nositelji: TZGZ**

### 3.2.5. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama

Tijekom proteklih godina imajući u vidu specifičnosti kongresne industrije, kao i orijentacije na prezentaciju putem vlastitih online kanala, klasično offline oglašavanje je u značajnoj mjeri 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). Suradnja je rezultirala posjetom novinarka Cristina Cunchillos i objavom posebne reportaže na 9 stranica o Zagrebu u veljači.

**Realizacija:** 5.500

**Nositelji: TZGZ**

### 3.2.6. Promotivni pano i displeji

Tijekom godine izrađeni su i postavljeni promotivni materijali visoke kvalitete – roll-up baneri, citylight i billboard plakati, vizuali u svjetlećim okvirima, forex paneli i totemi/displayi koji su služili i kao photo pointovi za dijeljenje sadržaja na društvenim mrežama. Materijali su korišteni za promociju ključnih događanja, poput Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Classica i Adventa, kao i za destinacijske kampanje.

Dio planiranih sredstava nije utrošen jer su neke kampanje realizirane isključivo online (npr. Delicious Zagreb, drugi dio kampanje Medvednica) ili su prebačene u sljedeću godinu pa nije bilo potrebe za izradom novih fizičkih materijala, a neke od kampanja realizirane su u manjem obujmu.

**Realizacija:** 57.614

**Nositelji: TZGZ**

## 3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

### 3.3.1. Formiranje baze podataka

TZGZ kontinuirano prati medijske objave o Zagrebu u domaćem i međunarodnom tisku, kao i priloge na televizijskim i radijskim postajama te internetskim portalima. Prikupljeni materijali sustavno se arhiviraju i služe za daljnje analize te, prema potrebi, za planiranje promotivnih aktivnosti. Također je provedena procjena vrijednosti objavljenih sadržaja putem *cost-benefit* analize.

Mediji su javnosti, u razdoblju od 1. siječnja 2025. do 31. prosinca 2025., odaslali 3.310 priloga o svim promatranim institucijama, događanjima i osobama, u vrijednosti 8.253.503 eura.

TZGZ je subjekt u 2.557 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 7 priloga svakog dana. TZGZ ostvarila je u promatranim medijima ukupnu vrijednost od 6.061.797 eura i POZITIVAN PR učinak procijenjene vrijednosti 1.536.885 eura.

Broj priloga po tipovima medija: Internet – 1.608; Tisak – 381; Radio – 334; TV – 234

Što se inozemnog tiska tiče, u 2025. godini su o temama od interesa za TZGZ-a promatrani mediji objavili 259 članaka, ukupne vrijednosti 1.736.721 eura (tisak). Prilozi su objavljeni u 203 izdanja: 87 tiskovna i 116 online, promatrani mediji porijeklom su iz 21 zemlje uz još 29 objava u međunarodnim izdanjima. TOP zemlje: Francuska (75) i Slovenija (30).

**Realizacija:** 22.456

**Nositelj: TZGZ**

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

Studijska putovanja novinara organizirana su u suradnji s HTZ-om te izravno od strane Turističke zajednice grada Zagreba. Tijekom 2025. godine, Zagreb je ugostio 14 studijskih grupa s ukupno 23 novinara, pri čemu je najveći broj sudionika pristigao iz BIH, Italije, Južne Koreje i Mađarske.

Detaljan pregled novinara prema zemljama prikazan je u priloženoj tablici.

Za domaće medije održano je ukupno šest konferencija za novinare. TZGZ je sudjelovala u suorganizaciji predstavljanja projekta MUV, dok je samostalno predstavila Festival svjetla Zagreb, novi projekt Medvednica, Zagreb Classic, novi projekt Okusi Zagreba te Advent Zagreb.

Država	Broj studijskih posjeta	Broj osoba
BiH	2	6
Francuska	2	2
Italija	2	3
Južna Koreja	1	3
Kanada	1	1
Mađarska	1	3

Poljska	2	2
SAD	1	1
Španjolska	1	1
Velika Britanija	1	1
<b>UKUPNO</b>	14	23
<b>Broj TV ekipa od ukupnog broja studijskih posjeta:</b>		
<b>Država</b>	<b>Broj TV ekipa</b>	<b>Broj osoba</b>
BiH	2	6
Južna Koreja	1	3
<b>UKUPNO</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

**Realizacija:** 55.393

**Nositelj: TZGZ**

### 3.3.3. Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima

TZGZ je tijekom 2025. godine nastavila s promocijom Zagreba kao turističke destinacije kroz suradnju s influencerima i blogerima, s ciljem povećanja vidljivosti te jačanja međunarodne prepoznatljivosti grada. U okviru aktivnosti usmjerenih na promociju zagrebačke gastronomске scene realizirana je Michelin Guide Destination Masterclass radionica, održana u suradnji s prestižnim gastro vodičem Michelin u restoranu ManO2.

Također, tijekom Adventa Zagreb održan je i Michelin Influencer Trip, organiziran u suradnji s Michelin Guideom i HTZ-om, čime je dodatno osnažena promocija Zagreba kao atraktivne gastro i turističke destinacije na međunarodnom tržištu.

Uz navedene aktivnosti, TZGZ je putem svojih profila na društvenim mrežama nastavila komunicirati grad Zagreb segmentu digitalnih nomada, pozicionirajući ga kao destinaciju idealnu za boravak, rad i kvalitetan svakodnevni život

**Realizacija:** 145.123

**Nositelj: TZGZ**

### 3.3.4. Suradnja s državnim i ostalim institucijama

U 2025. godini nastavila se suradnja s ministarstvima, državnim protokolarnim uredima, veleposlanstvima, gradskim uredima, organizatorima konferencija, obrazovnim institucijama te drugim relevantnim organizacijama i ustanovama. Na temelju njihovih upita, organizirano je 58 stručno vođenih razgleda grada za strane diplomate, visoke dužnosnike, učenike u okviru međunarodnih razmjena, sudionike međunarodnih festivala te druge strane sudionike značajnijih međunarodnih projekata, s ciljem unapređenja međusobnog razumijevanja, promocije kulturnih i povijesnih vrijednosti te jačanja međunarodnih odnosa grada. TZGZ je također osigurala ulaznice za muzeje i prigodne poklone povodom obilježavanja 1. obljetnice platforme „Stories – Experience Premium Croatia“. Platforma je inicirana od strane Hrvatske gospodarske komore s ciljem nacionalnog okupljanja premium turističke ponude. Planirani iznos za ovu stavku nije u potpunosti realiziran jer se broj zahtjeva i suradnji s državnim i javnim institucijama tijekom godine ne može precizno predvidjeti.

**Realizacija:** 44.586

**Nositelji aktivnosti: TZGZ**

## 3.4. Marketinške i poslovne suradnje

### 3.4.1. Suradnja s avioprijevoznicima i agencijama

S ciljem povećanja vidljivosti i konkurentnosti turističke ponude Zagreba na međunarodnom tržištu, TZGZ je u 2025. godini proaktivno financijski podržala ključne inicijative nacionalnog avioprijevoznika Croatia Airlines te više međunarodnih zrakoplovnih prijevoznika, uključujući Air France, LOT, KLM, T'way i Air Serbia. Dodatno je pružena podrška kanadskom turoperatoru Transatu, čime je osigurana prisutnost Zagreba u međunarodnim prodajnim programima i katalozima. Dio sredstava koji je bio planiran na stavci nije iskorišten jer nije došlo do novih suradnji.

Dio planiranih sredstava na stavci tematskih i ciljanih kampanja, a koje su započete sa Croatia Airlines nije iskorišten jer su tri kampanje – Pets of Zagreb, Stopover i Discover Zagreb – prebačene za 2026. godinu. Budući da se izvješća o učinku tih kampanja izrađuju po izvršenju, sredstva su prenesena i njihova realizacija bit će evidentirana u izvješću za iduću godinu, što omogućava točno praćenje rezultata i učinkovitosti ulaganja.

Croatia Airlines	130.000
Ostali avioprijevoznici	66.759
Tematske i ciljane kampanje s avioprijevoznicima	18.125
Promotivni materijali za avioprijevoznike	33.963
Neplanirano	0

**Realizacija:** 248.847

**Nositelj: TZGZ**

### 3.4.2. Partnerstvo u oglašavanju turističke industrije Zagreba i TZGZ

U 2025. godini, TZGZ je nastavila s uspješnom provedbom udruženog oglašavanja te pojačala suradnju s turističkim agencijama, smještajnim objektima u Zagrebu te posrednicima u pružanju usluga u turizmu. Dosadašnja strategija udruženog oglašavanja ponovo se pokazala kao obostrano korisna, omogućujući širenje dosega prema široj publici, optimizaciju resursa te postizanje zajedničkih marketinških ciljeva. Kroz udruživanje resursa i zajednički marketing, cilj je bio povećati vidljivost i konkurentnost Zagreba kao turističke destinacije, uz istovremeno smanjenje troškova individualnih marketinških aktivnosti.

Tijekom provedbe aktivnosti dva su subjekta – Paraiso Mediteraneo i Abau Met Boutique Hotel – jednostrano odustala od sudjelovanja te nisu realizirala preuzete obveze sukladno odobrenim media planovima. Zbog navedenog planirana sredstva nisu u potpunosti iskorištena. Odustajanje je nastupilo tijekom provedbe programa te u trenutku planiranja i odobravanja nije bilo moguće predvidjeti takav razvoj okolnosti.

Subjekti koji su djelomično ili u cijelosti realizirali media planove su sljedeći:

Nositelji smještajne ponude – Hotel Le Premier, Milenij Amadria Park Hotel Capital, HUP Zagreb – Maistra Hospitality Group (hoteli Stellar, Zonar i International), Hotel Tomislavov Dom, Senaratne Partners d.o.o. (hosteli Whole Wide World Hostel i Main Square, Cilindar apartmani), Grand Hotel Zagreb.

Turističke agencije - Perfecta Travel, Obzor putovanja, Go Explore Adventure Travel, PRO-AND d.o.o. Croatian Attractions, TCG Management d.o.o.

Posrednici pri pružanju usluga u turizmu – Rex Rea d.o.o., HGK platforma „Stories-Experience Premium Croatia“.

**Realizacija:**

**159.079**

**Nositelj: TZGZ**

### 3.4.3 Promotivne kampanje s partnerima

Nastavljena je dugogodišnja suradnja s Hrvatskim skijaškim savezom i to putem oglašavanja u promidžbenoj kampanji hrvatske alpske skijaške reprezentacije u sezoni 2025./2026., čime je nastavljena podrška vrhunskim skijašima i njihovoj vidljivosti na međunarodnoj sceni. Također, sredstva su iskorištena za snimanje promotivnog video sadržaja u suradnji s hrvatskim skijašima, koji će poslužiti za buduće promocijske aktivnosti i jačanje imidža hrvatskog skijanja i sporta općenito.

Poslovna suradnja s Hrvatskim nogometnim savezom (HNS-om) ostvaruje se kako bi se iskoristio promotivni potencijal nogometnih događanja u Hrvatskoj i inozemstvu. Ova suradnja uključuje korištenje različitih oglašivačkih kanala, poput LED ekrana na stadionima, rotacijskih banera uz rubove terena te press panoa tijekom konferencija za novinare koje organizira HNS. Osim toga, oglašavanje se provodi i putem službene web stranice HNS-a te drugih službenih materijala Saveza. Ovakav pristup omogućuje široku vidljivost i promociju brenda, istovremeno doprinoseći jačanju imidža kroz povezanost s jednim od najpopularnijih sportova u regiji.

Suradnja s Hrvatskim olimpijskim odborom (HOO) nastavljena je i u 2025. godini, s ciljem promocije Zagreba kao atraktivne turističke destinacije. Sredstva su alocirana za promociju na društvenim mrežama, gdje su korišteni kreativni sadržaji kako bi se privukla pažnja domaće i međunarodne publike.

TZGZ je i ove godine, na prijedlog Grada Zagreba, podržala najpopularnije automobilističko natjecanje u regiji – Croatia Rally, ovog puta u sklopu Europskog relija (ERC). Kroz suradnju s organizatorima osigurane su promocijske aktivnosti prije, tijekom i nakon natjecanja, uključujući oglašavanje, medijsku pokrivenost, promociju na društvenim mrežama i postavljanje promotivnih materijala na ključnim lokacijama.

S obzirom na dugogodišnju tradiciju i status INmusic festivala, TZGZ je u suradnji s organizatorom provela sveobuhvatnu promotivnu kampanju s ciljem privlačenja domaćih i međunarodnih posjetitelja. Kampanja je uključivala intenzivno OOH oglašavanje na billboardima i citylight plakatima, te digitalnu promociju putem službene web stranice i društvenih mreža uz kreativne vizuale, video sadržaje i interaktivne objave. Društvene mreže bile su posebno važno sredstvo ciljane promocije među mlađom publikom, omogućavajući brzo širenje informacija o festivalu i njegovim atrakcijama. Zbog značajnog povećanja obujma kampanja u odnosu na 2024. te povećanja troškova digitalnog oglašavanja sredstva su povećana, što se smatra nužnim i opravdanim za postizanje očekivanih rezultata i povećanje vidljivosti festivala i destinacije. TZGZ je za 2025. planirala sredstva i nastavila suradnju na promociji festivala LMF koji stjecajem okolnosti otkazan. Isplaćen je dio planiranih sredstava te TZGZ potražuje uplaćeni iznos od organizatora.

ERC Croatia Rally

75.000

Hrvatski skijaški savez

220.100

Hrvatski nogometni savez

62.500

Hrvatski olimpijski odbor	50.000
Highlander Medvednica	33.200
INmusic	470.000
LMF Festival Zagreb	105.000
I.A.A.F. – Hanžekovićev memorijal	70.000
Neplanirano	0
<b>Realizacija:</b>	<b>1.085.800</b>

**Nositelj: TZGZ**

### **3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice**

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

U 2025. godini TZGZ je sudjelovala na ukupno 17 turističkih sajmovu u 14 zemalja, od kojih 9 u organizaciji HTZ-a, 4 samostalno, te 4 u suradnji s Predstavništvima HTZ-a. Riječ je o sajmovima: Travel&Adventure Show New York, Travel&Adventure Show Chicago, B-Travel Barcelona, WTM Latin America Sao Paulo, ITB China Šangaj, Tourism Expo Japan Aichi, ITB Asia Singapur, SITF International Travel Fair Seoul, Vakantiebeurs Utrecht, Ferienmesse Beč, Fitur Madrid, f.r.e.e. München, ITB Berlin, BMT Napulj, ATM Dubai, IFTM Top Resa te WTM London.

Navedeni sajmovi omogućili su predstavljanje turističke ponude Zagreba širokoj i profesionalnoj publici, čime se dodatno jača imidž Zagreba kao atraktivne turističke destinacije na inozemnom tržištu. Nastupi na turističkim sajmovima ocijenjeni su uspješnim zahvaljujući uspostavi značajnih kontakata s partnerima: turističkim agencijama, turoperatorima i predstavnicima medija.

Također, sudjelovanje TZGZ-a na sajmovima omogućuje bolje razumijevanje specifičnosti pojedinih tržišta, pružajući uvid u ključne smjernice za daljnji razvoj i prilagodbu turističkih proizvoda potrebama i željama ciljnih skupina na tim tržištima.

Zabilježen je značajan porast upita i povećani interes za posjet Zagrebu, a na sajmovima na dalekim tržištima (SAD, Japan, Singapur, UAE, Kina, Brazil, Južna Koreja) vidljiv je interes za posjet Zagrebu u sklopu duljih kružnih putovanja te se u narednom razdoblju očekuje daljnje povećanje broja organiziranih i individualnih dolazaka.

Na sajmovima u organizaciji HTZ-a na kojima TZGZ nije sudjelovala kroz zakup prostora, u okviru štanda HTZ-a, bili su dostavljani i dijeljeni promotivni materijali u fizičkom obliku. Također, dostupni su bili i QR kodovi na kojima su posjetitelji mogli preuzeti brošure u digitalnom obliku.

Prilog 6

**Realizacija: 207.105**

**Nositelj: TZGZ**

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

Predstavljanje kongresno-incentive ponude na specijaliziranim kongresnim burzama od izuzetne je važnosti jer omogućava izravan dodir s potencijalnim kupcima-organizatorima skupova i incentive putovanja. Prisutnost predstavnika destinacija na kongresnim burzama nužno je, jer organizatori kongresa i poslovnih događanja u pravilu prvi kontakt ostvaruju s kongresnim uredima kao nepristranim organizacijama. Na taj način organizatori dobivaju informacije i savjete koji su u prvom redu u njihovu, ali i u interesu destinacije. Nakon toga, kupce se kanalizira i povezuje s ostalim dionicima (hotelima, DMC/PCO agencijama i drugim subjektima).

Sukladno planiranim aktivnostima, TZGZ je u 2025. godini sudjelovala na kongresnim burzama: Conventa (Ljubljana), IMEX (Frankfurt), The Meetings Show (London), IMEX America (Las Vegas) i IBTM World (Barcelona). Sve planirane aktivnosti su realizirane. Prilog 7

**Realizacija: 49.819**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

#### **3.5.3. Posebne prezentacije i radionice**

TZGZ je u 2025. godini predstavila turističku ponudu Zagreba na posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama u svrhu promocije na inozemnim tržištima. Posebne prezentacije i radionice održane su samostalno, u suradnji s HTZ-om ili nacionalnim zračnim prijevoznikom Croatia Airlines. Navedene promotivne aktivnosti omogućile su Zagrebu da ojača svoju vidljivost i prisutnost na globalnoj turističkoj sceni, poveća svoj turistički potencijal i nastavi s kontinuiranim razvojem. Budući da je zabilježen povećani interes za uključivanje Zagreba u programe kružnih i city-break putovanja, očekuje se rast broja dolazaka i noćenja u budućem razdoblju.

Posebno se ističe predstavljanje turističke ponude Zagreba na posebnoj prezentaciji u Šangaju (19.9.2025.) koja je održana povodom 45. obljetnice prijateljstva Zagreba i Šangaja, a u suradnji s HTZ-om i Muzejom iluzija.

U suradnji s Croatia Airlinesom održane su prezentacije Zagreba u Hamburgu (3.4.2025.), Madridu (10.4.2025.), Berlinu (18.9.2025.), Stockholmu (14.10.2025.) te Barceloni (22.10.2025.) u svrhu promocije postojećih i uspostave novih linija.

Prezentacija destinacije je, uz sudjelovanje na radionici, održana i u Londonu za sudionike New Deal Europe Marketplace and Forum (25.3.2025.).

U suradnji s HTZ-om, TZGZ je sudjelovala na radionici Sell Croatia Verona (15.4.2025.) i Sell Croatia Tokyo i Seoul (24. i 26.9.2025.).

Od ostalih radionica, ističu se radionice za tržište SAD-a: Las Vegas Travel Agent Forum (30.3. – 2.4.2025.), Virtuoso Travel Week Las Vegas (9.-15.8.2025.), ILTM North America (6.-9.10.2025.), radionica za tržište Kanade Virtuoso Forum Canada, Quebec City (4. – 6.3.2025.), radionica za talijansko tržište Travel Open Village, Milano (9.-10.2.2025.), radionica za kinesko tržište China European Marketplace, Shanghai (26.5.2025.), radionica za australsko tržište Virtuoso On Tour Melbourne (9.-10.9.2025.) i radionica za španjolsko tržište IBX Catalunya (28.-31.10.2025.).

Također, TZGZ je sudjelovala i na prezentaciji Adventa Zagreb u Sarajevu (25.9.2025.).

U 2025. godini nastavljen je poslovna suradnja s konzultantskom tvrtkom IR Global Consultants Inc. s ciljem snažnije promocije i prepoznatljivosti destinacije na sjevernoameričkom turističkom tržištu.

Sredstva predviđena na ovoj stavci nisu u cijelosti realizirana uslijed nižih troškova od planiranih za organizaciju posebne prezentacije u Šangaju, kao i zbog nerealiziranog nastupa na ILTM Cannes.

**Realizacija:**

**292.101**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

### 3.5.4. **Posebne prezentacije i radionice/kongresni odjel**

Kroz zajedničke aktivnosti sa sustavom turističkih zajednica, predstavnicima turističkog gospodarstva, te samostalno, nastoji se poboljšati ukupna razina kvalitete ponude s ciljem povećanja konkurentnosti i ostvarenja što boljih prodajnih rezultata u destinaciji. U tom smislu, poslovne radionice predstavljaju jedan od najboljih načina i alata za prezentaciju ponude, jer omogućavaju izravnu vezu s organizatorima ili specijaliziranim subjektima koji za različite klijente pronalaze nove destinacije i kongresne prostore.

U siječnju se u suradnji s TZ grada Dubrovnika sudjelovalo na radionici Destination Showcase u Londonu. U veljači se u suradnji s TZ grada Dubrovnika sudjelovalo na MCE Central Europe Forumu u Antalyi te na MICE Asia roadshow-u (Manilla, Bangkok i Jakarta) u organizaciji MIKI travel-a. U ožujku se u suradnji s TZ grada Dubrovnika sudjelovalo na radionici Successful Meetings University u New Yorku, namijenjenoj američkom tržištu te na radionici PURE u Parizu. U travnju se u suradnji s TZ grada Dubrovnika sudjelovalo na MCE North & West Europe Forumu, te u listopadu na m&i Transatlantic Forumu i na radionici Meet The Bidder u Varšavi. U Parizu je u suradnji sa specijaliziranom agencijom Partance organiziran poseban event i prezentacija Zagreba.

**Realizacija:**

**80.243**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

### 3.6. **Suradnja s organizatorima putovanja**

U 2025. godini ostvaren je značajan rast u organizaciji studijskih putovanja agenata. TZGZ je nastavila suradnju s turoperatorima, turističkim agencijama i HTZ predstavništvima, s ciljem upoznavanja bogate zagrebačke turističke ponude i unapređenja prodaje programa posjeta Zagrebu.

Realizirano je 17 studijskih putovanja s ukupno 219 agenata, što predstavlja porast od oko 143 % u broju putovanja i 217 % u broju agenata u odnosu na prethodnu godinu. Putovanja su organizirana u suradnji s domaćim i stranim turoperatorima te njihovim partnerima, osiguravajući kvalitetno iskustvo i dodatno jačanje međunarodne prepoznatljivosti Zagreba.

U razdobljima, poput npr. Adventa, broj agenata bio je nešto niži od očekivanog pa je utrošeni iznos na stavci manji od planiranog.

Država	Broj agenata
SAD	64
NR Kina	61
Ujedinjeno Kraljevstvo	30
Grčka	10
Indija	10
Kanada	10
Slovenija	10
Tajvan	8
Danska	6
Norveška	5
Francuska	2
Švicarska	2

Saudijska Arabija	1
Ukupno	219

**Realizacija:** 45.811

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

### 3.6.1. Organizacija inspekcijskih i studijskih putovanja organizatora kongresa

Studijska putovanja i inspekcijski posjeti predstavljaju najbolji prodajno - marketinški alat i način upoznavanja zainteresiranih za destinaciju, pružaju mogućnost direktne prodaje i dogovora te povezivanja organizatora s lokalnom industrijom. Slijedom navedenog u 2025. godini organizirano je 6 studijskih putovanja tijekom kojih je Zagreb posjetilo 50 sudionika. Na studijskom putovanju u veljači za zainteresirane kupce s kongresne burze Conventa sudjelovalo je 11 sudionika.

U ožujku je u suradnji s agencijom Intours organizirano studijsko putovanje za DACH tržište na kojem je sudjelovalo 6 kupaca.

Na studijskom putovanju za sudionike poslovne radionice MEETEX sudjelovalo je 8 kupaca, posebno zainteresiranih za Zagreb.

U svibnju je ostvarena suradnja s agencijom Travelatico koja je organizirala studijsko putovanje za 8 MICE agenata iz Brazila.

U listopadu je u suradnji s agencijom Toptours organizirano studijsko putovanje za 7 specijaliziranih agenata iz Nizozemske.

U suradnji s agencijom Partance, tijekom Adventa je organizirano studijsko putovanje za francuske kupce na kojem je sudjelovalo 10 osoba.

Osim studijskih putovanja, sudjelovalo se i u organizaciji inspekcijskog posjeta za prodajnog predstavnika za UK tržište agencije BOB DMC, te u suradnji s istom agencijom inspekcijskog posjeta za konferenciju The Pharmaceutical Society of Australia (PSA) u 2027. godini. Specifičnost inspekcijskih putovanja ogleda se u tome što ih obično nije moguće planirati unaprijed, već se organiziraju sukladno potrebi i procjeni konkretnog upita. Njihovi ukupni troškovi izravno su ovisni o suradnji i angažmanu dionika u destinaciji.

**Realizacija:** 27.258

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

### 3.7. Kreiranje promotivnog materijala

#### 3.7.1. Brošure i tiskani materijali

U skladu s razvojem digitalnih alata, promjenama u navikama informiranja posjetitelja te opredjeljenjem prema održivom korištenju resursa, TZGZ je tijekom 2025. godine racionalizirala narudžbu tiskanih promotivnih materijala. Na taj način smanjena su planirana sredstva namijenjena izradi brošura, karata i letaka.

Tiskani materijali korišteni su prvenstveno za promociju na odabranim međunarodnim turističkim i poslovnim događanjima, dok je njihova dostupnost u turističkim informativnim centrima i smještajnim objektima bila prilagođena stvarnim potrebama, uz istodobno usmjeravanje posjetitelja na digitalne kanale.

U 2025. godini smanjene su naklade temeljnih izdanja, uključujući brošuru „Dobro došli u Zagreb” i Plan grada - Zagreb, a promotivni materijali vezani uz projekte (Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic, Advent Zagreb) tiskani su u ograničenim količinama. Mape i karte grada, uključujući višejezična izdanja, proizvedene su u količinama usklađenima s realnim potrebama distribucije. Prilog 8

**Realizacija:** 179.975

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

#### 3.7.2. Suveniri i promo materijali

U 2025. godini TZGZ je nabavljala suvenire i promotivne materijale u svrhu promocije grada Zagreba i kapitalnih projekata. U skladu s održivim trendovima nabavljene su ekološke olovke i eko vrećice. Zbog porasta cijena određenih materijala manje je naručivano suvenirskog programa kao što su platnene vrećice, blokovi za pisanje i vezice.

Tijekom godine nabavljani su promotivni materijali za potrebe prezentacija grada u zemlji i inozemstvu. Veći dio sredstava utrošen je na promotivne materijale korištene u promociji novih projekata, osobito Medvednica i Delicious Zagreb, dok je licitarsko srce i dalje zadržalo status najprepoznatljivijeg suvenira.

U odnosu na prethodno razdoblje zabilježena je smanjena potrošnja sredstava za mirisne svijeće te manja potrošnja adventskih promotivnih materijala kao rezultat racionalizacije troškova i prilagodbe tržišnim uvjetima. Prilog 8

**Realizacija:** 184.978

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

#### 3.7.3. Newsletter TZGZ

Slanjem newslettera tijekom 2025. godine, TZGZ je nastavila ciljanu komunikaciju s novinarima,

hotelima, agencijama, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, veleposlanstvima te ostalim dionicima sustava turizma. Newsletter se slao periodički, a sadržavao je sve relevantne informacije vezane uz turističku ponudu grada koja se komunicira za to razdoblje. Najčešće teme su se odnosile na informacije glede aktualnih događanja, novootvorenih kapaciteta te relevantnih turističkih projekata.

Također, u 2025. godini nastavljeno je sa slanjem posebnog newslettera s naglaskom na kulturu naziva Culture & Events guide. U svrhu slanja navedenog newslettera konstantno je proširivana baza primatelja na internet aplikaciji MailChimp. Slanje kongresnog newslettera MeetInZagreb nastavljeno je kroz cijelu 2025. godinu te je u potpunosti realizirano.

Zbog korekcija u cjenovnim modelima i pretplatničkim paketima servisa Mailchimp, došlo je do manjeg utroška sredstava na predmetnoj stavci u odnosu na plan.

**Realizacija:**

**15.005**

**Nositelj aktivnosti i partneri: TZGZ**

#### **3.7.4. Proizvodnja multimedijalnih materijala**

Multimedijalni materijali predstavljaju ključni alat u promociji grada Zagreba te su sastavni dio svake integrirane marketinške kampanje. U 2025. godini, TZGZ je realizirala proizvodnju novih multimedijalnih sadržaja uz korekcije i nadogradnju postojećih. Ovi materijali, prilagođeni suvremenim digitalnim medijima, uključuju audio-vizualne formate koji doprinose dinamičnoj i atraktivnoj promociji grada. Posebno se ističe kreiranje novog video sadržaja za promociju projekata Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Classica te Adventa Zagreb. Dio sredstava utrošen je i na oglašavanje spomenutih događanja na posebnim digitalnim pozicijama u Hrvatskoj, kao što su Go2Digital mreža, Holo lab mreža te digitalni displeji u Zračnoj luci Zagreb.

Svi ovi multimedijalni materijali doprinose jačanju imidža Zagreba kao moderne, dinamične i atraktivne destinacije, privlačeći različite ciljne skupine, pri čemu je ipak dio planiranih sredstava ostao neiskorišten jer za neka događanja koja se nisu odvila nije snimljen promotivni video, a materijali za Delicious Zagreb nisu izrađeni zbog drugačijeg pristupa kampanji.

**Realizacija:**

**222.039**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

#### **3.7.5. Kreiranje materijala za kanale online**

TZGZ je za potrebe online promocije kroz cijelu 2025. godinu kreirala te kontinuirano prilagođavala foto i video materijale. Za iste potrebe koristile su se i foto baze Fotografije Zagreba, Shutterstock, iStock i Cropix.

Uz već postojeće blogove na web stranicama lovezagreb.hr, kreirani su novi tematski blogovi čiji su sadržaj napisali lokalni turistički vodiči i lokalci. 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. Također, za video promociju same destinacije, ali i nove web stranice Medvednica, kao i promocije Zagreba kao gastronomske destinacije, putem društvenih mreža (Facebook, Instagram, TikTok i X), realizirane su i suradnje s tvrtkama Mitak Media i Bradbury Media j.d.o.o.

U 2025. godini, TZGZ je pokrenula nove web stranice i mobilnu aplikaciju Medvednica, kako bi posjetiteljima približila sve ljepote zagrebačke gore i njenu ponudu. Iz tog razloga, copywriting agencije i autori pisali su tekstove za web stranice i advertorijale. Osim za navedeno, za potrebe provođenja ostalih online kampanja pisani su advertorijali te su se isti prilagođavali na strane jezike, ovisno o tržištu. Usluge copywriting-a koristile su se i kako bi se sadržajno obogatile sve internet stranice i podstranice u vlasništvu TZGZ-a. Napisani tekstovi prevedeni su i prilagođavani na strane jezike ovisno o potrebama.

Osim navedenog, novi video serijal Bear Mountain, u suradnji sa Paulom Bradburyem, kreiran je za potrebe promocije Medvednice i planinarskih staza, a sve kako bi se posjetiteljima grada približile mogućnosti za aktivan turizam i boravak u prirodi.

Uvažavajući globalne trendove i lokalne posebnosti u gastronomiji, te s ciljem približavanja raznolike gastronomske ponude grada Zagreba, TZGZ je, u suradnji s cheficom Anom Ugarković, pokrenula video serijal „Ana kuha, Zagreb voli“. U serijalu Ana istražuje lokalne namirnice, tradicijske recepte i suvremene interpretacije zagrebačke kuhinje ističući pritom omiljene zagrebačke lokacije.

Tijekom cijele godine kreirao se novi i atraktivni sadržaj za potrebe društvenih mreža TZGZ-a: Facebook, Instagram, TikTok, X i YouTube, a profili na društvenim mrežama Facebook i LinkedIn, koji 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:**

**193.937**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

#### **3.8. Internetske stranice**

Internetske stranice TZGZ-a obuhvaćaju turističku web stranicu [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr), kongresnu web stranicu [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr), web stranicu TZGZ-a [www.tzgz.hr](http://www.tzgz.hr), kao i posebne stranice vezane uz događanja Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic, Advent Zagreb, zatim blog stranicu [www.lovezagreb.hr](http://www.lovezagreb.hr), te druge tematske podstranice i digitalne projekte.

Tijekom 2025. godine TZGZ je nastavila s redovitim ažuriranjem, optimizacijom i održavanjem svih navedenih web stranica, s ciljem kvalitetnije prezentacije raznolike turističke, kulturne i kongresne ponude grada Zagreba. Poseban naglasak stavljen je na prilagodbu sadržaja korisničkim potrebama, unaprjeđenje strukture stranica te poboljšanje preglednosti i dostupnosti informacija.

U 2025. godini nastavljen je proces redizajna turističke web stranice [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr), kao i aktivnosti vezane uz prilagodbu i integraciju sadržaja u novi sustav CMS V4. Paralelno s time provedene su pripreme i aktivnosti vezane uz razvoj naprednijih digitalnih funkcionalnosti, uključujući planiranje treniranja AI modela i pripremu integracije AI tražilice na sadržaju [infozagreb.hr](http://infozagreb.hr), s ciljem jednostavnijeg pretraživanja sadržaja i pružanja podrške posjetiteljima u kreiranju itinerara, dok je sama implementacija AI rješenja na web stranice planirana u 2026. godini.

Redovito su ažurirane i optimizirane podstranice Ljubimci Zagreba, Zagreb Culture & Arts, Zagreb Sport Story, Zagreb – centar medicinske izvrsnosti, podstranice namijenjene segmentu digitalnih nomada zatim projekt Green BuzZg, kao i podstranice posvećene manifestaciji Zagreb Classic. Sukladno razvoju projekata, provedene su i izmjene na stranicama Festival svjetla Zagreb, Around Zagreb i Advent Zagreb.

U 2025. godini nastavljen je i rad na održavanju i nadogradnji digitalnog sustava za Prijavu za sufinanciranje projekata, skupova, kandidatura i manifestacija, uključujući izradu novih prijavnica za 2025. godinu, izradu sigurnosnih kopija sustava te unaprjeđenje funkcionalnosti radi kvalitetnije validacije podataka i jednostavnijeg korištenja za prijavitelje. Također, nastavljen je rad na prilagodbi i redizajnu digitalne baze fotografija <https://media.infozagreb.hr/> u sklopu integracije novog CMS-a V4, kao i redovito ažuriranje i održavanje aplikacije Zagreb 360 – WebVR.

Planirani redizajn i izrada novih web stranica [www.tzgz.hr](http://www.tzgz.hr) i [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr) nisu realizirani tijekom 2025. godine zbog prioritetnog usmjeravanja resursa na redizajn i migraciju ključne turističke stranice [infozagreb.hr](http://infozagreb.hr) na novi CMS V4, kao i zbog potrebe za dodatnim usklađivanjem tehničkih specifikacija i funkcionalnih zahtjeva novih stranica s nadograđenim sustavom. Iz navedenog razloga, planirana sredstva na stavci nisu u potpunosti iskorištena.

**Realizacija:**

**116.490**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

### **3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka**

(dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)

Navedena stavka obuhvaća širok spektar usluga vezanih uz vizualno oblikovanje i promociju, uključujući dizajn oglasa, banera, letaka, vizuala za štandove na turističkim sajmovima, izradu PPT prezentacija, digitalnih brošura, pisanje promo tekstova za advertorijale, otkup fotografija, prijevode, lektoriranje te pripremu raznih promotivnih materijala. Planirana sredstva za 2025. godinu gotovo su u potpunosti iskorištena, što potvrđuje intenzivnu marketinšku aktivnost i kontinuiranu potrebu za unaprjeđenjem vizualne komunikacije.

Posebna pažnja posvećena je kreiranju novog vizualnog identiteta za ključna događanja poput Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic, Plesnjak na Zrinjevcu, Zagrebačkog muzejskog vikenda (MUV Zg) i Advent Zagreb kao i vizuala za potrebe posebnih projekata Taxi i Delicious Zagreb. Istovremeno, započele su pripreme za novi projekt Medvednica, pri čemu je znatan dio sredstava uloženi u razvoj atraktivnog vizualnog identiteta, izradu sadržaja za web stranicu, kreiranje promotivnih kampanja te pripremu kvalitetnih tekstova i fotografija. Ovi materijali omogućili su dosljednost kroz digitalne i tiskane kanale te osigurali autentičan i atraktivan prikaz destinacija i događanja.

Tijekom godine kontinuirano su se otkupljivale fotografije s raznih događanja i vizura grada, koje ne samo da prikazuju zagrebačku atmosferu, već služe i kao temelj za kreiranje vizuala i oglasa. Galerija fotografija tako je postala ključni resurs za vizualnu komunikaciju, doprinoseći kvalitetnom predstavljanju grada i njegove dinamike. Dio sredstava također je korišten za korekcije u brošuri Dobro došli u Zagreb, mapi Korak po korak i letku Plan grada, dok je digitalna brošura Events & Culture kontinuirano izrađivana na engleskom jeziku, pružajući pregled raznovrsnih događanja u gradu kroz četiri godišnja doba – spring, summer, autumn i winter.

**Realizacija:**

**405.507**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

#### **3.9.1. Analiza podataka internetskih stranica i društvenih mreža**

Tijekom 2025. godine provedena je sustavna analiza podataka s internetskih stranica i

društvenih mreža blogera, influencera i drugih relevantnih digitalnih platformi koje su surađivale s TZGZ-om ili su iskazale interes za promociju destinacije. Analizirani su kvaliteta i doseg objavljenih sadržaja, demografska struktura publike te utjecaj objava na vidljivost i promociju Zagreba. Dobiveni rezultati poslužili su kao podloga za kvalitetniji i strateški usmjeren odabir budućih suradnika, optimizaciju planiranih kampanja te učinkovitije usmjeravanje promotivnih aktivnosti i raspoloživih resursa. Navedene aktivnosti dio su kontinuiranog procesa praćenja i evaluacije digitalnih komunikacijskih aktivnosti TZGZ-a, s ciljem daljnjeg unaprjeđenja učinkovitosti promocije destinacije.

#### **Realizacija**

**4.834**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

### **3.10. Turističko-informativne aktivnosti**

Tri informativna centra – dva u centru grada i jedan u Zračnoj luci – bili su otvoreni svakodnevno, tijekom cijele godine. Info-centri nisu radili svega četiri dana u godini: Nova godina, Uskrs, Svi sveti i Božić, osim TIC-a u Kuli Lotrščak koji je svakog ponedjeljka zatvoren. Svi info centri bili su na usluzi posjetiteljima i građanima grada Zagreba za pružanje najraznovrsnijih informacija i to ponajprije u izravnoj komunikaciji te putem telefona i e-pošte. Također, posjetitelji imaju i mogućnost samostalnog pretraživanja informacija putem dvaju tableta kao i mogućnost samostalne kupovine ZAGREB CARD-a. Radno vrijeme info centara prilagođeno je potrebama posjetitelja, a tijekom trajanja značajnijih manifestacija (Festival svjetla Zagreb, Advent Zagreb) je još dodatno bilo produženo kako bi svi zainteresirani posjetitelji mogli dobiti potrebnu informaciju. Sve relevantne informacije svakodnevno su prikupljane i ažurirane, a one koje se odnose na sva značajnija događanja u gradu Zagrebu, tijekom cijele godine publicirane su u mjesečniku „Program priredaba“.

U cilju održavanja visoke kvalitete usluge u informativnim centrima, tijekom godine su sukladno potrebama korištene i usluge studenata osposobljenih za poslove turističkih informatora. Pojedini turistički informatori sudjelovali su i na turističkim sajmovima i radionicama na kojima se TZGZ predstavljala, a sukladno stranim jezicima koje govore. Zastupljeni jezici u informativnim centrima su: engleski, njemački, talijanski, francuski, španjolski, portugalski, ruski, poljski, bugarski, slovenski, makedonski, japanski i korejski. U 2025. godini nastavljeno je jezično usavršavanje informatora (tečajevi korejskog, francuskog i španjolskog jezika).

Tijekom 2025. godine u Centru za posjetitelje na Trgu bana J. Jelačića organizirani su posjeti obrazovnih i turističkih institucija s ciljem edukacije, razmjene znanja i upoznavanja s radom TZGZ i konceptom rada turističkih informativnih centara. U okviru tih aktivnosti u travnju je održana prezentacija za studente Fakulteta za turizam Sveučilišta u Mariboru, dok su u listopadu i studenom Centar posjetili učenici Privatne srednje škole Futura iz Zagreba te Srednje škole Ban Josip Jelačić iz Zaprešića, kojima je predstavljen rad info centara i njihova uloga u turizmu grada Zagreba. U prosincu 2025. godine Centar su posjetili i djelatnici Zavoda za turizam i kulturu iz Kranja, pri čemu je naglasak bio na razmjeni primjera dobre prakse u području upravljanja kulturnim sadržajima, organizacije događanja i rada s posjetiteljima, tijekom trajanja manifestacije Advent Zagreb..

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 grafičkim prikazima koji se nalaze u Prilogu br. 11.

U tri info centra, u 2025. godini, evidentirano je ukupno 208.179 posjetitelja što čini porast od 5,7% u odnosu na 2024. godinu. Najviše posjetitelja zabilježio je Centar za posjetitelje na Trgu bana J. Jelačića (117.583) što čini porast od 13,2% u odnosu na prethodnu godinu. Centar za posjetitelje u Zračnoj luci zadržao je ukupan broj posjetitelja gotovo na istoj razini kao i 2024. godine (svega 1% manje) dok je TIC Kula Lotrščak imao pad ukupnog broja posjetitelja u odnosu na 2024. godinu od 9,5%. Jedan od razloga ovakvog rezultata je sigurno i rekonstrukcija uspinjače koja nije tijekom cijele godine bila u funkciji.

Od ukupnog broja evidentiranih posjetitelja u TIC-evima (208.179), udio inozemnih posjetitelja bio je 71% što je manje za 2% u odnosu na prethodnu godinu. Najmanji udio stranih posjetitelja ima TIC-u na Trgu bana Jelačića (58%) budući da je, s obzirom na lokaciju, i info servis za naše građane. TIC Lotrščak i Centar za posjetitelje U Zračnoj luci imali su u 2025. godini znatno veći udio stranih posjetitelja nego TIC na Trgu bana Jelačića, gotovo 89% TIC Kula Lotrščak i 88% TIC Zračna luka. Zanimljivo je istaknuti da je drugu godinu zaredom u TIC-u na Trgu bana Jelačića zabilježen najveći broj posjetitelja u rujnu, ukupno 14.859 što je za 13% više nego u kolovozu kada se uvijek bilježio najveći broj posjetitelja.

Iznenadjenje je da je najbolji dnevni rezultat u TIC-u na Trgu bana J. Jelačića prvi puta zabilježen u prosincu i to 13.prosinca, u subota - 600 posjetitelja. TIC Kula Lotščak također je zabilježio

najbolji dnevni rezultat u prosincu, 6. prosinca, subota – 430 posjetitelja.

U Zračnoj luci najviše posjetitelja bilježi se u srpnju s najboljim dnevnim rezultatom, 24. srpnja – 304 posjetitelja.

Grafički prikazi posjećenosti info centara po mjesecima još uvijek ukazuju na sezonalnost, ali je zadnjih godina sve manje izražena. Razlog je održavanje brojnih manifestacija kroz godinu što Zagreb čini cjelogodišnjom destinacijom. Posebno treba istaknuti manifestaciju Advent Zagreb koja tijekom prosinca generira sve veći broj dolazaka što se odražava i na broj posjetitelja info centara u prosincu. Troškovi redovnog funkcioniranja i održavanja info centara u 2025. godini prikazani su u Prilogu br. 9.

**Realizacija:**

**590.772**

**3.10.1. Smeđa signalizacija i info table**

Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije tijekom 2025. godine odvijalo se sukladno trenutnim potrebama održavanja. Izrađena su nove table za sljedeće institucije: Muzej povijesti videoigara, Muzej putovanja, Muzej zaboravljenih priča, Muzej kravate – Cravaticum i Muzej čokolade.

**Realizacija:**

**11.025**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

**UKUPNO KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE**

**6.373.623**

## **4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT**

### **4.1. Stručni skupovi i edukacije**

U 2025. godini TZGZ je nastavila ulagati u kvalitetu i obrazovanje svojih zaposlenika kroz sudjelovanje na stručnim i poslovnim skupovima koje organiziraju strukovne udruge. Ovim aktivnostima omogućeno je stjecanje uvida u relevantne informacije o trenutnom stanju i turističkim kretanjima na pojedinim tržištima, kao i o globalnim trendovima u turizmu. Tako su djelatnici TZGZ-a sudjelovali na: Virtuoso Forumu u Buenos Airesu, UN Tourism 26th General Assembly u Rijadu, WTCF Fragrant Hills Tourism Summit 2025 u Hong Kongu, WTTC Global Summitu u Rimu, Global Tourism Forum u Brusselsu, USTOA Annual Conference & Marketplacu National Harbor, Maryland te na edukaciji namijenjenoj djelatnicima turističko-informativnih centara: CityDNA Visitor Experience Expert Meetingu u Vilniusu. Uz navedeno, TZGZ je sudjelovala i na sljedećim stručnim skupovima: na Danima hrvatskog turizma u Dubrovniku i na International Luxury Forum u Opatiji. S obzirom da nije realizirano sudjelovanje na stručnim skupovima kongresnih udruženja ICCA, Porto i SITE Global Conference, Mexico, iznos na stavci manji je od predviđenog.

**Realizacija:**

**88.151**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

#### **4.1.1. Odredište: Zagreb – uvođenje izbornog predmeta u škole**

Projekt se održava već 15 godina u kontinuitetu te se i dalje realizira u obliku izvannastavne aktivnosti u suradnji s Gradskim uredom Grada Zagreba nadležnim za obrazovanje s ciljem razvijanja svijesti o gradu Zagrebu kao turističkoj destinaciji te o njegovim kulturnim, povijesnim i prirodnim potencijalima kod srednjoškolske populacije. Učenicima se na drugačiji način približavaju baština, kultura i turizam kroz projektnu nastavu i gostujuća predavanja sveučilišnih profesora te se potiče kreativnost i poduzetništvo stvaranjem turističkih proizvoda. Ove godine, sukladno planiranom, projekt je uspješno završen sudjelovanjem pet zagrebačkih srednjih škola, a završna prezentacija projekata održana je u prostorima novootvorenog Prirodoslovnog muzeja.

**Realizacija:**

**47.497**

**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 2025. godini realizirano je 15 putovanja.

Na filmskim festivalima i međunarodnim natjecanjima, TZGZ je u 2025. godini osvojila:

1. TZGZ – nagrada Meetings Star Award za najbolju kongresnu destinaciju u kategoriji L gradova (do 2.000 sudionika), Ljubljana, Slovenija, 2025.
2. Film „Zagreb All-Inclusive“ – nagrada Golden Star u kategoriji City International na Međunarodnom festivalu turističkog filma Das Goldene Stadttor, u sklopu sajma ITB, Berlin, Njemačka, 2025.
3. Film „Zagreb All-Inclusive“ – Silver Award u kategoriji Cities na Japan World’s Tourism Film Festivalu, Japan, 2025.
4. TZGZ – 1. mjesto u kategoriji Best Branding & Rebranding: Branding – Museums, maybe, Dani komunikacija, Hrvatska, 2025.
5. Film „Zagreb All-Inclusive“ – Blue Danube Award, 3. mjesto u kategoriji Tourism Destination City, SILKFEST, Srbija, 2025.
6. Film „Zagreb All-Inclusive“ – nagrada publike za najbolji hrvatski turistički film, TEF Festival, Hrvatska, 2025.
7. Film „Zagreb All-Inclusive“ – 2. nagrada za najbolji hrvatski turistički film, TEF Festival, Hrvatska, 2025.
8. Film „Zagreb All-Inclusive“ – 1. mjesto u kategoriji Tourist Destination – City, Zagreb Tourfilm Festival, Hrvatska, 2025.
9. TZGZ – „Ispod neba. Iznad grada. Medvednica.“ – promotivna kampanja godine, Dani hrvatskog turizma, Dubrovnik, 2025.
10. Film „Zagreb All-Inclusive“ – 5. najbolji turistički film na svijetu u kategoriji City Promotion, 37. Svjetske turističke nagrade CIFFT, Portugal, 2025.

**Realizacija:**

**18.613**

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

#### **4.2.1. Zagreb Card**

Zagreb Card je loyalty kartica koja korisnicima omogućava korištenje javnog gradskog prijevoza te besplatan ulazak u brojne gradske atrakcije, uključujući Muzej prekinutih veza, Muzej čokolade, Hrvatski prirodoslovni muzej, Cravaticum – boutique muzej, Muzej grada Zagreba, Muzej suvremene umjetnosti, Tehnički muzej Nikola Tesla i Zoološki vrt Grada Zagreba. Osim

navedenog, korisnici Zagreb Carda ostvaruju i brojne popuste na različitim lokacijama u gradu. Tijekom 2025. godine ukupno je prodano 1.829 Zagreb Card kartica, od čega 1.502 kartica u trajanju od 72 sata te 327 kartice u trajanju od 24 sata. U svrhu promocije destinacije, Zagreb Card kartice dodijeljene su i pojedinim gostima, novinarima, influencerima i blogerima koji su boravili u Zagrebu, pri čemu je poklonjeno ukupno 120 kartica.

U odnosu na planirane aktivnosti, promocija Zagreb Carda tijekom 2025. godine provedena je u ograničenom opsegu, budući da je fokus promotivnih aktivnosti bio usmjeren na druge strateške projekte i komunikacijske prioritete. Slijedom navedenog, dio planiranih sredstava na ovoj stavci nije u potpunosti iskorišten.

**Realizacija:** 49.249

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

#### 4.3. **Poticanje na čuvanje i uređenje okoliša**

Nastavljen je dugogodišnji uspješni projekt ukrašavanja ulica i trgova cvjetnim košaricama sa zelenilom, i ove godine s novim biljnim vrstama. Cvjetne košarice postavljene su na većem broju lokacija Gornjeg i Donjeg grada te vizualno oplemenjuju turistički atraktivne lokacije i čine boravak u Zagrebu ugodnijim stvarajući klimu dobrodošlice za sve posjetitelje.

**Realizacija:** 26.113

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

### **UKUPNO DESTINACIJSKI MENADŽMENT**

**229.623**

## **5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**

### 5.1. **Međunarodne strukovne i sl. organizacije**

U 2025. godini, TZGZ je nastavila sa članstvom u sljedećim međunarodnim strukovnim organizacijama: UN Tourism, CityDNA, ETOA, USTOA, ICCA, SITE i Skål, World Tourism Cities Federation (WTFC) te World Travel & Tourism Council (WTTC).

**Realizacija:** 36.586

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

### 5.2. **Domaće strukovne i sl. organizacije**

U 2025. godini izvršene su članske obveze prema sljedećim domaćim strukovnim organizacijama: UHPA, UPUHH te prema Udruzi računovođa i financijskih djelatnika.

**Realizacija:** 2.687

**Nositelj aktivnosti: TZGZ**

### **UKUPNO ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA**

**39.273**

## **6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

6.1. **Plaće i ostala materijalna primanja radnika** 2.289.929

6.1.1. **Izdaci za prijevoz na posao** 32.645

6.1.2. **Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu i sl.)** 37.175

### 6.2. **Materijalni troškovi – Turistički ured**

Turistički ured TZGZ-a je u 2025. godini provodio sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća TZGZ-a 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. Planirana edukacija za veći broj djelatnika nije realizirana. Dio troškova planiranih za adaptaciju poslovnog prostora Kaptol 5, realizirat će se u sljedećoj godini. Za funkcioniranje i održavanje ureda utrošena su sredstva prema tablici u Prilogu 10.

**Realizacija:** 750.256

### 6.3. **Tijela turističke zajednice**

Sredstva su realizirana za organizaciju rada tijela TZGZ-a, Turističkog vijeća, Radne skupine za nadzor i Skupštine.

**Realizacija:** 121.132

### **UKUPNO ADMINISTRATIVNI POSLOVI**

**3.231.136**

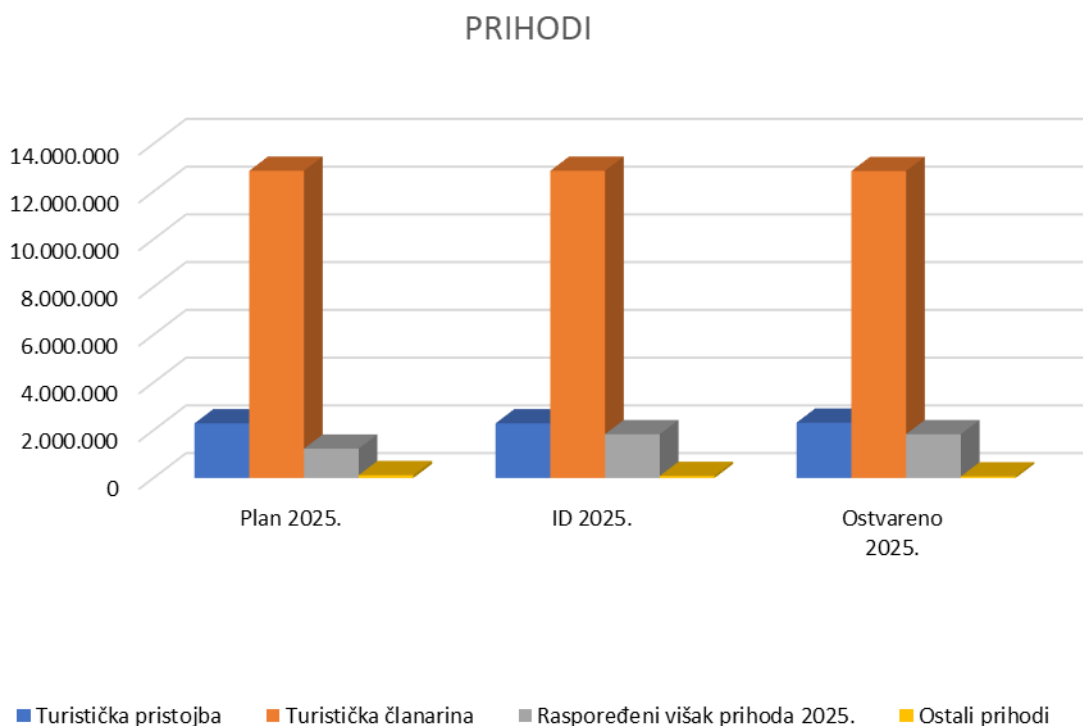
## **SVEUKUPNO AKTIVNOSTI**

**15.447.149**

## PRIHODI 2025.

RB		PRIHODI	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.	Udio %	Index
1.		Izvorni prihodi					
	1.1.	Turistička pristojba	2.290.000	2.290.000	2.322.306	13,59	101,41
	1.2.	Turistička članarina	12.870.000	12.870.000	12.860.225	75,26	99,92
2.		Raspoređeni višak prihoda 2025.	1.230.000	1.837.400	1.837.400	10,75	100,00
3.		Ostali prihodi	120.000	90.000	66.784	0,39	74,20
		<b>SVEUKUPNO:</b>	<b>16.510.000</b>	<b>17.087.400</b>	<b>17.086.715</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Grafikon 1. Planirani i ostvareni prihodi po vrstama



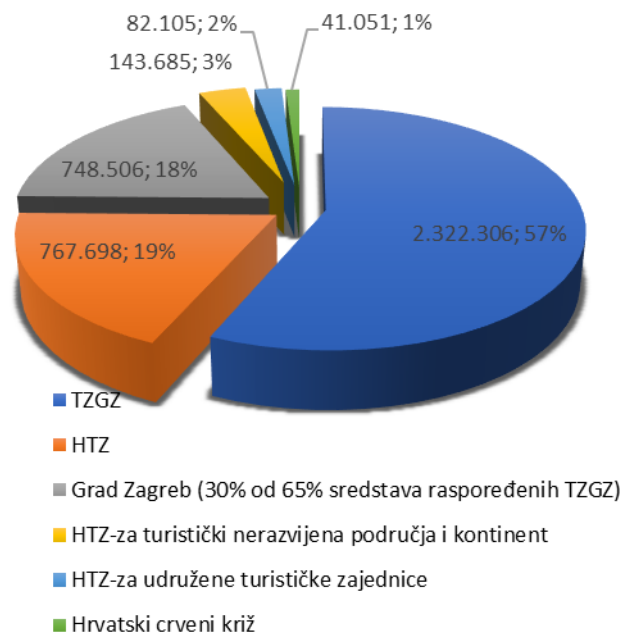
## 1. Turistička pristojba

Prihod od turističke pristojbe za 2025. godinu ostvaren je u iznosu 2.322.306 eura i u odnosu na planirani iznos je viša za 1,41 %. Do povećanja je došlo zbog naplaćene turističke pristojbe kod pojedinih obveznika, a za što su bile poduzete zakonske mjere. U strukturi ukupnih prihoda, prihodi od turističke pristojbe čine 13,59%. Ukupno raspoređena turistička pristojba za 2025. godinu iznosi 4.105.350 eura.

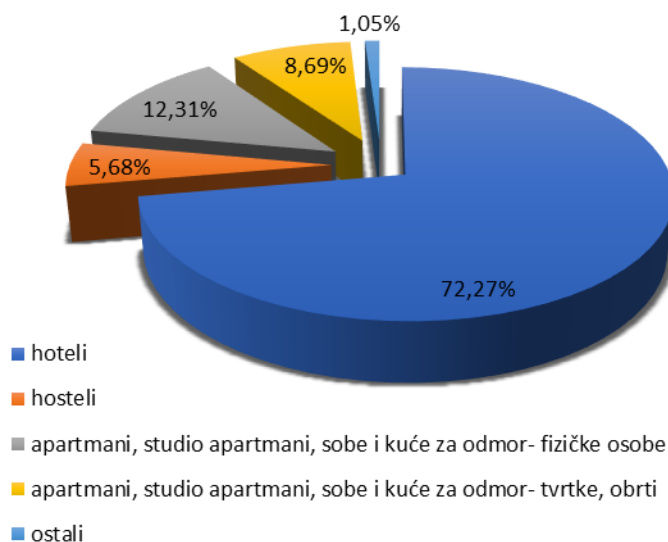
Prema Zakonu o turističkoj pristojbi sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	2.322.306
HTZ	767.698
Grad Zagreb (30% od 65% sredstava raspoređenih TZGZ)	748.506
HTZ-za turistički nerazvijena područja i kontinent	143.685
HTZ-za udružene turističke zajednice	82.105
Hrvatski crveni križ	41.051
Ukupno:	4.105.350

Grafikon 2. Raspored uplaćene turističke pristojbe



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



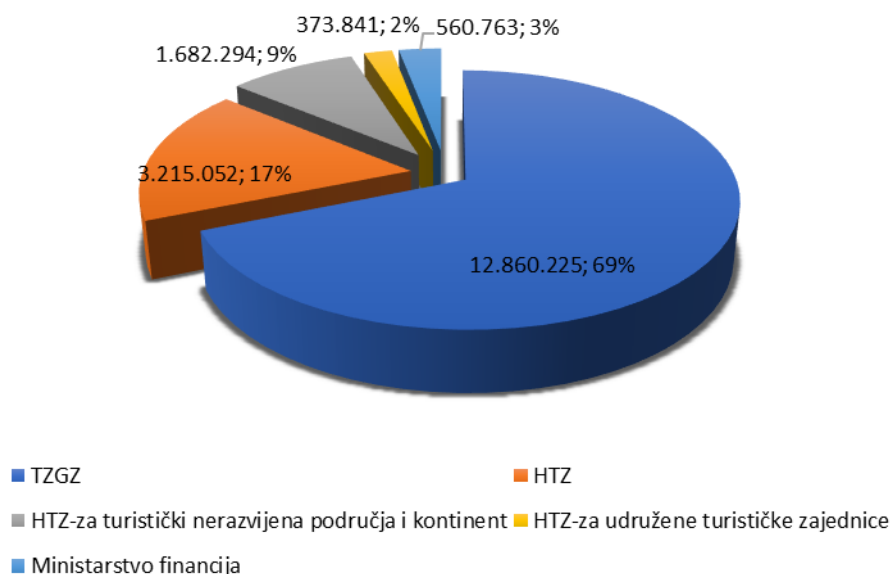
## 2. Turistička članarina

Prihod od turističke članarine iznosi 12.860.225 eura, odnosno 99,92% planiranih sredstava za 2025. godinu. U strukturi ukupnih prihoda, prihod od turističke članarine čini 75,26%. Tijekom 2025. godine s osnove članarine raspoređeno je 18.692.175 eura.

Prema Zakonu o turističkoj članarini sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	12.860.225
HTZ	3.215.052
HTZ-za turistički nerazvijena područja i kontinent	1.682.294
HTZ-za udružene turističke zajednice	373.841
Ministarstvo financija RH	560.763
Ukupno:	18.692.175

Grafikon 3. Raspored uplaćene turističke članarine



Prema evidenciji TZGZ-a u 2025. godini 25.930 obveznika uplaćuje turističku članarinu, od čega su 14.952 pravne osobe, a 10.978 fizičke osobe. Broj obveznika koji uplaćuje turističku članarinu veći je za 5% u odnosu na 2024. godinu.

Grafikon 4. Raspored ukupno uplaćene turističke članarine po djelatnostima



2. Višak prihoda iz prethodne godine raspoređen je u iznosu od 1.837.400 eura.

### 3. Ostali prihodi

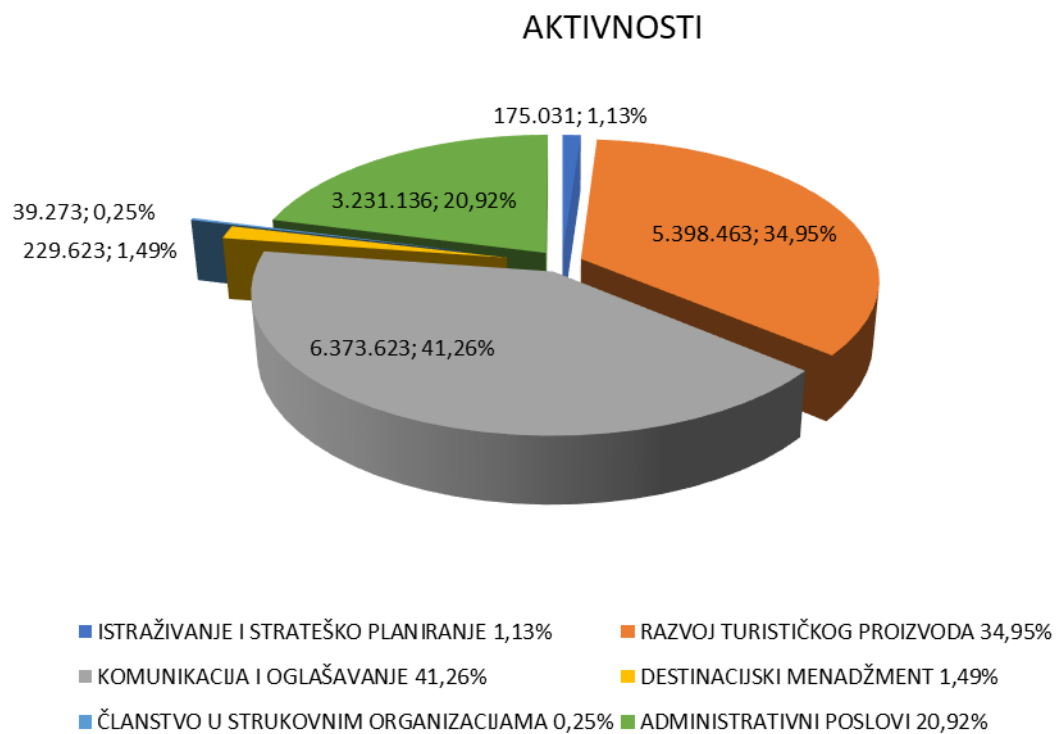
- Prihodi od novčanih sredstava	52.393 eura
- Prihodi od naknade štete	2.604 eura
- Prihodi od refundacije	3.542 eura
- Ostali prihodi	8.245 eura
<b>Ostali prihodi ukupno:</b>	<b>66.784 eura</b>

## RASHODI

RB	AKTIVNOSTI	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.	Udio	Index
<b>1.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>					
1.1.	Istraživanje i analiza tržišta	190.000	248.173	175.031	1,13	70,53
	<b>Ukupno:</b>	<b>190.000</b>	<b>248.173</b>	<b>175.031</b>	<b>1,13</b>	<b>70,53</b>
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>					
2.1	Sustavi označavanja kvalitete turist. proizvoda - Zdravstveni turizam	145.000	50.000	24.817	0,16	49,63
2.2	Podrška razvoju turističkih događanja					
2.2.1.	Potpore događanjima	2.306.500	2.322.600	2.167.094	14,03	93,30
2.2.2.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti	181.500	192.700	184.866	1,20	95,93
2.2.3.	Marketinški projekti, financijske potpore i posl. suradnje	284.375	338.150	309.265	2,00	91,46
2.2.4.	Ured direktora – potpore projektima	33.000	33.000	24.000	0,16	72,73
2.2.5	Potpore razvoja DMO	2.850.000	2.580.481	2.504.572	16,21	97,06
2.2.6	Kulturni turizam	25.000	75.000	66.140	0,43	88,19
2.3.	Podrška turističkoj industriji	160.000	135.850	117.709	0,76	86,65
	<b>Ukupno:</b>	<b>5.985.375</b>	<b>5.727.781</b>	<b>5.398.463</b>	<b>34,95</b>	<b>94,25</b>
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>					
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	200.000	2.500	2.013	0,01	80,50
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda					
3.2.1	Kampanje TZGZ	550.000	603.525	572.289	3,70	94,82
3.2.2	Oglašavanje u tisku	238.586	345.377	245.041	1,59	70,95
3.2.3	Online kampanje	1.001.000	1.070.000	970.017	6,28	90,66
3.2.4	TV oglašavanje	100.000	140.000	132.965	0,86	94,98
3.2.5	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama	5.000	5.000	5.500	0,04	110,00
3.2.6	Promotivni panoji i displeji	150.000	150.000	57.614	0,37	38,41
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR					
3.3.1.	Formiranje baze podataka, presscut	25.000	25.000	22.456	0,15	89,82
3.3.2.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	40.000	50.000	55.393	0,36	110,79
3.3.3.	Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima	227.500	145.750	145.123	0,94	99,57
3.3.4.	Suradnja s državnim i ostalim institucijama	50.000	65.000	44.586	0,29	68,59
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje					
3.4.1.	Suradnja s HTZ-om, avioprijevoznicima i agencijama	527.000	512.500	248.847	1,61	48,56
3.4.2.	Partnerstvo u oglašavanju turističke industrije Zagreba i TZGZ	150.000	200.000	159.079	1,03	79,54
3.4.3.	Promotivne kampanje s partnerima	955.000	1.160.800	1.085.800	7,03	93,54
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice					
3.5.1.	Samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ-om	227.300	225.321	207.105	1,34	91,92
3.5.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	60.000	55.000	49.819	0,32	90,58
3.5.3.	Posebne prezentacije i radionice	247.000	340.000	292.101	1,89	85,91
3.5.4.	Posebne prezentacije i radionice/kongresni odj.	69.000	78.000	80.243	0,52	102,88

RB	AKTIVNOSTI	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.	Udio	Index
3.6.	<b>Suradnja s organizatorima putovanja</b>	40.000	65.000	45.811	0,30	70,48
3.6.1.	Organizacija inspekcijskih i studijskih putovanja organizatora kongresa	50.000	40.000	27.258	0,18	68,15
3.7.	<b>Kreiranje promotivnog materijala</b>					
3.7.1.	Brošure i tiskani materijali	220.000	198.400	179.975	1,17	90,71
3.7.2.	Suvenir i promo materijali	180.800	218.750	184.978	1,20	84,56
3.7.3.	Newsletter TZGZ	15.000	16.000	15.005	0,10	93,78
3.7.4.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	280.000	286.650	222.039	1,44	77,46
3.7.5.	Kreiranje materijala za kanale online	125.000	187.000	193.937	1,26	103,71
3.8.	<b>Internetske stranice</b>	127.000	118.000	116.490	0,75	98,72
3.9.	<b>Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka</b> (dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)	280.000	400.000	405.507	2,63	101,38
3.9.1.	Analize podataka internetskih stranica i društvenih mreža	3.500	5.000	4.834	0,03	96,69
3.10.	<b>Turističko-informativne aktivnosti</b>	605.600	659.000	590.772	3,82	89,65
3.10.1.	Smeđa signalizacija i info table	9.000	9.000	11.025	0,07	122,50
	<b>Ukupno:</b>	<b>6.758.286</b>	<b>7.376.573</b>	<b>6.373.623</b>	<b>41,26</b>	<b>86,40</b>
4.	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>					
4.1.	<b>Stručni skupovi i edukacije</b>	100.000	100.000	88.151	0,57	88,15
4.1.1.	Odredište: Zagreb - uvođenje izbornog predmeta u škole	50.000	50.000	47.497	0,31	94,99
4.2.	<b>Upravljanje kvalitetom u destinaciji</b> (nagrade i priznanja)	10.000	28.000	18.613	0,12	66,47
4.2.1.	Zagreb Card	70.950	52.500	49.249	0,32	93,81
4.3.	<b>Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša</b>	26.000	26.200	26.113	0,17	99,67
	<b>Ukupno:</b>	<b>256.950</b>	<b>256.700</b>	<b>229.623</b>	<b>1,49</b>	<b>89,45</b>
5.	<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>					
5.1.	<b>Međunarodne strukovne i sl. organizacije</b>	20.686	36.486	36.586	0,24	100,27
5.2.	<b>Domaće strukovne i sl. organizacije</b>	2.687	2.687	2.687	0,02	99,98
	<b>Ukupno:</b>	<b>23.373</b>	<b>39.173</b>	<b>39.273</b>	<b>0,25</b>	<b>100,25</b>
6.	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>					
6.1.	<b>Plaće</b>	2.300.000	2.400.000	2.289.929	14,82	95,41
6.1.1.	Izdaci za prijevoz na posao	32.000	33.000	32.645	0,21	98,92
6.1.2.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu, radna odjeća)	40.000	50.000	37.175	0,24	74,35
6.2.	<b>Materijalni troškovi - Turistički ured</b>	800.016	821.000	750.256	4,86	91,38
6.3.	<b>Tijela turističke zajednice</b>	124.000	135.000	121.132	0,78	89,73
	<b>Ukupno:</b>	<b>3.296.016</b>	<b>3.439.000</b>	<b>3.231.136</b>	<b>20,92</b>	<b>93,96</b>
	<b>SVEUKUPNO:</b>	<b>16.510.000</b>	<b>17.087.400</b>	<b>15.447.149</b>	<b>100,00</b>	<b>90,40</b>

Grafikon 6. Struktura rashoda



## REKAPITULACIJA

UKUPNI PRIHODI 2025.	15.249.314,95 Eura
UKUPNI RASHODI 2025.	<u>15.447.148,81 Eura</u>
RAZLIKA	197.833,86 Eura

Manjak prihoda nad rashodima tekuće 2025. godine ukupno iznosi 197.833,86 Eura koji se poravnao prenesenim viškom prihoda iz prethodnog razdoblja.

# PRILOG 1. STATISTIKA NOĆENJA I DOLAZAKA TURISTA

## DOLASCI I NOĆENJA PREMA EVIDENCIJI TZGZ

TZG ZAGREB									
		I-XII 2025			I-XII 2024			indeks	2025/24
	Zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
1.	Albanija	3.448	6.214	0,224	3.390	5.869	0,218	102	106
2.	Argentina	7.643	16.278	0,587	6.417	13.733	0,510	119	119
3.	Australija	25.441	52.537	1,895	25.708	52.271	1,942	99	101
4.	Austrija	40.206	68.114	2,457	39.330	65.978	2,451	102	103
5.	Belgija	16.248	35.039	1,264	15.650	30.445	1,131	104	115
6.	Bjelorusija	762	1.617	0,058	1.775	2.825	0,105	43	57
7.	Bosna i Hercegovina	51.380	92.397	3,332	49.953	88.100	3,272	103	105
8.	Brazil	13.414	29.874	1,077	13.968	30.043	1,116	96	99
9.	Bugarska	38.735	58.219	2,100	37.639	55.072	2,046	103	106
10.	Cipar	3.507	9.132	0,329	3.285	8.564	0,318	107	107
11.	Crna Gora	7.359	15.833	0,571	8.040	18.341	0,681	92	86
12.	Češka	11.638	20.426	0,737	11.579	22.025	0,818	101	93
13.	Čile	1.903	4.535	0,164	2.272	5.237	0,195	84	87
14.	Danska	5.762	13.521	0,488	5.844	12.743	0,473	99	106
15.	Estonija	1.427	3.402	0,123	1.431	3.614	0,134	100	94
16.	Finska	2.940	7.840	0,283	3.747	9.392	0,349	78	83
17.	Francuska	35.349	76.967	2,776	36.066	76.353	2,836	98	101
18.	Grčka	19.200	40.099	1,446	14.759	28.753	1,068	130	139
19.	Hong Kong, Kina	2.633	4.082	0,147	3.055	3.915	0,145	86	104
20.	Indija	14.352	30.600	1,104	13.297	28.339	1,053	108	108
21.	Indonezija	2.306	3.526	0,127	2.369	3.925	0,146	97	90
22.	Irska	7.346	18.477	0,666	7.995	19.709	0,732	92	94
23.	Island	1.560	6.083	0,219	793	2.167	0,080	197	281
24.	Italija	62.422	135.954	4,903	61.702	135.821	5,045	101	100
25.	Izrael	5.457	14.865	0,536	5.384	13.339	0,495	101	111
26.	Japan	9.349	16.433	0,593	9.548	16.775	0,623	98	98
27.	Jordan	427	1.097	0,040	516	1.076	0,040	83	102
28.	Južnoafrička Republika	1.769	4.115	0,148	1.818	4.959	0,184	97	83
29.	Kanada	25.775	52.079	1,878	26.128	51.676	1,919	99	101
30.	Katar	685	1.687	0,061	646	1.314	0,049	106	128
31.	Kazahstan	730	2.239	0,081	655	1.730	0,064	111	129
32.	Kina	39.349	57.592	2,077	35.654	49.348	1,833	110	117
33.	Koreja, Republika	36.104	48.762	1,759	50.673	63.228	2,348	71	77
34.	Kosovo	5.701	9.994	0,360	6.153	11.480	0,426	93	87
35.	Kuvajt	683	1.382	0,050	813	1.723	0,064	84	80
36.	Letonija	1.450	3.759	0,136	1.815	4.005	0,149	80	94
37.	Lihtenštajn	84	153	0,006	84	163	0,006	100	94
38.	Litva	2.571	6.106	0,220	2.777	5.453	0,203	93	112
39.	Luksemburg	1.215	2.332	0,084	1.126	2.061	0,077	108	113
40.	Mađarska	18.347	31.492	1,136	19.220	34.029	1,264	95	93
41.	Makao, Kina	70	115	0,004	69	111	0,004	101	104
42.	Makedonija	12.596	25.049	0,903	11.514	21.808	0,810	109	115
43.	Malta	5.065	14.078	0,508	4.626	13.238	0,492	109	106
44.	Maroko	1.146	2.354	0,085	1.156	2.242	0,083	99	105
45.	Meksiko	4.490	9.229	0,333	4.353	8.979	0,334	103	103
46.	Nizozemska	27.876	51.725	1,865	28.356	52.941	1,966	98	98
47.	Norveška	4.418	10.504	0,379	4.153	9.050	0,336	106	116
48.	Novi Zeland	3.378	7.202	0,260	3.821	7.476	0,278	88	96
49.	Njemačka	90.345	180.643	6,515	87.408	170.174	6,321	103	106
50.	Oman	290	556	0,020	278	711	0,026	104	78
51.	Ostale afričke zemlje	4.074	11.080	0,400	3.847	10.025	0,372	106	111
52.	Ostale azijske zemlje	29.772	63.375	2,286	27.718	62.554	2,323	107	101
53.	Ostale europske zemlje	2.132	6.473	0,233	2.862	7.306	0,271	74	89
54.	Ost.zem.Juž.i Sred.Am.	9.036	22.015	0,794	8.984	21.683	0,805	101	102
55.	Ostale zemlje Oceanije	156	310	0,011	114	240	0,009	137	129
56.	Ostale zemlje Sjv.Am.	786	2.122	0,077	852	1.827	0,068	92	116

57.	Poljska	24.142	42.413	1,530	26.557	43.235	1,606	91	98
58.	Portugal	7.652	17.612	0,635	8.025	17.630	0,655	95	100
59.	Rumunjska	22.218	38.666	1,394	21.619	39.065	1,451	103	99
60.	Rusija	5.413	12.145	0,438	5.540	11.883	0,441	98	102
61.	SAD	91.339	206.518	7,448	92.634	200.775	7,457	99	103
62.	Slovačka	11.717	19.356	0,698	10.897	17.746	0,659	108	109
63.	Slovenija	36.272	56.904	2,052	36.414	55.268	2,053	100	103
64.	Srbija	49.632	91.401	3,296	48.967	89.425	3,322	101	102
65.	Španjolska	39.830	83.602	3,015	39.728	78.033	2,898	100	107
66.	Švedska	10.903	23.711	0,855	10.877	23.040	0,856	100	103
67.	Švicarska	19.009	37.950	1,369	19.020	36.305	1,348	100	105
68.	Tajland	2.129	3.743	0,135	2.022	3.007	0,112	105	124
69.	Tajvan, Kina	9.855	11.941	0,431	11.260	12.961	0,481	88	92
70.	Tunis	680	1.269	0,046	628	1.202	0,045	108	106
71.	Turska	17.254	32.661	1,178	16.624	29.723	1,104	104	110
72.	Ujedinjena Kraljevina	34.798	80.548	2,905	41.304	97.031	3,604	84	83
73.	Ujedinjeni Ar. Emirati	1.743	4.027	0,145	1.982	4.188	0,156	88	96
74.	Ukrajina	18.512	37.010	1,335	16.586	34.475	1,281	112	107
	<b>Strani turisti</b>	<b>1.125.405</b>	<b>2.213.160</b>	<b>79,82</b>	<b>1.133.869</b>	<b>2.170.950</b>	<b>80,636</b>	<b>99</b>	<b>102</b>
	<b>Domaći turisti</b>	<b>320.944</b>	<b>559.621</b>	<b>20,18</b>	<b>295.332</b>	<b>521.349</b>	<b>19,364</b>	<b>109</b>	<b>107</b>
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.446.349</b>	<b>2.772.781</b>	<b>100,00</b>	<b>1.429.201</b>	<b>2.692.299</b>	<b>100,000</b>	<b>101</b>	<b>103</b>

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

RB	Zemlja	dolasci
1	SAD	91.339
2	Njemačka	90.345
3	Italija	62.422
4	Bosna i Hercegovina	51.380
5	Srbija	49.632
6	Austrija	40.206
7	Španjolska	39.830
8	Kina	39.349
9	Bugarska	38.735
10	Slovenija	36.272

RB	Zemlja	noćenja
1	SAD	206.518
2	Njemačka	180.643
3	Italija	135.954
4	Bosna i Hercegovina	92.397
5	Srbija	91.401
6	Španjolska	83.602
7	Ujedinjena Kraljevina	80.548
8	Francuska	76.967
9	Austrija	68.114
10	Ostale azijske zemlje	63.375

RB	Zemlja	dolasci 2025	dolasci 2024	index '25/'24
1	SAD	91.339	92.634	99
2	Njemačka	90.345	87.408	103
3	Italija	62.422	61.702	101
4	Bosna i Hercegovina	51.380	49.953	103
5	Srbija	49.632	48.967	101
6	Austrija	40.206	39.330	102
7	Španjolska	39.830	39.728	100
8	Kina	39.349	35.654	110
9	Bugarska	38.735	37.639	103
10	Slovenija	36.272	36.414	100

RB	Zemlja	noćenja 2025	noćenja 2024	index '25/'24	prosj. ostanak dana 2025.g.
1	SAD	206.518	200.775	103	2,26
2	Njemačka	180.643	170.174	106	2,00
3	Italija	135.954	135.821	100	2,18
4	Bosna i Hercegovina	92.397	88.100	105	1,80
5	Srbija	91.401	89.425	102	1,84
6	Španjolska	83.602	78.033	107	2,10
7	Ujedinjena Kraljevina	80.548	97.031	83	2,31
8	Francuska	76.967	76.353	101	2,18
9	Austrija	68.114	65.978	103	1,69
10	Ostale azijske zemlje	63.375	62.554	101	2,13

**PRILOG 2. POTPORA DOGAĐANJIMA**

RB	Potpore projektima	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	MUZZA Zagreb Science Week - udruga Muzza, snaga znanosti, tehnologije i kulture / travanj		20.000	20.000	20.000
2.	Design week Zagreb - Scuderia d.o.o. / rujan	10.000	10.000	10.000	10.000
3.	Glazbena kontrola - Čvenk kod uspinjače - Zagrebački orkestar ZET-a / kroz godinu		7.000	7.000	7.000
4.	Rooftop sessions with Sara Renar - Sara Renar samostalna umjetnička djelatnost / lipanj - rujan		2.500	2.500	2.500
5.	Glazbene šetnje Zagrebom - Hrvatski glazbeni zavod / kroz godinu		2.000	2.000	2.000
6.	Segway City Tour Zagreb - Supercroatian, obrt / kroz godinu	1.500	1.500	1.500	1.500
7.	Secret Zagreb - Kazivačica d.o.o. za savjetovanje i usluge / kroz godinu	1.500	1.500	1.500	1.500
8.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike tours Zagreb j.d.o.o. / kroz godinu	1.500	1.500	1.500	1.500
9.	MSU tematske ture - Muzej suvremene umjetnosti / kroz godinu		1.500	1.500	1.500
10.	Galerija Šenoa u pokretu, riječi i slici / udruga Svi naši Šenoa / kroz godinu		1.500	1.500	1.500
11.	Zagrebački vergl - Udruga Zagrebački vergl / kroz godinu		2.000	2.000	2.000
12.	Booksa u parku - Udruga za promicanje kultura Kulturtreger / kroz godinu		3.000	3.000	3.000
13.	ESCAPE ZA VAN U MUZEJU - Kreativna Audiovizualna Asocijacija / studeni		1.500	1.500	1.500
14.	Art Plac na Splavnicu - Rekreator / kroz godinu		2.000	2.000	2.000
15.	Jane's Walk Zagreb - Centar za kulturu Trešnjevka / svibanj		1.500	1.500	1.500
16.	Ljetno kino arhitekture na Dolcu - UHA / lipanj - srpanj		3.000	3.000	
17.	Međunarodni tango događaj Zagreb Embrace - Plesni klub Tango / travanj	2.000		2.000	2.000
18.	Prvi inkluzivni sajam turizma (Cupi's spoon) - udruga UNUO			10.000	10.000
19.	Eurotrack, izložba željezničkog modelarstva - Klub željezničkih modelara Zagreb			1.000	1.000
20.	Forevergreen - Završni koncert i dodjela godišnjih nagrada HNK u Zagrebu - Hrvatsko narodno kazalište / srpanj			4.000	4.000
21.	NEPLANIRANO		15.000	10.000	
	<b>UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA</b>	<b>16.500</b>	<b>77.000</b>	<b>89.000</b>	<b>76.000</b>

RB	Eno i gastro	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Mali piknik - Udruga Mali plac / srpanj		7.500	7.500	7.500
2.	Le Grič - Udruga Mali plac / kolovoz		7.500	7.500	7.500
3.	PLACe market Hrvatska - S2 d.o.o. / travanj - listopad	5.000	5.000	5.000	5.000
4.	Vinske ture, Zagreb i okolica - Hrvatska na čašu d.o.o. / kroz godinu	1.500	1.500	1.500	1.500
5.	ZAGREB UNDERGROUND - Media desk d.o.o. / travanj	1.500	1.500	1.500	1.500
6.	NEPLANIRANO		10.000	5.000	
	<b>UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO</b>	<b>8.000</b>	<b>33.000</b>	<b>28.000</b>	<b>23.000</b>

	<b>Sport</b>	<i>De minimis</i>	<b>Plan 2025.</b>	<b>ID 2025.</b>	<b>Ostvareno 2025.</b>
1.	Svjetsko prvenstvo u hrvanju za seniore - Zagreb 2025./ Hrvatski hrvачki savez / rujan	15.000	15.000	15.000	15.000
2.	33. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	10.000	10.000	10.000	10.000
3.	IJF Judo Grand Prix Zagreb - Hrvatski judo savez / studeni	7.000	7.000	7.000	7.000
4.	Zagreb Open Grand Prix, Ranking series - Savez hrvачkih sportova grada Zagreba / veljača	7.000	7.000	7.000	7.000
5.	World finale Zagreb 2025. - Sportski klub Bambi kids / svibanj		3.000	3.000	3.000
6.	Zagreb Dance Grand Prix - Plesni klub Spin / svibanj	1.500	1.500	1.500	1.500
7.	Zagreb Run 2025. - DSR Aktivan život / svibanj - prosinac	3.000	3.000	3.000	3.000
8.	Downhill Sljeme 2025. - DSR Bike park Sljeme / rujan	2.000	2.000	2.000	2.000
9.	Sirius Open - Teniski klub osoba s invaliditetom Sirius / lipanj		2.000	2.000	2.000
10.	Grand Chess Tour 2025. - Udruga Šahovski klub e4 / lipanj - srpanj	15.000		15.000	15.000
11.	NEPLANIRANO		20.000	5.000	7.000
	Zlatna pirueta - Hrvatski klizački savez	7.000			7.000
	<b>UKUPNO SPORT</b>	<b>67.500</b>	<b>70.500</b>	<b>70.500</b>	<b>72.500</b>

<b>RB</b>	<b>Koordinacija s gradom Zagrebom</b>	<i>De minimis</i>	<b>Plan 2025.</b>	<b>ID 2025.</b>	<b>Ostvareno 2025.</b>
1.	I.A.A.F. - Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting – Atletski klub Dinamo Zrinjevac / svibanj -Stavka iskazana na 3.4.3 Promotivne kampanje s partnerima		70.000		
2.	NK Dinamo		45.000	45.000	45.000
3.	RK Zagreb		45.000	45.000	45.000
4.	KK Cibona		45.000	45.000	45.000
5.	VK Mladost		27.000	27.000	27.000
6.	HAOK Mladost		27.000	27.000	27.000
7.	RK Lokomotiva		27.000	27.000	27.000
8.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni / ljeto		7.000	7.000	7.000
9.	Dani satire Fadila Hadžića - Satiričko kazalište Kerempuh / lipanj		4.000	4.000	4.000
10.	Zagreb Open 2025. ATP & ITF w75 - Top Spin			5.000	5.000
11.	KK Cedevita junior			25.000	25.000
12.	Neraspoređeno		100.000	50.000	
	<b>UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM</b>		<b>397.000</b>	<b>307.000</b>	<b>257.000</b>

RB	Božićna i novogodišnja događanja	de minimis	ID 2025.	Odluka TV 2025.	Ostvareno 2025.
<b>Kultura u Adventu</b>					
<b>Klasična glazba</b>					
1.	Adventski koncerti Zagrebačkih solista - Umjetnička organizacija Zagrebački solisti			8.000	8.000
2.	Adventski koncerti Zagrebačkog komornog orkestra - Zagrebački komorni orkestar			8.000	8.000
3.	Večeri s Brahmsom - Umjetnička organizacija Cristoforium			6.500	6.500
4.	Božićni koncerti - Komorni zbor Ivan Filipović			6.000	6.000
5.	Koncert Zagrebačkih solista u Oktogonu - Umjetnička organizacija Zagrebački solisti			7.000	7.000
<b>Prigodna glazba</b>					
6.	S Božićnih balkona Zagrebu, koncerti - Umjetnička organizacija Ad gloriam brass			12.000	12.000
7.	Festival adventskih i božićnih pjesama u Zagrebu - Udruga Musica nota			12.000	12.000
8.	Zagrebačke adventske razglednice - Hrvatski glazbeni centar			5.500	5.500
9.	Advent pod lanternom - Udruga Musica nota			13.000	13.000
10.	Adventska simfonija grada - Glazbeno-umjetnički atelje Kralj			3.000	2.258
11.	Israel Klezmer orchestra, PLATFORM FOR CULTURE d.o.o.			10.180	10.180
12.	Flash mob u tramvaju - Udruga Maranatha			6.000	6.000
<b>Jednodnevna događanja</b>					
13.	Zborovi Badnjak - Midday Advent Melodies - Hieronimus			7.800	3.900
14.	Prijenos baleta Orašar ispred HNK - Hrvatsko narodno kazalište			2.500	2.500
15.	Advent Run, utrka - Run Croatia j.d.o.o.	3.000		3.000	3.000
16.	Q'ART - CONNECT IN LOVE - udruga Imagination			1.500	1.500
<b>Radionice i aktivnosti</b>					
17.	Etnografski muzej			6.000	6.000
18.	Muzej grada Zagreba			3.000	3.000
19.	Hrvatski prirodoslovni muzej			7.500	7.500
20.	Advent u Obrtničkom prolazu - Obrtnička komora Zagreb			7.000	7.000
<b>Programi za djecu i ostali sadržaji</b>					
21.	Teatrino klincolino, predstave za djecu - Udruga Zagrebački vergl			10.532	10.532
22.	Vožnja kočijom Djeda Božićnjaka - Kočije Habric d.o.o.	4.000		4.000	4.000
23.	Old Tour Zagreb - Eco group d.o.o.			3.000	3.000
24.	Advent u Maloj sceni - Kazalište Mala scena			1.500	1.500
25.	Božićno čudo, mjuzikl - Centar za kulturu Maksimir			5.000	5.000
UKUPNO		<b>7.000</b>		<b>159.512</b>	<b>154.870</b>
<b>Adventske lokacije: prigodno uređenje i događanja</b>					
1.	Advent na Zrinjevcu, iluminacija - Prggin d.o.o.			27.552	27.552
2.	Žive božićne jasllice - Udruga Sv. Lovro-Zajednica Cenacolo			5.000	5.000
3.	Trg bana J. Jelačića, ukrasi za borove i Manduševac, sv. Marko - ĐKČ d.o.o.			45.000	45.597
4.	Uređenje Trga bana J. Jelačića - Studio Artel			51.025	51.025
5.	Prvi snijeg - instalacija u NMMU (Oktogon) - LUMI-MAKS D.O.O., Saša Šekoranja obrt			130.000	129.475
6.	Adventski Open House Zagreb - Udruga Open House Zagreb / Blatnik skupina d.o.o			22.500	22.500
7.	Instalacija Geometrija tišine, Lapidarij Arheološkog muzeja - Sovilj dva d.o.o.			70.000	56.380

8.	Na zvona sva - Tunel grič - ĐKĆ d.o.o.			42.000	31.475
9.	Orašari u javnom prostoru - Le Band obrt			3.000	2.110
10.	HNK prigodno uređenje - Katapult promocija d.o.o.			22.000	20.908
11.	ZagreBal, Bal na Gornjem gradu - Hanger media d.o.o.			110.000	109.999
12.	Veliki veliki Božić, Svačićev trg - Hanger media d.o.o.			15.438	15.438
13.	Uređenje Cvjetni trg - Sintagma Media d.o.o.			50.938	49.886
14.	Uređenje Masarykova - Katapult promocija d.o.o.			30.000	27.259
15.	Mjesečev vrt, prilagodba na Strossmayerovo šetalište zapad - udruga Umjetnost za grad			45.522	43.000
16.	Zimski nokturno, prilagodba u park Grič - udruga Umjetnost za grad			28.500	27.000
17.	Prigodno adventsko uređenje i program - Zagreb City Hotels d.o.o.	3.000		3.000	3.000
18.	Advent u prolazu, Hotel Jägerhorn - Ilički rog d.o.o.			3.000	
19.	Advent Bachata Congress - Udruga Lindy Hop Zagreb			4.000	4.000
20.	Footling around sparkling edition - Kokoš ili jaje d.o.o.	5.000		5.000	5.000
	UKUPNO	<b>8.000</b>		<b>713.475</b>	<b>676.604</b>
	<b>Gradske lokacije</b>				
1.	Europski trg, EU Advent - Svibanjprojekt d.o.o.	13.000		13.000	13.000
2.	Trg bana Josipa Jelačića - FHR d.o.o.	8.000		10.000	8.000
3.	Park Zrinjevac, Advent na Zrinjercu - Katapult promocija d.o.o.	13.000		13.000	13.000
4.	Strossmayerov trg, Fuliranje - Kokoš ili jaje d.o.o.	13.000		13.000	13.000
5.	Trg kralja Tomislava, Ledeni park - Katapult promocija d.o.o.	50.000		50.000	50.000
6.	Strossmayerovo šetalište istok, Caffè de Matoš - Jarun park d.o.o.	13.000		13.000	13.000
7.	Maksimir, Kvaternikov trg, Jingleingz, ČETIRI PRIJATELJA j.d.o.o.	10.000		10.000	10.000
	UKUPNO	<b>120.000</b>		<b>122.000</b>	<b>120.000</b>
	<b>Ostalo</b>				
1.	Doček Nove godine			250.000	197.500
2.	Struja, zaštitari, osiguranje, mjerenje buke, čistoća, najmovi / više dobavljača			100.000	88.528
3.	Ostali neplanirani troškovi			30.013	18.170
	UKUPNO	<b>0</b>		<b>380.013</b>	<b>304.198</b>
	<b>UKUPNO BOŽIČNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA 2025.</b>	<b>135.000</b>	<b>1.315.000</b>	<b>1.375.000</b>	<b>1.255.673</b>
	Troškovi Adventa prethodne godine		5.000		833
	<b>SVEUKUPNO BOŽIČNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA</b>	<b>135.000</b>	<b>1.320.000</b>	<b>1.375.000</b>	<b>1.256.506</b>

RB	Kultura	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz		30.000	30.000	30.000
2.	Ljetne večeri scene Amadeo - Udruga Scena Amadeo / kolovoz - rujan		14.000	14.000	14.000
3.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista - UO Zagrebački solisti / rujan		10.000	10.000	10.000
4.	Zagrebačko glazbeno proljeće - "Šulek i suvremenici" - KD Vatroslav Lisinski / svibanj		10.000	10.000	10.000
5.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj	5.000	5.000	5.000	5.000
6.	Muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj		4.000	10.000	10.000
7.	Glazba u crkvi sv. Marka, Oratorijsko društvo crkve sv. Marka / veljača - prosinac		4.000	4.000	4.000
8.	Zvuci Opatovine - Studentsko kulturno-umjetničko društvo Ivan Goran Kovačić / kroz godinu		2.000	2.000	2.000
9.	Svjetski dan glazbe - Hrvatska glazbena unija / lipanj		3.000	3.000	3.000
10.	Koncerti iznenađenja - Hrvatski glazbeni zavod / travanj - svibanj		5.000	5.000	5.000
11.	Spring etno jazz - Platform for culture d.o.o. / svibanj		7.000		
12.	Brokenships stage - Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / lipanj - srpanj	5.500	5.500	5.500	5.500
13.	Međunarodni dan jazz - Hrvatska glazbena unija / travanj		2.000	2.000	2.000
14.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu		2.000	2.000	2.000
15.	Izložba (2 + 2) x 5 - Sovilj dva d.o.o. / prosinac	20.000	15.000	15.000	20.000
16.	Izložba u povodu 1100. godina Hrvatskog kraljevstva - Galerija Klovićevi dvori / studeni 2025. - veljača 2026.		10.000	10.000	10.000
17.	Zagrebački umjetnici povezuju Zagreb i Beč - udruga Nomad / listopad - prosinac		4.000	4.000	4.000
18.	Izložba Histerija zaborava - prve žene zagrebačkih muzeja te Arheologija i popularna kultura - Arheološki muzej u Zagrebu / ožujak 2025. - veljača 2026.		5.000	5.000	5.000
19.	60. zagrebački salon - HDLU / rujan - studeni		5.000	5.000	5.000
20.	Nesvrstani 7 - kuća Lauba / lipanj		3.000	3.000	3.000
21.	Ivan Meštrović i Tomislav Gotovac INTIMA JAVNOGA - Institut Tomislav Gotovac / veljača - ožujak		2.000	2.000	2.000
22.	Izložba - Blackout : 40 godina Hip-Hopa u Hrvatskoj - Udruga Blackout Hip Hop / veljača - ožujak		2.500	2.500	2.500
23.	11. Reli po galerijama - Udruga za poticanje kreativnosti Atanor / listopad		1.500	1.500	1.500
24.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj		2.000	2.000	2.000
25.	Noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava / studeni		2.000	2.000	2.000
26.	Ljetne noći Teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - kolovoz		6.000	6.000	6.000
27.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih / kroz godinu		3.000	3.000	3.000
28.	Međunarodna smotra folklor - Kulturni centar Travno, Centar za tradicijsku kulturnu baštinu / srpanj			4.000	4.000
29.	XV. trijenale hrvatskog kiparstva - HAZU Gliptoteka / listopad 2025. - veljača 2026.			3.000	2.989
30.	Gaia... i Zagreb - Fab d.o.o. / srpanj - kolovoz			10.000	10.000
31.	ZGRAF 13, međunarodna manifestacija grafičkog dizajna - ULUPUH			4.000	4.000
32.	NEPLANIRANO		20.000	15.000	6.000
	Art Zagreb 2025. - Scuderia d.o.o.	3.000			3.000
	Izložba, Rosa Barba - Muzej suvremene umjetnosti				3.000
	<b>UKUPNO KULTURA</b>	<b>33.500</b>	<b>184.500</b>	<b>199.500</b>	<b>195.489</b>

RB	Festivalsi	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Cest is d'best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj		25.000	25.000	25.000
2.	Festival iluzija - 10. godišnjica Muzeja Iluzija - Mozgaonica d.o.o. / lipanj		10.000	10.000	10.000
3.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o. / kroz godinu	20.000	20.000	20.000	20.000
4.	Večeri na Griču - KIC / srpanj		7.000	7.000	7.000
5.	Musica maxima X, festival komorne glazbe i 20. obljetnički koncert - Zagrebački komorni orkestar / rujan		5.000	5.000	5.000
6.	BSH events - Marinanet d.o.o. / kroz godinu	6.000	6.000	6.000	6.000
7.	Zagreb Wind & Brass fest WIBRA - Zagrebački orkestar ZET-a / lipanj		3.000	3.000	3.000
8.	Projekti Ilica: Q'Art - udruga Imagination / kroz godinu		6.000	6.000	6.000
9.	Greencajt festival - FHR d.o.o. / svibanj	5.000	5.000	5.000	5.000
10.	Međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan		5.000	5.000	5.000
11.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj		5.000	7.000	7.000
12.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan	4.000	4.000	4.000	4.000
13.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj		4.000	4.000	4.000
14.	BIT - Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih - OU Novo kazalište / rujan - listopad		4.000	4.000	4.000
15.	Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / svibanj		3.000	3.000	3.000
16.	Pop Up Film Festival - Urban Entertainment j.d.o.o. / ljeto	2.500	2.500	2.500	2.500
17.	Zagrebački operni festival - Hrvatsko narodno kazalište - rujan			15.000	15.000
18.	Ljeto u Štrosu - Machinery Way. j.d.o.o. / lipanj - kolovoz			3.000	3.000
19.	NEPLANIRANO		20.000	15.000	2.000
	Zvuk s asfalta - Muzej novog vala	2.000			2.000
	<b>UKUPNO FESTIVALI</b>	<b>39.500</b>	<b>134.500</b>	<b>149.500</b>	<b>136.500</b>

RB	Filmski projekti	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Zagreb Film Festival - UO Zagreb Film Festival / studeni		6.500	6.500	6.500
2.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / ožujak - travanj		6.500	6.500	6.500
3.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / svibanj - lipanj		5.000	5.000	5.000
4.	Fantastic Zagreb film festival - udruga Rudolf / srpanj		3.000	3.000	3.000
5.	DA2, Zagreb design, art & architecture film festival - Pari pikule / listopad		3.000	3.000	3.000
6.	NEPLANIRANO		4.000	2.000	3.000
	Manifestacija Zagreb filmski grad – UO Motovun film festival				3.000
	<b>UKUPNO FILMSKI PROJEKTI</b>		<b>28.000</b>	<b>26.000</b>	<b>27.000</b>

RB	Suradnja s ustanovama i institucijama	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Muzej grada Zagreba / program kroz godinu		10.000	7.000	7.000
2.	Muzej suvremene umjetnosti / program kroz godinu		3.000	8.000	8.000
3.	Hrvatski prirodoslovni muzej / program kroz godinu		4.000	3.000	3.000
4.	Etnografski muzej / program kroz godinu		4.000	4.000	4.000
5.	Umjetnički paviljon u Zagrebu / program kroz godinu		4.000	16.500	16.500
6.	Meštrovićev paviljon u gostovanju: Martina Miholić - Hrvatsko društvo likovnih umjetnika / lipanj - srpanj		3.000	3.000	3.000
7.	Javna ustanova Park prirode Medvednica / kolovoz - listopad		5.000	5.000	5.000
8.	Koncertna dvorana Tvornica kulture / programi kroz godinu	5.000	5.000	5.000	5.000
9.	Muzej prekinutih veza (novi stalni postav) - MBR kolektiv d.o.o. / program kroz godinu	10.000	10.000	10.000	10.000
10.	Godišnji izložbeni program - Kuća Lauba / program kroz godinu	10.000	10.000	10.000	10.000
11.	Muzej čokolade Zagreb - Svijet čokolade d.o.o. / program kroz godinu	3.000	3.000	3.000	3.000
12.	Muzej novog vala - Neprilagođen d.o.o. / program kroz godinu	3.000	3.000	3.000	3.000
13.	Kolekcionart Nove Perspektive - Godišnji program izložbi - Kolekcionart / program kroz godinu		3.000	3.000	3.000
14.	VR Kino KEK - Klub za ekspedicionizam i kulturu KEK	4.600		4.600	4.600
15.	Zlatna igla - Udruženje obrtnika grada Zagreba / lipanj			2.000	2.000
16.	Muzej smijeha - Revolucija smijeha d.o.o. / program kroz godinu	4.000		4.000	4.000
17.	Proslava 100 godina Hotela Esplanade - ZGK Komedija / srpanj			8.000	8.000
18.	Mjuzikl Cabaret u novom prostoru HNK2 - Hrvatsko narodno kazalište / studeni			20.000	20.000
19.	Izložba Neraskidiva veza sa Zagrebom - Javna ustanova Park prirode Medvednica / ožujak			4.000	4.000
20.	NEPLANIRANO		15.000	10.000	
	<b>UKUPNO SURADNJA S USTANOVAMA I INSTITUCIJAMA</b>	<b>39.600</b>	<b>82.000</b>	<b>133.100</b>	<b>123.100</b>
	<b>SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA</b>	<b>339.600</b>	<b>2.306.500</b>	<b>2.322.600</b>	<b>2.167.094</b>

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

RB	Naziv	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	WINE EnoGASTRO VIP Event - Međunarodna konferencija vinskih, ugostiteljskih i gastronomskih znalaca, Ricerca Mercato, 4.-5.2.	3.000	3.000	3.000	3.000
2.	Vinart Grand Tasting, Vinart d.o.o., 1. 2. - 4. 3.	3.000	3.000	3.000	3.000
3.	Kongres Europske baseball softball konfederacije 2025, Hrvatski baseball savez, 6.-9.2.	2.913	3.000	3.000	2.913
4.	4. Simpozij o dijabetesu, kardiologiji, nutriciji i endo-onkologiji, A.T.I. d.o.o, 14.-16.2.	2.000	2.000	2.000	2.000
5.	Međunarodni sudački seminar i ispit za mušku sportsku gimnastiku i parkour, Hrvatski gimnastički savez, 14.-26.2.	3.000	3.000	3.000	3.000
6.	Best Stay konferencija, Positive Garden d.o.o., 27. - 28.2.	3.000	3.000	3.000	3.000
7.	Voices - Europski festival novinarstva i medijske pismenosti, Sindikat novinara Hrvatske, 28.2.-1.3.		10.000	10.000	10.000
8.	RED konferencija, HESA Group d.o.o., 11.-13.2.	2.000	2.000	2.000	2.000
9.	Izazovi i dobiti uključivanja pasa pomagača i terapijskih pasa, Hrvatska udruga za školovanje pasa vodiča i mobilitet, 25.-27.9.	1.500	1.500	1.500	1.500
10.	Money Motion 2025, Short Notice Productions, 27.-28.3.	2.000	2.000	2.000	2.000
11.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni event d.o.o., 1.-3.4.	45.000	45.000	45.000	45.000
12.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društava distrofičara Hrvatske SDDH, 25.-27.4.		1.500	1.500	1.500
13.	Future Tense powered by Lurssen 2025, Komunikacijski laboratorij, 8.5.	2.500	2.500	2.500	2.500
14.	LEAP Summit 2025., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 8.- 9. 5.	4.000	4.000	4.000	4.000
15.	Međunarodni dani znanstvene fantastike SFeraKon 2025, Društvo Sfera, 9. - 12.5.	3.000	3.000	3.000	3.000
16.	Kandidatura za Europske dane znanstvene fantastike EUROCON 2028, Društvo Sfera, 10.-15.5.	2.000	2.000	2.000	2.000
17.	European Nuclear Young Generation Forum, Hrvatsko nuklearno društvo, 2.-6.6.	3.000	3.000	3.000	3.000
18.	Industry programi Animafesta Zagreb 2025., Hulahop d.o.o., 2.-7.6.	4.000	4.000	4.000	4.000
19.	Green Energy EXPO Zagreb 2025, A.T.I. d.o.o., 3. - 4.6.	2.000	2.000	2.000	2.000
20.	Annual Congress of Central European Diabetes Association (CEDA 2025), A.T.I., 12.-14.6.	3.000	3.000	3.000	3.000
21.	11. Europski žanrovski forum, Udruga Rudolf, 3.- 6.7.	2.000	2.000	2.000	2.000
22.	Međunarodna konf. Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla - Genij za budućnost, 11.7.		1.500	1.500	1.500
23.	M&I Express Zagreb 2025, Demaco d.o.o., 27.-29.8.	14.000	14.000	14.000	14.000
24.	Posebni (međunarodni) kongres Jehovinih svjedoka 2025., Jehovini svjedoci KVZ, 1.8.-3.8.		20.000	20.000	20.000
25.	4th International Congress on Roman Bioarchaeology, Institut za antropologiju, 31.8. - 2.9.	2.500	2.500	2.500	2.500
26.	2025 Zagreb IAPL Colloquium: Judicial Efficiency Revisited, Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 11. - 13.9.	2.500	2.500	2.500	2.500
27.	Zagreb SLUSH'D 2025, Hrvatski ured za kreativnost, 24.-25.9.	2.000	2.000	2.000	2.000
28.	30. hrvatski simpozij osoba s invaliditetom, Zajednica saveza osoba s invaliditetom RH - SOIH, 20.-21.10.		1.500	1.500	1.500
29.	Forum zagrebačkih ugostitelja 2025., Udruženje ugostitelja Zagreb, 22.10.		5.000	5.000	5.000
30.	Festival Dani Orisa 25, Oris d.o.o., studeni	2.000	2.000	2.000	2.000
31.	Adriatic Translation Conference 2025., Tregger Team d.o.o., 24.10.	1.000	1.000	1.000	1.000
32.	Festival ultrazvuka u akutnoj medicini, HLZ- Društvo za internu medicinu, studeni	4.000	4.000	4.000	4.000
33.	27. Kongres hotelijera, Udruga poduzetnika u hotelijerstvu Hrvatske, 25.-26.11.	2.000	2.000	2.000	2.000

RB	Naziv	De minimis	Plan 2025.	ID 2025	Ostvareno 2025.
34.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma, 9.12.		2.000	2.000	2.000
35.	Project Days, Hrvatska udruga za upravljanje projektima, 15.-16.12.	2.000	2.000	2.000	2.000
36.	Lions Quest European Meeting, Savez udruga Lions klubova Hrvatske, 22. - 26. 1.	1.000		1.000	1.000
37.	16. kongres Europskog društva za lubanjsku osnovicu, Hrvatsko društvo za lubanjsku osnovicu HLZ, 4. - 7. 12.	3.000		3.000	3.000
38.	Radionica Drugačiji pristupi različitim segmentima MICE industrije, HUPKT, 24. 9.			1.000	1.000
39.	12. Interkontinentalni simpozij rinoplastike, Poliklinika Lohuis Filipović Medical Group, 15. - 17. 5.	1.500		1.500	1.500
40.	Okrugli stol "Obrazovanje koje obogaćuje život", Centar za nenasilnu komunikaciju Hrvatska, 16. 5.			1.200	1.200
41.	15. Hrvatski biološki kongres, Hrvatsko biološko društvo, 20. - 23. 11.	2.000		2.000	2.000
42.	Međunarodna znanstvena konferencija Kapelica Majke Božje Sljemenske, kraljice Hrvata i 1100 godina Hrvatskog kraljevstva, Župa majke Božje Sljemenske, 11. 9.	500		500	500
43.	ArhiBau 2025., Organizacija za planiranje i arhitekturu d.o.o., sajam i konferencija, 10. - 13. 9.	3.000		3.000	3.000
44.	Potpore za kandidature - neraspoređeno		15.000	13.000	5.253
	<b>UKUPNO:</b>	<b>135.913</b>	<b>181.500</b>	<b>192.700</b>	<b>184.866</b>

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

RB	Naziv	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Zagreb For You - 30 stupnjeva - oblikovanje informacija		43.350	43.350	43.350
2.	Enjoy Zagreb – Sintagma media d.o.o.		40.000	50.905	50.905
3.	ZAGART - 30 stupnjeva - oblikovanje informacija		29.025	29.025	29.025
4.	Međunarodni sajam turizma - Place2Go	10.000	10.000	10.000	10.000
5.	MSU - I. Kožarić, monografija		10.000	10.000	10.000
6.	Holjevac - monografija -MSU		10.000	10.000	10.000
7.	Židovska zajednica - Židovi i arhitektura modernog Zagreba		10.000	10.000	10.000
8.	DTVZ 930g osnutka Zagreba - doprinos manjina u kulturno povijesnoj baštini		4.000	4.000	4.000
9.	Javna ustanova "Park prirode Medvednica" - Medvednica karte		3.000	3.000	3.000
10.	Zagreb film - Zagreb kao filmska destinacija		2.500	2.500	2.500
11.	Zagreb Gay Guide - Udruga Domino		2.500	2.500	2.500
12.	HDD - Izložba hrvatskog dizajna, brošura		3.000	3.000	3.000
13.	Delicious Zagreb - Akademija gastronomije j.d.o.o. i Put hrane obrt		60.000	60.000	59.615
14.	Zagreb Digital Nomad 2025 - 4 seasons - Destinacija senzacija	6.000	6.000	6.000	6.000
15.	PETCHAT j.d.o.o. - Besplatna veterinarska podrška za sve turiste grada Zagreba		5.000	5.000	
16.	Downtown Game Studio j.d.o.o. - Dark Queen (Crna Kraljica)	5.000	5.000	5.000	5.000
17.	Javna ustanova "Park prirode Medvednica" - Medvednica online		3.000	3.000	3.000
18.	Ironing club - ZAGrebi-ispod površine okusa	3.000	3.000	3.000	3.000
19.	YELO - Basna, bajka i burg 2		2.000	2.000	2.000
20.	Dare 2 dream d.o.o. - Zagreb Time Travel digitalni razgled grada	1.500	1.500	1.500	1.500

RB	Naziv	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
21.	Udruga branitelj Domovinskog rata MOJ-GRAD - Mobilna aplikacija Zagreb		1.500	1.500	1.500
22.	Zagreb moj grad - promocija časopisa - Bibra izdavaštvo d.o.o.			2.500	2.500
23.	Copy taste - Peaches&cream d.o.o.	9.520		9.520	9.520
24.	Strateško savjetovanje platmorme StoriesCroatia - Carte Blanche d.o.o.			3.750	3.750
25.	Projekt: Svjetski chefovi - Udruga Chaine de Rotisseurs Balliage de Criatie	3.500		3.500	3.500
26.	Summer party by Cover Style - Cover Marketing d.o.o.	500		500	500
27.	Promocija Zagreba kao destinacije - Contres projekti d.o.o.			2.500	2.500
28.	Uživo sa svih kontinenata - OŠ Ive Andrića			1.000	1.000
29.	Dokumentarni film Treći svijet - Inter film d.o.o.	3.000		3.000	3.000
30.	Film GLAD - 4Film d.o.o.	4.600		4.600	4.600
31.	Dog's caffe - ZEVENT D.O.O.			2.000	2.000
32.	Jedan svijet Jedna obitelj - Institut za ljudske vrijednosti			2.000	2.000
33.	Konferencija 365 - Julius Rose			5.000	5.000
34.	JRE - Talent&Passion			3.000	3.000
35.	NEPLANIRANO		30.000	30.000	6.500
	Neshvaćeni Tesla , knjiga - Gaudeamus obrt	2.500			2.500
	3. Japanski filmski festival - Kaos d.o.o.				2.000
	Hrvatska kuća u Tokiju - Hrvatski sportski savez gluhih				2.000
	<b>UKUPNO:</b>	<b>49.120</b>	<b>284.375</b>	<b>338.150</b>	<b>309.265</b>

#### PRILOG 5. – POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Festival svjetla Zagreb		1.200.000	1.390.000	1.388.697
2.	Zagreb Classic		800.000	850.000	819.176
3.	ARTUPUNKTURA		450.000		
4.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV				
4.1.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / svibanj - rujan		35.000	35.000	35.000
4.2.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / lipanj - rujan		7.000	7.500	7.500
4.3.	Folklorna ljetna scena za turiste - Centar za tradicijsku kulturu Etnoteka / srpanj, kolovoz		10.000	9.500	8.700
5.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad i Nova godina		60.000	60.000	57.593
6.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / kolovoz		70.000		
7.	Plesnjak na Zrinjevcu - Katapult promocija d.o.o. / ljeto		70.000	60.000	56.475
8.	Open house Zagreb - više nositelja / kroz godinu		15.000	15.000	15.080
9.	USKRSNI PROGRAMI				
9.1.	Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasionska baština / ožujak		5.500	5.500	5.500
9.2.	Zagrebački kvartet		4.500	4.500	4.500
9.3.	Komorni zbor Ivan Filipović		2.500	3.000	3.000
9.4.	Hrvatski glazbeni centar		2.300	2.200	2.200
9.5.	Uskrсни koncert KUD Dragutin Domjanić - Hieronimus obrt			3.820	3.820

RB	Naziv	De minimis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
10.	Svjetski dan turizma / rujan		15.000	35.000	19.271
11.	Dan grada Zagreba / svibanj		7.000	636	570
12.	Zagreb Tourfilm Festival - Balduči film d.o.o. / listopad	15.000	15.000	15.000	15.000
13.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane		5.000	5.000	4.800
14.	Kostimirani likovi na događanjima		5.000	5.000	931
15.	Održavanje murala		10.000	5.000	
16.	Uređivanje i markacija staza - Hrvatski planinarski savez			8.825	8.825
17.	Nora Turato - HDLU			50.000	47.934
18.	NEPLANIRANO		61.200	10.000	
	<b>UKUPNO PROJEKTI TZGZ</b>	<b>15.000</b>	<b>2.850.000</b>	<b>2.580.481</b>	<b>2.504.572</b>

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

RB	Država	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	SAD	New York	NY Travel & Adventure Show	25. - 26.1.	9	22.000	19.320	19.320
2.	SAD	Chicago	Chicago Travel & Adventure Show	1. - 2.2.	9	13.500	12.079	12.079
3.	Španjolska	Barcelona	B-Travel	28. - 30.3.	10	8.000	6.500	6.277
4.	Brazil	São Paulo	WTM Latin America	14. - 16.4.		20.000	17.826	17.826
5.	Kina	Šangaj	ITB China	27. - 29.5.		12.000	12.705	12.705
6.	Japan	Aichi	Tourism Expo Japan	26. - 29.9.		11.000	14.000	8.523
7.	Singapur	Singapore	ITB Asia	15. - 17.10.	18	24.000	28.000	33.461
8.	Južna Koreja	Seoul	International Travel Fair	5. - 8.6			7.219	7.219
	<b>UKUPNO</b>					<b>110.500</b>	<b>117.649</b>	<b>117.409</b>

#### NASTUPI S HTZ-om

RB	Država	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.	
1.	Nizozemska	Utrecht	Vakantiebeurs	9. - 12.1.	5	6.300	5.386	5.386	
2.	Austrija	Beč	Ferienmesse	16. - 19.1.	5	7.000	9.809	9.809	
3.	Španjolska	Madrid	Fitur	22. - 26.1.	5	8.000	5.437	5.437	
4.	Njemačka	Munchen	f.r.e.e.	19. - 23.2.	5	7.000	8.278	8.278	
5.	Njemačka	Berlin	ITB	4. - 6.3.	7	12.000	8.806	8.806	
6.	Italija	Napulj	BMT	13. - 15.3.	7	6.000	5.687	5.687	
7.	UAE	Dubai	ATM Dubai	28.4. - 1.5.	7	21.500	20.269	20.269	
8.	Francuska	Pariz	IFTM Top Resa	23. - 25.9.	7	14.000	14.000	9.899	
9.	Velika Britanija	London	WTM	4. - 6.11.	7	15.000	15.000	16.125	
	<b>UKUPNO NASTUPI S HTZ-om</b>						<b>96.800</b>	<b>92.672</b>	<b>89.696</b>
	<b>NEPLANIRANO - SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ-om</b>						<b>20.000</b>	<b>15.000</b>	
	<b>UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om</b>						<b>227.300</b>	<b>225.321</b>	<b>207.105</b>

**PRILOG 7. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA**

RB	Grad	Burza	Datum	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Ljubljana	Conventa	18.-20.2.	4.500	4.462	4.462
2.	Frankfurt	IMEX	20.-22.5.	12.000	9.986	9.986
3.	London	The Meetings Show 2025.	25.-26.6.	9.500	9.269	9.269
4.	Las Vegas	IMEX America	7.-9.10.	15.000	17.000	15.421
5.	Barcelona	IBTM World	18.- 20.11.	13.000	11.000	10.681
6.	Neplanirano			6.000	3.283	
	<b>UKUPNO</b>			<b>60.000</b>	<b>55.000</b>	<b>49.819</b>

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

RB	Naziv	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Mapa Korak po korak	8.500	9.000	7.821
2.	Monografije i knjige - razno	1.500	400	201
3.	Program priredaba	74.000	76.000	78.396
4.	Plan grada – letak	40.000	38.000	34.875
5.	Brošura Dobro došli u Zagreb	60.000	55.000	50.811
6.	Brošure, karte i letci projekata	30.000	15.000	7.871
7.	Kongresna brošura	1.000		
8.	NEPLANIRANO	5.000	5.000	
	<b>UKUPNO</b>	<b>220.000</b>	<b>198.400</b>	<b>179.975</b>

**SUVENIRI I PROMO MATERIJALI**

RB	Naziv	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Olovke	1.500	2.300	2.048
2.	Licitarska srca	30.000	40.000	40.500
3.	Vežice za akreditacije	4.500	4.500	4.069
4.	Blokovi za pisanje	1.000	1.000	873
5.	Svijeće i mirisi	7.500	7.500	548
6.	Stolne zastavice	300	150	
7.	Magneti	6.000	7.500	7.544
8.	Vrećice	7.000	7.500	6.781
9.	Adventski promo materijal	55.000	60.000	48.461
10.	Privjesci	7.000	8.300	8.125
11.	Promotivni suveniri - posebne prezentacije i kampanje	46.500	63.000	64.046
12.	USB stick	2.500	2.000	1.984
13.	NEPLANIRANO	12.000	15.000	
	<b>UKUPNO</b>	<b>180.800</b>	<b>218.750</b>	<b>184.978</b>

## PRILOG 9. TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTRI

### TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA

RB	Opis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Usluge student servisa	3.000	4.500	3.643
2.	Usluge najma	28.000	28.000	26.214
3.	Radna odjeća	1.500	1.500	437
4.	Potrošnja električne energije i plina	5.000	4.500	3.012
5.	Usluge održavanja	6.000	6.700	6.675
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	4.600	4.600	4.082
7.	Komunalne usluge	2.500	2.200	2.005
8.	Uređenje prostora	2.000	5.000	4.750
9.	Troškovi reprezentacije	1.700	1.200	848
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	1.300	200	184
11.	Ostali nespomenuti rashodi	800	600	490
	<b>Ukupno:</b>	<b>56.400</b>	<b>59.000</b>	<b>52.340</b>

### TIC – ZRAČNA LUKA

RB	Opis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Usluge student servisa	1.000	1.600	747
2.	Usluge najma	2.700	2.700	2.047
3.	Radna odjeća	1.200	1.000	304
4.	Potrošnja električne energije i plina	1.300	1.300	
5.	Troškovi telefona i internet	1.000	1.000	776
6.	Usluge održavanja	550	550	
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	1.300	1.300	331
8.	Komunalne usluge	550	550	
9.	Uređenje prostora	500	500	150
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	500	100	65
11.	Ostali nespomenuti rashodi	400	400	149
	<b>Ukupno:</b>	<b>11.000</b>	<b>11.000</b>	<b>4.569</b>

### TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.
1.	Usluge student servisa	7.000	8.000	5.694
2.	Usluge najma	8.000	8.000	7.963
3.	Radna odjeća	500	500	137
4.	Tekuće i investicijsko održavanje	1.500	1.700	1.440
5.	Uređenje prostora	400	400	100
6.	Literatura (glasila, časopisi..)	500	100	65
7.	Ostali nespomenuti rashodi	300	300	149
	<b>Ukupno:</b>	<b>18.200</b>	<b>19.000</b>	<b>15.548</b>

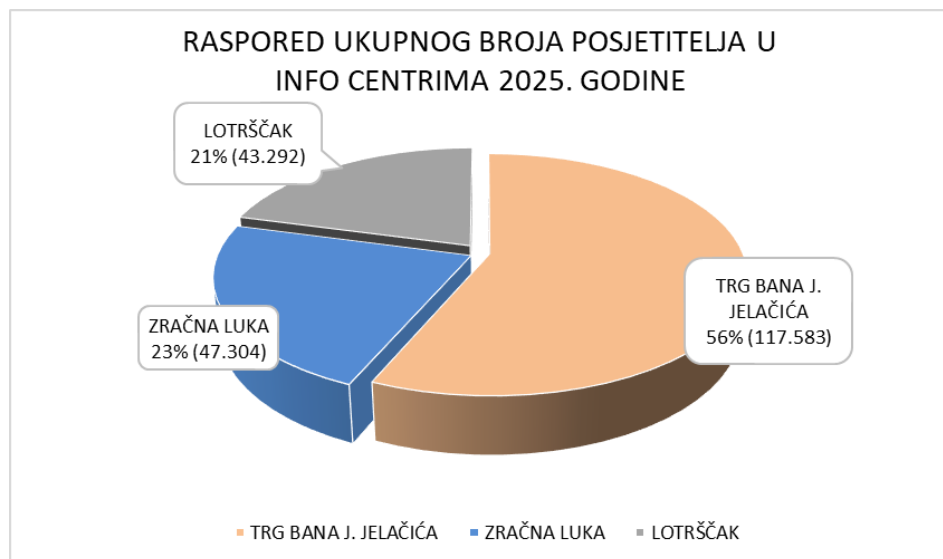
**PRILOG 10 . MATERIJALNI TROŠKOVI**

RB	Rashodi ureda	Plan 2025.	ID 2025.	Ostvareno 2025.	udio %	Index
1.	Potrošni materijal	10.000	10.000	8.595	1,15	85,95
2.	Materijal za održavanje čistoće	2.000	2.000	2.156	0,29	107,81
3.	Uredski materijal	7.000	7.000	4.143	0,55	59,18
4.	Potrošnja električne energije i plina	17.000	17.000	15.102	2,01	88,84
5.	Utrošak benzina	4.000	4.000	2.930	0,39	73,24
6.	Izdaci za sitan inventar	6.500	8.000	8.213	1,09	102,66
7.	Trošak telefona i telefaksa	32.000	32.000	29.042	3,87	90,76
8.	Trošak poštarine	12.000	12.000	7.391	0,99	61,59
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	115.000	145.000	151.244	20,16	104,31
10.	Usluge čišćenja	36.400	39.000	39.000	5,20	100,00
11.	Usluge najma poslovnog prostora i ostale najamnine	225.000	239.000	227.095	30,27	95,02
12.	Ostale komunalne usluge	10.300	5.500	4.864	0,65	88,43
13.	Odvjetničke i revizorske usluge i usl. savjetovanja	10.000	10.000	6.250	0,83	62,50
14.	Grafičke i digitalne usluge	1.000	3.700	2.228	0,30	60,21
15.	Ostale usluge	47.000	47.000	49.329	6,57	104,96
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	1.000	1.000	527	0,07	52,70
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	5.000	5.000	3.510	0,47	70,19
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	216	200		0,00	0,00
19.	Trošak reprezentacije	35.000	45.000	35.577	4,74	79,06
20.	Premije osiguranja	8.000	8.000	8.593	1,15	107,41
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	10.000	10.000	8.321	1,11	83,21
22.	Stručna literatura i tisak	8.600	8.600	9.311	1,24	108,27
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	120.000	60.000	61.002	8,13	101,67
24.	Ostali troškovi poslovanja	6.000	6.000	6.910	0,92	115,16
25.	Neplanirani rashodi	1.000	1.000	163	0,02	16,28
26.	Obuka osoblja, edukacije, seminari i studijska putovanja	55.000	55.000	33.996	4,53	61,81
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>785.016</b>	<b>781.000</b>	<b>725.489</b>	<b>96,70</b>	<b>92,89</b>
II.	Poslovni prostor, adaptacija	15.000	40.000	24.767	3,30	61,92
	<b>UKUPNO RASHODI UREDA</b>	<b>800.016</b>	<b>821.000</b>	<b>750.256</b>	<b>100,00</b>	<b>91,38</b>

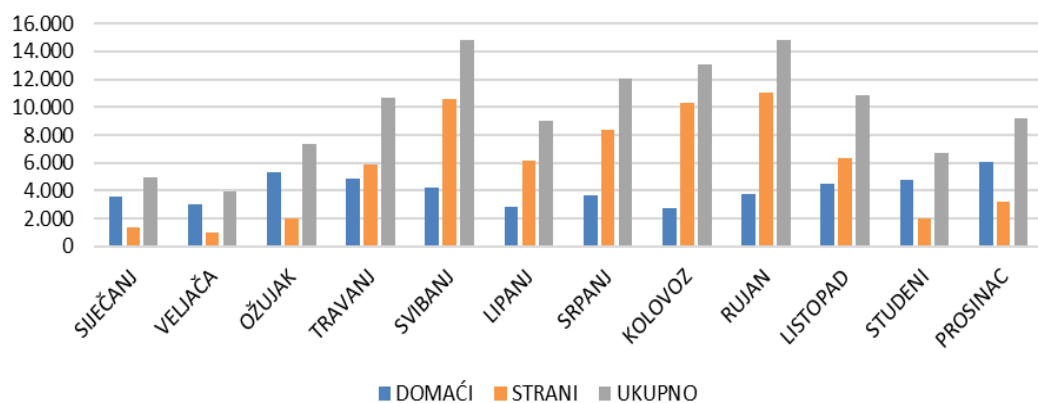
## PRILOG 11. STATISTIKA BROJA POSJETITELJA U INFO – CENTRIMA

**Tablica 2.** Podaci o ukupnom broju posjetitelja iz Hrvatske i inozemstva u tri Turističko-informativna centara tijekom 2025. godine

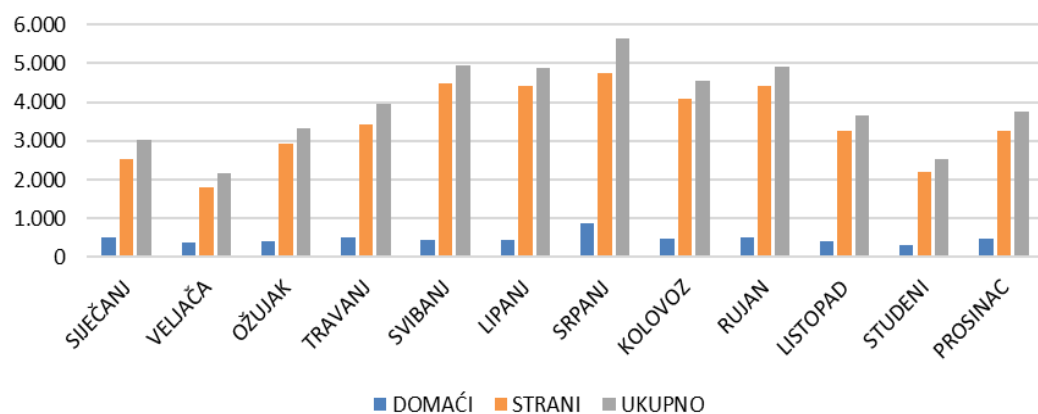
MJESEC	Trg bana J.Jelačića			MZLZ			Kula Lotrščak		
	HRV.	INO.	UKUP.	HRV.	INO.	UKUP.	HRV.	INO.	UKUP.
Siječanj	3.543	1.385	4.928	501	2.537	3.038	368	1.431	1.799
Veljača	2.993	965	3.958	384	1.791	2.175	261	1.182	1.443
Ožujak	5.372	2.022	7.394	423	2.910	3.333	307	1.866	2.173
Travanj	4.840	5.866	10.706	519	3.418	3.937	523	4.059	4.582
Svibanj	4.256	10.569	14.825	454	4.492	4.946	400	3.831	4.231
Lipanj	2.821	6.154	8.975	448	4.420	4.868	406	3.495	3.901
Srpanj	3.661	8.354	12.015	880	<b>4.747</b>	<b>5.627</b>	517	<b>5.554</b>	<b>6.071</b>
Kolovoz	2.790	10.318	13.108	462	4.075	4.537	419	5.370	5.789
Rujan	3.779	<b>11.080</b>	<b>14.859</b>	514	4.411	4.925	498	4.391	4.889
Listopad	4.452	6.377	10.829	394	3.249	3.643	350	3.473	3.823
Studeni	4.754	1.991	6.745	327	2.193	2.520	352	1.675	2.027
Prosinac	6.053	3.188	9.241	493	3.262	3.755	396	2.168	2.564
<b>UKUPNO</b>	<b>49.314</b>	<b>68.269</b>	<b>117.583</b>	<b>5.799</b>	<b>41.505</b>	<b>47.304</b>	<b>4.797</b>	<b>38.495</b>	<b>43.292</b>
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>117.583</b>			<b>47.304</b>			<b>43.292</b>		
Ukupno domaćih posjetitelja:									59.910
Ukupno stranih posjetitelja:									148.269
<b>SVEUKUPNO POSJETITELJA:</b>									<b>208.179</b>



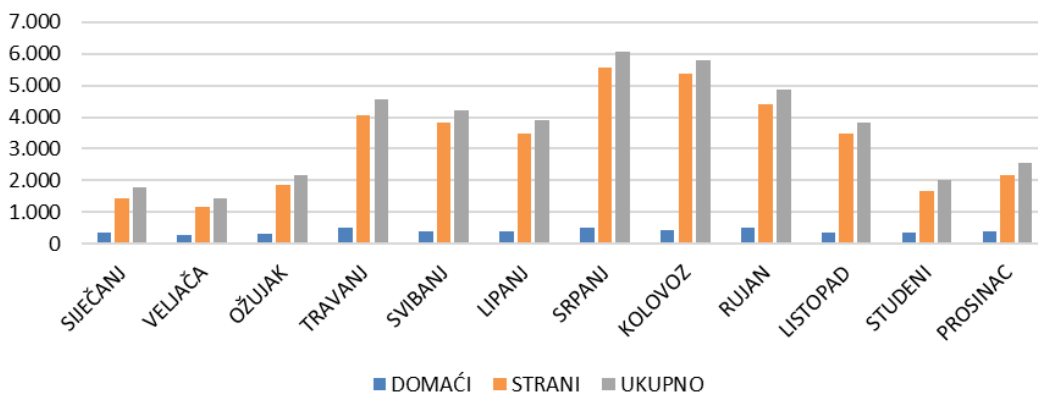
Centar za posjetitelje - Trg bana J. Jelačića 11  
Broj posjetitelja u 2025. godini po mjesecima



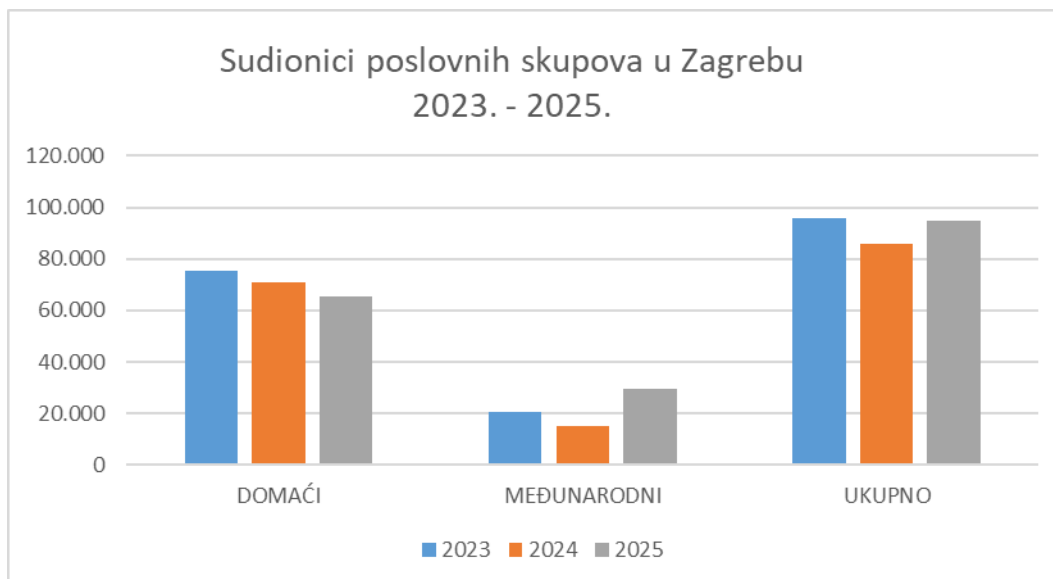
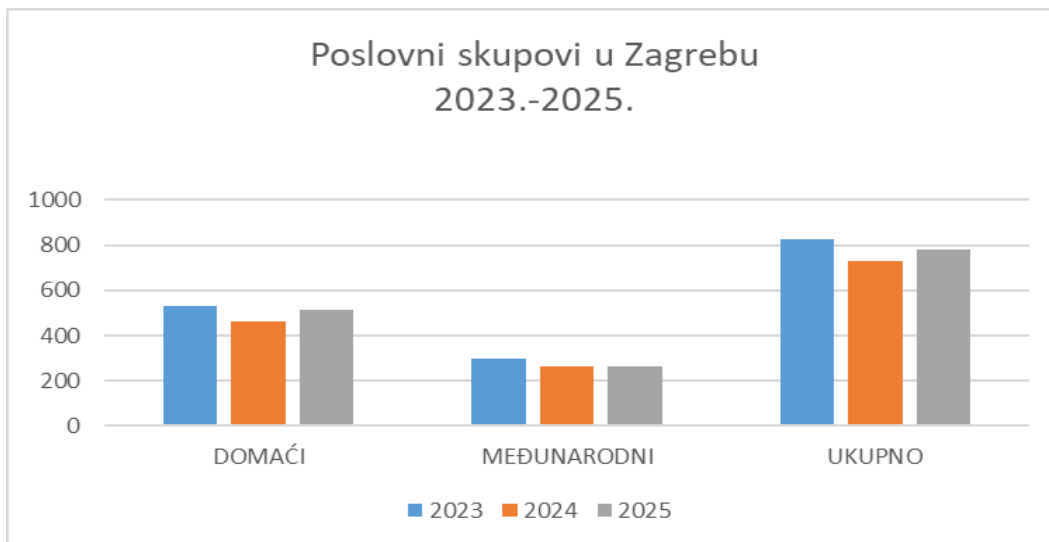
Centar za posjetitelje - Zračna luka  
Broj posjetitelja u 2025. godini po mjesecima



TIC - Kula Lotrščak  
Broj posjetitelja u 2025. godini po mjesecima



**PRILOG 12. – STATISTIKA I POPIS ODRŽANIH POSLOVNIH SKUPOVA PREMA EVIDENCIJI TZGZ**



**POPIS ODRŽANIH SKUPOVA PREMA EVIDENCIJI TZGZ ZA 2025.**

RB.	SIJEČANJ
1	Sastanak VFS Global
2	NETS A/S Company Meeting
3	Sastanak Neki Daniels Media
4	Sastanak CMS Zagreb
5	Konferencija Seksualna edukacija u školama
6	Enhancing Croatias Anti Trafficking Initiatives Meeting
7	HKO medical systems skup
8	Fonoa Technologies Limited sastanak
9	Poslovni sastanak Orbico
10	Poslovni sastanak Fresenius Kabi
11	Radionica Agencije za mobilnost i programe EU
12	Sastanak Mazda Motor Croatia
13	Skup Eurocompany
14	AWT International poslovni sastanak
15	Sastanak Filida Travel
16	Sastanak CPL Learning
17	Sastanak Centra za javne politike i ekonomske analize
18	Poslovni sastanak STADA
19	Sastanak Agencije za strukovno obrazovanje
20	Sastanak Hrvatske zajednice računovođa
21	Sastanak Hrvatskog nogometnog saveza
22	Skup Grand Automotive LLP
23	BSH konferencija
24	Lions Quest European Meeting
25	Poslovni sastanak Grindeks Kalceks
26	Sastanak Hrvatske udruge Fulbright & H. Humphrey
27	Sastanak NEUROTH slušna pomagala
28	Sastanak Emirates Airlines
29	Sastanak Mikroton slušni aparati
30	Završni radni sastanak HRZZ projekta
31	Konferencija Youg Living
32	Sastanak Servier Pharma
33	Sastanak Teva Pharmaceuticals LTD
34	Radionica Temporis savjetovanje
35	Energetska konferencija - Vizija energetske budućnosti Hrvatske
36	Sandoz sastanak
37	Konferencija Sa strukom do karijere
38	Sastanak ABD Group
39	Sastanak Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje
40	Sastanak Suzbijanje trgovanja ljudima
41	Poslovni sastanak Salveo
42	Konferencija Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma
43	7. hrvatski kongres o prevenciji i liječenju početnog raka vrata maternice
44	International Transdisciplinary Conference: Performance in Higher Education and Beyond
45	Radionica javne nabave
	<b>VELJAČA</b>
46	Savjetovanje Spiller Farmer
47	Vinart Grand Tasting
48	Skup Couture
49	Sastanak Croatian private Equity and venture Capital Association
50	Sastanak VFS Global
51	Međunarodna konferencija ugostiteljskih i turističkih znalaca
52	Konferencija Svjetske banke Hrvatska
53	Sastanak Loreal Adria d.o.o.
54	Kmag Geely Event
55	Kongres Europske baseball softball konfederacije
56	Sastanak Kuoni Tumlare
57	Sastanak Moment events
58	Sastanak ABD Group
59	Zinc Network sastanak
60	Sastanak Izvršnog odbora HLZ-a u mandatu 2021.–2025.
61	Okrugli stol Europska unija na prekretnici: glavni izazovi i utjecaj na Hrvatsku
62	Konferencija Razvojem zelene infrastrukture do klimatski neutralnih gradova
63	Culture Unconference
64	Stručni skup „Nutriviigilancija, kozmetovigilancija i farmakovigilancija
65	Sastanak Emirates Airlines
66	AVL-AST sastanak
67	Sastanak Austrijskog veleposlanstva
68	Sastanak Allianz
69	Sastanak Hrvatske poštanske banke
70	Radionica Javna nabava
71	Penta sastanak

72	Sastanak Mapei
73	4. simpozij o dijabetesu, kardiologiji, nutriciji i endo-onkologiji
74	Međunarodni sudački seminar i ispit za mušku sportsku gimnastiku i parkour
75	Izborna skupština Hrvatskoga liječničkog zbora za mandatno razdoblje 2025. – 2029.
76	Sastanak Servier Pharma
77	Sastanak Abela Pharm
78	Panel diskusija "Ovog je gosta - dosta"
79	Sastanak ALFATEC Group d.o.o.
80	Sastanak MIBE Pharmaceuticals
81	Sastanak GA Croatia
82	Sastanak RCI usluge
83	Konferencija ESG Održivi turizam
84	AIPPI Mid Term Meeting
85	Lexpera sastanak
86	Sastanak International Association of Intellectual Property
87	Sastanak Orihalk
88	Sastanak Hrvatske lutrije
89	Konferencija Sigurnost cestovnog prometa
90	Sastanak General Electric Hrvatska
91	Okrugli stol Hrvatske komore fizioterapeuta
92	Sastanak Servier Pharma
93	Sastanak Strateškog komuniciranje Manjgura
94	Sastanak Agencije za mobilnost i programe EU
95	Best Stay konferencija
96	Europski festival novinarstva i medijske pismenosti
97	Sastanak Bantel Travel
98	Sastanak Penta Travel
99	Sastanak Ministarstva gospodarstva
100	5. hrvatski kongres o zbrinjavanju dišnog puta
	<b>OŽUJAK</b>
101	SDP forum mladih
102	151. obilježnica Hrvatskog liječničkog zbora
103	Sastanak Nogometni klub Hajduk
104	Simpozij o migracijama "U pokretu"
105	Geothermal Investment Forum Croatia (GIFC 2025)
106	Sastanak Agencije za regionalni razvoj
107	Sastanak VFS Global
108	Konferencija Dobrobit djece
109	Sastanak Hrvatske poštanske banke
110	Sastanak Korvus pay
111	Sastanak Moment Events
112	Sastanak Karcher
113	Konferencija Globalne dijaspore i Europska unija
114	Sastanak Ormco BV
115	Sastanak Autoto
116	Sastanak Večernji list
117	Hrvatski napredni tečaj sigurnosti pacijenata
118	BTM Global sastanak
119	Konferencija Udruge europskih odvjetnika JCA
120	Dijaloški trening Ekumenske inicijative žena
121	Sastanak Udruge Drita
122	Sastanak Bell Coaching
123	Sastanak Salon premium
124	Konferencija i okrugli stol Respect za sve
125	Sastanak Podravka
126	Sastanak Orbico
127	Sastank AVAG
128	Sastanak Interface group
129	Sastanak Agencije za mobilnost i programe EU
130	Sastanak Zaklade Marin Čilić
131	Poslovni sastanak Farseer
132	Sastanak Emirates Airlines
133	Sastanak Harvey Norman
134	Konferencija Centra za javne politike
135	9. konferencija o debljini: Dan osvještenosti o debljini u Hrvatskoj
136	Beauty and business Elite Congress 2025
137	Sastanak Belupo uprave
138	Poslovni sastanak Končar DST
139	Konferencija CEPOL
140	Sastanak Francuskog instituta
141	Poslovni sastanak Sandoz
142	Sastanak Snipes
143	Masterclass Knowledge Innovation Centre
144	RE:D Real Estate Development konferencija

145	Sastanak Centra za žene žrtve rata
146	Sastanak WEXO digital solutions
147	Konferencija Hrvatske udruge poslodavaca
148	Skup Klima oprema
149	Konferencija Sigurno suočavanje s promjenama kolonijalnog kulturnog nasljeđa
150	3. kongres Hrvatske Alzheimer alijanse s međunarodnim sudelovanjem
151	Poslovni sastanak Lisca Zagreb
152	Sastanak Naklada Ljevak
153	Sastanak odvjetničkih društava Kallay i partneri
154	Dan Migrene
155	Dijaloški trening Ekumenske inicijative žena
156	Sastanak Afrodita kozmetika
157	Sastanak Roberto Shop
158	Sastanak Uniline
159	Alineja stručni seminar
160	Konferencija Acenes SA Zagreb
161	Sastanak Večernjeg lista
162	Sastanak DKIHK poslovne usluge
163	Sastanak SD Worx Croatia
164	Konferencija Orbico
165	AmCham konferencija Trendovi u zdravstvu
166	Airpass sastanak
167	Siemens Zagreb radionica
168	Sastanak Media Mind
169	Sastanak Loreal Adria
170	CISCO Systems sastanak
171	2025 Croatia National Tripartite Event "Days of Infrastructure"
172	Sastanak Kmag
173	Sastanak Sinergy
174	Sastanak Adonis Pharma
175	Konferencija Money Motion 2025
176	Hrvatski kongres veterinarara male prakse
177	Konferencija Turizam u Hrvatskoj 2025
178	Sastanak o javnoj nabavi
179	10. Hrvatski kongres veterinarara male prakse
180	4. Međunarodni simpozij Probiotici u prevenciji i terapiji
181	Sastanak Friedrich Ebert zaklade
182	Best Zagreb stručni seminar
	<b>TRAVANJ</b>
183	Prva sjednica Izvršnog odbora HLZ-a u mandatnom razdoblju 2025.-2029.
184	Sastanak VFS Global
185	Poslovni sastanak HAVI Logistics d.o.o.
186	Sastanak Paul Hartman
187	International Conference on Digital Evidence - DATA Fokus 2025
188	Sastanak Deutsche Telekom
189	The Data Focus Conference of Cybersecurity Technology and Polici
190	Sastanak Međunarodnog Instituta za klimatske aktivnosti
191	Sastanak Mölnlycke Health Care Adria
192	5.01 review
193	47. Sastanak Stručne skupine za zaštitu od poplava
194	Sastanak Deutsche Telekom
195	Eventra service sastanak
196	Meetex 2005 - Croatian Meetna Experience Summit
197	Projektni sastanak Digital platform for secondary school teachers on adolescent risk behaviours
198	Sastanak agencije Contres
199	Simpozij o migracijama
200	Sastanak Orbico
201	SKY Media sastanak
202	Sastanak Noack group
203	BIEPAG Meeting
204	Workshop in Public Procurement
205	Konferencija Podrška održivom financiranju
206	Skup Eures Tim Turistička agencija
207	Sastanak ACE Producers
208	Administrative & PA Assistants Job -A-Like at AISZ
209	LYMEC 2025 Sprong Congress
210	Sastanak Focus dental
211	Sastanak Airpass d.o.o.
212	Konferencija Nematerijalna baština preko granica
213	Sastanak Novinar kao uzor
214	Croatian Private Equity and venture Capital Association Best Invest
215	Sastanak Micom
216	Sastanak Bora
217	Skup Ventura Travel

218	SUMP trening o planovima održive mobilnosti
219	Konferencija Muzičkog biennala Zagreb: Prekinute veze
220	OECD radionica
221	Međunarodna radionica: Regional Workshop on Development of Radioactiv Waste Acceptance Criteria
222	Sastanak Bejo Zaden
223	Konferencija Suočavanje s nedostatkom radne snage
224	Future of Plant Protection Products Registrations: Trends and Insights
225	ASDA Adriatic Sea Defense & Aerospace Conference
226	Godišnja konferencija mreže Ariadne
227	Croatian Student Summit
228	Poslovna radionica Ecoality
229	Konferencija Obnova i rekonstrukcije zgrada kulturne baštine u Hrvatskoj i Austriji
230	Konferencija Tradicija i nacionalni identitet - zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla
231	Sastanak Aviareps
232	Sastanak Lexpera
233	Radionica na temu migracija i raseljavanja
234	Radionica Upravljanje rizicima
235	Sastanak Hrvatskih auto cesta
236	Simpozij Dijagnostika i liječenje raka dojke
237	Sastanak Ernst & Young Savjetovanje
238	Bugatti Rimac radionica
239	Sastanak marketinške agencije Sve Pet
240	Sastanak Kobis
241	EOS Matrix poslovni sastanak
242	Sastanak ERA Group
243	Godišnji sastanak mreže Tjedna globalnog obrazovanja
244	Projekt Ecoality za klimatsku i rodnu pravdu
245	Tečaj ultrazvuka u oftalmologiji
246	Sastanak Udruge pragma
247	Sastanak Combis
248	Sastanak Hrvatske Gorske službe spašavanja
249	Sastanak Medeor
250	Sastanak Krka farma
251	Sastanak Moment Events
252	Sastanak Emirates Airline
253	Sastanak Studio LU
254	Konferencija Umjetnost i art terapija u funkciji zaštite mentalnog zdravlja i održivog razvoja
255	Sastanak HGK
256	Konferencija Waste management
257	Sastanak Deltron
258	Sastanak Sandoz
259	Sastanak Fakulteta strojarstva i brodogradnje
260	GDI Solutions Conference 2025
261	Sastanak TENDAM Global fashion retail
262	Skup Medis Adria
263	Sastanak 404 agencije
264	Amadeus IT Group sastanak
265	Sastanak agencije za osiguranje radničkih tražbina
266	Sastanak Hrvatske poštanske banke
267	Loreal Adria d.o.o.
268	Mölnlycke sastanak
269	Sastanak Johnson & Johnson
270	Sastanak KMAG auto prodaja
271	SMARTGRID međunarodna konferencija o mjeriteljstvu i pametnim mrežama
272	Sastanak Loreal Adria
273	Sastanak Hrvatske poštanske banke
274	Konferencija Laboratorij za otpornost zajednice
275	Međunarodna konferencija Vestigia: Mitovi i narativi
276	ALERT d.o.o. HP Event
277	Poslovni sastanak Alkaloid tvrtke
278	Konferencija Afine Liejeve algebre, kvantne grupe i njihove reprezentacije
279	3. međunarodni simpozij Novosti u andrologiji
280	Sastanak Penta
281	Sastanak Humed Pharma
282	Prirodoslovna olimpijada znanja
283	Sastanak FEBS
284	Sastanak 24 sata
285	Sastanak LAB Commerce
286	Sastanak udruženja stranih ulagača
287	9. Simpozij studenata doktorskih studija Prirodoslovno-matematičkog fakulteta
288	Sastanak Citomegalovirus
289	EUAA European Union Agency for Asylum Meeting
	<b>SVIBANJ</b>
290	Sastanak Podravka

291	RDC Emea Spring Conference
292	EURA međunarodni relokacijski kongres
293	Sastanak Zoms Consulting PTE LTD
294	Sastanak Agencije Q
295	Sastanak VFS Global
296	Sastanak farmaceutske kompanije Ewopharma d.o.o.
297	Poslovni sastanak DM
298	Initium Education za fizioterapeute
299	Sastanak Hrvatske poštanske banke
300	Konferencija Future Tense powered by Lürssen
301	Sastanak Agencije Meet Me
302	Radionica Snaga kroz ljepotu
303	Sastanak Loreal Adria
304	Sastanak Moment Events
305	The European Investment Bank Meeting
306	Međunarodna konferencija: Globalne dijaspor e i Europska unija - Hrvatska dijaspora u globalnoj perspektivi
307	Meteorološki izazovi 10: Meteorologija i promet
308	28. međunarodna konferencija tiskarstva, dizajna i grafičkih komunikacija Blaž Baromić 2025
309	Multidisciplinarni kongres o koagulaciji, hemostazi i transfuziji
310	Simpozij "Aktualne teme is spolno prenosivih bolesti i infekcija mokraćnog sustava
311	Seminar za roditelje i Forum mladih SDDH
312	SFERaKon 2025
313	Skup Alert Zaklade Mikec
314	Academic Program International
315	Konferencija Prodati ili predati
316	Sastanak Večernji list
317	Sastanak Loreal Hrvatska
318	Sastanak Coca Cola
319	Sastanak Labena
320	Alert Cybersecurity Conference
321	Sastanak Barentz
322	Konferencija Gradimo zajedno - Prakse dijeljenja i sudjelovanja
323	Konferencija Od privatnog do javnog: Institucionalizacija građanske glazbene kulture 19.st.stoljeću
324	Sastanak D2C
325	Tribina povodom obiljetnice međunarodnog dana priziva savjesti
326	Sastanak GLS pošte
327	12. interkontinentalni simpozij rinoplastike
328	Međunarodna anglistička konferencija Anglophonia
329	IIT NVC Croatia 2025 Okrugli stol -Obrazovanje koje obogaćuje život
330	Sastanak Align Technology
331	Sastanak Fokus grupe Hrvatske udruge sindikata
332	Savjetovanje u području javne nabave
333	Sastanak Udruge Sidro: Obrazovanje pravo, a ne dar
334	Sastanak Proximum
335	Sviato Academy
336	Sastanak Krka farma
337	Sastanak Konektiva
338	Sastanak DD produkcija Dekra
339	European Acturial Academy Meeting
340	Sastanak KMAG
341	Sastanak Pontus Pharma
342	Moment Events skup
343	LAWO EXPERIENCE DAY ZAGREB
344	Sastanak Analysis Adria
345	Sastanak Loreal Hrvatska
346	LLPA polugodišnja konferencija Zagreb 2025
347	Black Peak Advisors AD Meeting
348	Sastanak Foruma za slobodu odgoja
349	Sastanak New York University
350	Sastanak ROX
351	Sastanak Lisca Hrvatska
352	Međunarodna konferencija o kvaliteti u javnoj upravi i poslovnim procesima
353	SCM Stručna konferencija o upravljanju lancem opskrebe
354	The EUSOBI Comprehensive Breast Imaging Course
355	80. obljetnica pobjede nad fašizmom i Dan Europe
356	Sastanak MPG Zagreb
357	Nacionalna konferencija o udomiteljstvu
358	Sastanak Hrvatskog društva održavatelja
359	Skup Vivid Original
360	Kongres Stomatologija, svakodnevna praksa
361	2025 NATO BILC KONFERENCIJA
362	2. Simpozij za medicinske sestre i tehničare "Podijeli dar života"
363	Sastanak Karcher Centar Zagreb
364	Central and Eastern Europe Investment Opportunities

365	Sastanak Končar DST
366	7. Pedijatrijski praktikum
367	Sastanak Conatus d.o.o.
368	Sastanak AkterPublic
369	Sastanak Belupo lijekovi i kozmetika
370	Sastanak Optika Anda
371	14. konferencija - Energetska budućnost Hrvatske
372	Sastanak ureda uprave Belupo
373	Sastanak MIG Group
374	Međunarodna stručno-znanstvena konferencija: Urbana sigurnost u 21. stoljeću
375	Sastanak Hrvatske poštanske banke
376	Poljsko - hrvatski poslovni forum
377	International Museum Conference Meet, See, Do 2025
378	ESCIF kongres 2025
379	Stručni skup Položaj djece bez odgovarajuće roditeljske skrbi
380	Sastanak Globtour
	<b>LIPANJ</b>
381	Sastanak Movimentum marketing
382	Europski forum mladih nuklearaca
383	Simpozij o suvremenoj animaciji Animafest Scanner XII
384	Sastanak Hamapharm
385	Konferencija Digitalna Hrvatska 2030
386	Sastanak Hrvatski Telekom
387	Sastanak VFS Global
388	Medical Information Conference Croatia
389	UNHCR sastanak
390	Radionica Hrvatske kontrole zračnog prometa
391	Green Energy Expo Zagreb
392	Euroguidance Cross Border Seminar
393	2nd International Staff Week: Bridging Cultures
394	Sastanak Mangjura
395	Sastanak 24 sata
396	Sastanak Orbico
397	Sastanak Novartis
398	Sastanak Airpass agencije
399	Sastanak MWS CREA
400	Sastanak Dentalni Megastore
401	Međunarodna konferencija Future GREEN Business
402	2. EBEA akademija poslovnog bontona i protokola
403	30th Ljudevit Jurak Internatioanl Symposium on Comparative Pathology
404	Sastanak Tesla Meta
405	2. sastanak Glavnog odbora HLZ-a u mandatnom razdoblju 2025. – 2029.
406	Skup START Design Estetica
407	Sastanak Hanza Media
408	Konferencija Inovacijska Hrvatska 2025: Otpornost, razvoj i konkurentnost
409	Međunarodna konferencija Pristupačna budućnost
410	Sastanak Globtour
411	Sastanak službenika za uključivanje I raznolikost UNHCR-a
412	EAA ljetna škola Medicinskog fakulteta
413	Sastanak Hanza Media
414	Sastanak Ureda za Udruge Vlade RH
415	Međunarodne radionice mreže Ureda za širokopolasni pristup (BCO)
416	Sastanak IBF International Consulting
417	Sastanak BIPA
418	Brend Forum 2025
419	39. međunarodni znanstveni skup Tipično i atipično u jeziku i govoru
420	18. Međunarodna konferencija o filozofskoj praksi
421	56. Godišnji kongres CEDA 2025
422	Sastanak Inter Cars
423	2. zagrebački skup refraktivne kirurgije
424	Skup Attollo
425	Sastanak Konektiva
426	Salzburški forum ministara unutarnjih poslova
427	Konferencija Rhetoric in Society 9: Rhetoric in the Digital Age
428	Sastanak Carnauba
429	Sastanak Dunapack Packaging Croatia
430	Sasanak KMAG
431	Skupština društva Proficio
432	Skup Zlatna bilanca
433	Skup Attollo International
434	Sastanak Adcubum
435	Konferencija Cost akcija CA22152- BETTERCARE
436	Seminar Hrvatske revizorske komore
437	Sastanak Place2Go

438	Festival Dani Orisa 2025
439	Europski žanrovski forum
440	Sastanak HŽ prijevoz
441	Sastanak Nacionalne zaklade za razvoj civilnog društva
442	Sastanak Movimentum marketing
443	ENYA Forum - Neka mladi govore o fizičkom zdravlju
	<b>SRPANJ</b>
444	Sastanak VFS Global
445	Sastanak Hrvatske poštanske banke
446	Sastanak Foruma za slobodu odgoja
447	Konferencija Nucleus Liftoff
448	Solid State Science and Research 2025 Conference
449	Sastanak Klima oprema
450	CEE Meeting - CBVL Central Europe
451	10th Adriatic Liver Forum
452	19. bijenalni sastanak CVRS: Primijenjena znanost u istraživanju vida
453	Sastanak Globtour Event
454	Sastanak AWT International
455	Sastanak Orbico Group
456	Okrugli stol Razvoj nastavničkih kompetencija učitelja i nastavnika u osnovnim i srednjim školama
457	Stručno usavršavanje
458	Konferencija Tesla u Zagrebu
459	Skup AmCham Talents
460	Sastanak Parsus
461	Lead to the top konferencija
462	Sastanak Ernst & Young Savjetovanje
463	Sastanak Veleposlanstva Egipta
464	Sastanak FC Santa Clara
465	Sastanak ABD Group
466	Belupo after work
467	Sastanak Jehovini svjedoka
468	Sastanak - Geotermalni izvori
469	Sastanak Ryanair
	<b>KOLOVOZ</b>
470	Međunarodni kongres Jehovinih svjedoka 2025
471	Sastanak VFS Global
472	Sastanak Karcher
473	GATE HR sastanak
474	Sastanak Resalta Grupa Hrvatska
475	Sastanak ATI
476	Sastanak Regionalne radne grupe
477	M&I Express Zagreb 2025
478	Sastanak Loreal Adria
479	4th Annual International Congress on Roman Bioarchaeology
	<b>RUJAN</b>
480	Međunarodni znanstveni simpozij: Čitanje književnosti u svakodnevi
481	Sastanak Eli Lilly and Company
482	Zagrebački Investicijski Forum 2025
483	Hrvatski telekom sastanak
484	Sastanak Filida Travel
485	Sastanak Kering Eyewear see
486	Sastanak Merck farmaceutske tvrtke
487	Konferencija Vision Zero 2025 - sigurna budućnost prometa
488	Sastanak Evropskog Inštituta za realitetno terapijo
489	Poslovna radionica Taiex
490	Konferencija Procjena strukturne zdravosti drvenih konstrukcija
491	Stress detox konferencija
492	Sastanak Tajlandskog veleposlanstva
493	Sastanak Veleposlanstva Izraela
494	Building enduring businesses in Croatia
495	Sastanak Maniv Mobility
496	EUSARF 2025 Conference
497	GDI Solutions day
498	Sastanak Udruge medicinskih sestara
499	Sastanak Avag Holding
500	Sastanak VFS Global
501	Sastanak IOM
502	Sastanak Centra za edukaciju, savjetovanje i istraživanje
503	Seaco Meeting
504	OVH Holding AG
505	Civil Society Forum
506	Sastanak ZOSI
507	Sastanak Secomp
508	Stručni skup MILSING Phrama Meet

509	Sastanak Hrvatske poštanske banke
510	Konferencija Webcast Prime Plus
511	Sastanak Kamgrad
512	Arhibau konferencija 2025.
513	Znanstvena konferencija Kapelica Majke Božje Sljemenske
514	Radionica Vođenje u praksi
515	PUBNET 2025 konferencija
516	Sastanak Rotary Club Lenuci
517	10. hrvatski kongres neuroznanosti
518	2025 Zg IAPL Colloquium: Judicial Efficiency Revisited
519	Sastanak Hajduk
520	World Wrestling Championships
521	Sastanak VFS Global
522	Sastanak Zaposlena
523	Konferencija Network on Cenozoic Climate and Ecosystems
524	Godišnja konferencija Udruge za podršku žrtvama i svjedocima
525	Zagreb Property Forum 2026
526	EQUESTRIS Akademija za upravljanje komunikacijom, zagovaranjem i lobiranjem
527	Europska škola za eksperte iz područja intervencijske radiologije
528	Sastanak Dukat mliječne industrije
529	Vijeće Europske federacije sindikata hrane
530	4. Međunarodni kongres udruge za rane
531	Sastanak Amex
532	Sastanak Orbico
533	Sastanak distributera Arthrex
534	UPUHH edukacija
535	Sastanak Međunarodnog instituta za klimatske aktivnosti
536	Sastanak MIBE Pharmaceuticals
537	Poslovni sastanak TEDI Hrvatska
538	Sastanak košarkaškog kluba BC Prievidza
539	Sastanak Harvey Norman
540	Konferencija IPO kao prilika za dugoročne vlasnike i rast kroz tržište kapitala"
541	Poslovna radionica Drugačiji pristupi različitim segmentima MICE industrije
542	Sastanak IBM Hrvatska
543	17. dan velikih planova
544	Kick off meeting HORIZON projekta SWIM
545	Zagreb SLUSH'D 2025 konferencija
546	Sastanak Multidisciplinarna istraživanja kulturne baštine MRCH 2025
547	Prva CePOZIR konferencija 2025
548	Global Business Conference
549	Pharmacol Event
550	Konferencija Graditeljstvo & Investicije 2025
551	Compliance konferencija
552	Sastanak MICOM Elektronika
553	Međunarodna konferencija Bohemikon
554	Skup Aquavita
555	Poslovni skup Intercars
556	Sastanak Fakulteta strojarstv i brodogradnje
557	EuroBSDCon 2025
558	European Law Firm
559	Sastanak Hrvatske ljekarničke komore
560	Konferencija Izazovi i dobiti uključivanja pasa pomagača i terapijskih pasa
561	Sastanak Stada d.o.o.
562	Adriatic Translation Conference
563	Konferencija Hrana bez otpada- put prema održivoj budućnosti Hrvatske
564	Konferencija Mogućnost EU za malo gospodarstvo
565	Sastanak Zagrebačke banke
566	Konferencija Change Makers
	<b>LISTOPAD</b>
567	Poslovni sastanak Harvey Norman
568	35 Dani hrvatskog liječničkog sindikata
569	Sastanak UNICEF
570	64. Phanta Rhei konferencija
571	Sastanak Veleposlanstva Njemačke
572	Dresdner Osteuropa Institut Meeting
573	Porsche Avantgarde Wave Meeting
574	Sastanak Penta
575	Poslovni sastanak DELTRON
576	Sastanak Kaufland Hrvatska
577	Sastanak nogometnog kluba Rijeka
578	Sastanak CRO RACE utrke /Etap 6
579	MIBE Pharmaceuticals
580	Prvi sastanak savjetodavne grupe oboljelih žena Eumetrisosis
581	Sastanak Svjetske banke

582	Sastanak Strabag
583	Sastanak Hanza Media i Delo
584	European Climate Meeting
585	25. Godišnji sastanak ENFSI forenzične analize govora i audio zapisa
586	Sastanak Državnog hidrometeorološkog zavoda
587	Sleep Croatia 2025
588	Sastanak Makpharm za zastupanje farmaceutskih tvrtki
589	Sastanak Urka Perfect Meeting
590	IV. Zagrebački simpozij mentalnog zdravlja "Um na rubu budućnosti"
591	Sastanak nogometnog saveza Gibraltara
592	Sastanak Ureda pučke pravobraniteljice
593	Yes Mentoring Day
594	Sastanak Hrvatske narodne banke
595	Sastanak Loreal Adria
596	Konferencija Vizije grada u budućnosti - HORIZONT 2025
597	Sastanak Max Mara SRL
598	Sastanak Friedrich Ebert Stiftung
599	Medikin dan zdravlja
600	Sastanak Češkog fonda "Investika"
601	Sastanak Hrvatske poštanske banke
602	Konferencija Izazov promjene
603	LEAP Summit 2025
604	Swiss dental solutions sastanak
605	Cvent Mingledorff's 2025 Elite incentive
606	Sastanak Penta
607	Sastanak 24 sata
608	Poslovni sastanak Riko Invest, investiranje in svetovanje
609	Savjetovanje javne nabave
610	Sastanak MUP
611	Sastanak Zaklade Friedrich Ebert
612	Porsche Avantgarde Wave Meeting
613	2. kongres Hrvatskog društva za suplementaciju u medicini
614	Sastanak Bego Croatia veletrgovina
615	Life of a Transformer Seminar
616	Sastanak Svjetske banke
617	Zaklada Hanns Seidl
618	Poslovni skup JDA Dijon Basket
619	Palmaris radionica
620	Izazovi i prilike u gospodarenju otpadom: od uporabe do održivog zbrinjavanja
621	Solarplaza Summit Balkans
622	Konferencija Kibernetička sigurnost u poslovanju: nove obveze i prilike
623	7. Financijska konferencija: Strateško i operativno planiranje
624	Sastanak Invida
625	Sastanak Hrvatske poštanske banke
626	Konferencija Dobra energija
627	Skup 250 godina Draškovićeve opservance
628	Skup Zaklada kultura nova
629	5. Međunarodni simpozij Prociotici u prevenciji i terapiji
630	Sastanak studentske udruge "Ekonomska klinika"
631	Sastanak Waves komunikacije
632	Konferencija Transport i logistika
633	Konferencijom "Margaret Thatcher 1925-2025"
634	HGK Meeting
635	30. hrvatski simpozij osoba sa invaliditetom
636	1st European Independent Music Summit
637	Sastanak Instituta za klimatske promjene
638	Sastanak Austrijskog veleposlanstva
639	XII kongres Hrvatskog društva za neurovaskularne poremećaje
640	Sastanak Lisca
641	Sastanak Dell
642	Sastanak Agencije za nekretnine
643	Sastanak Nogometnog kluba Rijeka
644	Konferencija logopeda
	<b>STUDENI</b>
645	VIZ Travel seminar
646	WH International Services GmbH
647	Sastanak MIKOM ELEKTRONIKA
648	Izborna skupština Europske federacije školskog sporta 2025
649	Sastanak ministarstva demografije i useljništva
650	Sastanak Večernji list
651	Konferencija Hrvatske pošte
652	AVACI Redovita godišnja skupština
653	Završna konferencija programa Impact4Values
654	Konferencija respiratorne infekcije u dječjoj dobi

655	Dani Sveučilišta u Zagrebu
656	14. BE TERNA konferencija
657	Sastanak Hrvatske poštanske banke
658	European Judicial Training Network
659	Mirakul HR programi koji oblikuju budućnost
660	Konferencija Srednja.hr
661	Sastanak Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja
662	Festival ultrazvuka u akutnoj medicini - Revolutions
663	Konferencija Žene i novac
664	Sastanak Prigovori i tužbe pacijenata
665	11th International Congress of Food Technologists, Biotechnologists and Nutritionists
666	Seminar ERNST & Young
667	Sastanak Svjetske banke
668	Sastanak međunarodnog udruženja EVFIN
669	Konferencija Live & Loud 2025
670	Sastanak VFS
671	Sastanak Nova TV
672	Konferencija Agencije za mobilnost i programe EU
673	Sastanak Abott
674	Konferencija o održivom razvoju
675	Sastanak MEMOMIND platforma
676	Sastanak Dijabetes na radnom mjestu
677	Konferencija People and Culture HORIZONS
678	32nd European Course in Plastic Surgery
679	Konferencija Božica i konjanici 2
680	Thematic Steering Group Meeting /Sustainable Tourism
681	Regionalna konferencija studenata društvenih znanosti
682	Koordinacijski sastanak CEEPUS mreže
683	17. Forum zagrebačkih ugostitelja 2025
684	Međunarodni skup "Hrvatski kao ini jezik "
685	Godišnji sastanak Europske udruge bolesnika s porodičnom hiperkolesterolemijom 2025
686	Sastanak MA Marketing
687	Radionica Teorija reprezentacija p-adskih grupa
688	Union for the Mediterranean meetings on transformations in social policy
689	Sastanak Zaklade Hanžeković
690	Sastanak REAL Grupa OPEL
691	Strateški dani Hrvatske pošte
692	Poslovni sastanak Kaufland
693	Sastanak Hrvatske zaklade za znanost
694	Sastanak UNICEF podrška djeci i obiteljima u migracijama
695	15. hrvatski biološki kongres s međunarodnim sudjelovanjem
696	Sastanak Hrvatskog duštva održavatelja
697	11. Kongres Udruge studenata farmacije i medicinske biokemije Hrvatske
698	Konferencija Mame za mame
699	Sastanak Svjetske banke
700	Poslovni sastanak Končar
701	Edukacija: Režimi o odgovornosti i naknadama šteta uslijed pomorskih nesreća
702	6. hrvatski simpozij o invanzivnim vrstama
703	Skup Deep - Tech Talks: Inovacije nastale u Europi
704	Sastanak KPMG konzultantske agencije
705	Događaj međunarodnog učenja "Jačanje socijalnih usluga u Srednjoj i Istočnoj Europi"
706	27. Kongres hotelijera
707	Sastanak Phoenix farmacija
708	Sastanak Rozi step
709	Sastanak Hrvatskog zavoda za zapošljavanje
710	Radionica Dropi Vinocom
711	22nd Zagreb Endo live Workshop
712	Sastanak Poliklinike za dječje bolesti Helena
713	Konferencija Germanistika - o povijesti, sadašnjosti i budućnosti ove discipline
714	3. Hrvatski festival flautista
715	Sastanak Conventus Credo
716	Sastanak Krka farma
717	Sastanak Udruge za pogled iz novog kuta LIFE
718	Završna konferencija Srpskog demokratskog foruma
	<b>PROSINAC</b>
719	Međunarodna konferencija o ekonomiji razdvajanja
720	Perfet Meeting Generalna skupština GS1
721	Sastanak Pontus Farma
722	Sastanak Henkel
723	International Organization for Migration
724	7. Studijski posjet Cares remote healthcare
725	Sastanak Coca Cola
726	Konferencija roditeljstvo i digitalna ravnoteža
727	20. konferencija o nabavi

728	Sastanak I Stada farmaceutska grupacija
729	Sastanak Astra Zeneca
730	16. Europski kongres za kirurgiju baze lubanje i mozga
731	Sastanak Gold Stone Management
732	Savjetovanje javna nabava
733	33. Međunarodna konferencija o znanosti i tehnologiji drva (ICWST 2025)
734	Sastanak Julius Meinl
735	Plexus konferencija
736	Kongres Transplantacije bubrega i ostalih solidnih organa
737	Konferencija Održiva radna snaga: put ka učinkovitoj poljoprivredi
738	3. Hrvatski kongres dječje i adolescentne psihijatrije
739	Sastanak Axians Hrvatska
740	Konferencija o pristupačnom turizmu
741	Sastanak Grizli British International School
742	Sastanak Organizacije Chaine des Rotisserus
743	Sastanak plućna hipertenzija
744	Sastanak Veleposlanstva Tajlanda
745	Sastanak VFS Global
746	Sastanak Kultur Travel
747	14. Forum hrvatske kongresne industrije
748	11. međunarodni kongres prehrambenih tehnologa, biotehnologa i nutricionista
749	Konferencija Unapređenje sigurnosti hrvatske granice
750	Sastanak Ureda za ravnopravnost spolova
751	Savjetovanje javna nabava
752	Konferencija Booking Manager Summit
753	Simpozij Odabrane teme i aktualnosti u medicini
754	Poslovni skup Končar
755	Qatar Embassy Event
756	Konferencija Znanost i razvitak prometa (ZIRP)
757	Konferencija Hrvatskog Aktuarskog društva
758	Godišnji simpozij Hrvatskog društva za audiologiju i fonijatriju
759	Konferencija Gospodarski dijalog: Investicije, inovacije i industrija
760	Međunarodna konferencija 30 godina od Daytonskog sporazuma
761	Poslovni sastanak LINKS
762	Sastanak BTM Meeting
763	Sastanak Servier Pharma
764	EHO konferencija 2025
765	Radionica hrvatskih Božićnih običaja
766	Project Days 2025
767	Sastanak Fijet Hrvatska
768	Sastanak Sportskog saveza grada Zagreba
769	Osnivačke skupštine Hrvatskog društva bolesnika s rakom prostate
770	Informativna radionica Ureda za udruge Vlade RH
771	Poslovni sastanak Schneider
772	British American Tobacco Meeting
773	Sastanak Rud Pederson Group
774	Skup Hrvatskog šahovskog saveza
775	Sastanak Hrvatskog društva održavatelja
776	3. europski kongres mladih gastroenterologa (ECYG)
777	Godišnja skupština Sindikata hrvatskih učitelja
778	Sastanak Sindikata odgoja i obrazovanja, medija i kulture Hrvatske
779	Sastanak Saveza energetičara Hrvatske