



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED

**IZVJEŠĆE O RADU DIREKTORA I
TURISTIČKOG UREDA O IZVRŠENJU
PROGRAMA RADA I FINANCIJSKO
IZVJEŠĆE
ZA 2014. GODINU**

Zagreb, veljača 2015.

Sadržaj

Uvod.....	03
1. Struktura marketing miksa	
I. Administrativni rashod.....	07
II. Dizajn vrijednosti.....	08
III. Komunikacija vrijednosti.....	13
IV. Distribucija i prodaja vrijednosti.....	18
V. Interni marketing.....	23
VI. Marketinška infrastruktura.....	25
VII. Transfer boravišne pristojbe gradu.....	27
2. Financijsko izvješće	
VIII. Prihodi.....	28
IX. Rashodi.....	32
3. Prilozi	
Prilog 1. Statistika noćenja i dolazaka turista.....	39
Prilog 2. Rashodi ureda.....	41
Prilog 3. Turistički informativni centri.....	42
Prilog 4. Potpora događanjima.....	46
Prilog 5. Potpora razvoju DMO-a.....	53
Prilog 6. Volim Zagreb.....	54
Prilog 7. Oglašavanje.....	55
Prilog 8. Brošure i suveniri.....	58
Prilog 9. Analiza posjećenosti web stranica.....	60
Prilog 10. Sajmovi i prezentacije.....	66
Prilog 11. Rezultati anketiranja turističkih grupa na Kaptolu...	68
Prilog 12. Press Cut analize.....	71
Prilog 13. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama..	96
Prilog 14. Popis održanih skupova prema evidenciji TZGZ....	97

UVOD

Izvrješće o radu direktora, ostvarenju Programa rada i financijsko izvješće Turističke zajednice grada Zagreba (TZGZ), prikaz je obavljenih aktivnosti tijekom 2014. godine, ostvarenih u skladu s Programom rada i Operativnim marketing plan turizma Hrvatske za 2013. godinu te sukladno odlukama Turističkog vijeća, Nadzornog odbora i Skupštine.

Turistički dolasci i noćenja u 2014. godini ostvareni su i realizirani iznad predviđanja, (predviđeno 884.000 dolazaka i 1.520.000 noćenja, realizirano 911.273 dolazaka i 1.576.034 noćenja) te pokazuju rast u odnosu na 2013. godinu od 13% u dolascima i 13% u noćenjima. U dolascima su na prvom mjestu gosti iz Koreje, zatim slijede gosti iz Njemačke, Italije i SAD-a. Značajnije promjene u poretku dolazaka bilježimo za posjetitelje iz Koreje koji su se s 12. mjesta pomaknuli na 1. mjesto te za posjetitelje iz Tajvana koji su se s 27. mjesta pomaknuli na 21. mjesto.

U odnosu na 2013. godinu, broj skupova i događanja vezanih uz poslovni segment bilježi blagi rast. Interes je osobito vidljiv na dalekim tržištima, osobito SAD-a, Kine i Indije. Nedostatak polivalentnog – multifunkcionalnog kongresnog centra ostaje glavnom preprekom kod kandidiranja za velike svjetske i europske kongrese. Dodatni poticaj razvoju kongresne industrije dat će izgradnja novog putničkog terminala Međunarodne zračne luke Zagreb. S tim u vezi očekuje se otvaranje novih zrakoplovnih linija.

Prema podacima TZGZ-a ukupni smještajni kapaciteti u hotelima 2014. godine povećani su za 2,07% u odnosu na 2013. godinu i to 7,32% u hotelima s 3 zvjezdice dok u hotelima s 4 zvjezdice smještajni kapaciteti padaju za 0,29% i u hotelima s 2 zvjezdice za 7,51%. Smještajni kapaciteti u hotelima s 5 zvjezdica ostali su nepromijenjeni. Do ovih razlika došlo je uslijed otvaranja novih hotela s 3 zvjezdice (Hotel Gallus, Hotel Europa i Hotel Like), promjene kategorizacije (Hotel Melody iz 2 u 3 zvjezdice), te promjene smještajnih kapaciteta nakon provedenog upravnog postupka ponovne kategorizacije (Hotel Aristos, Hotel Jadran, Hotel Jägerhorn, Hotel Meridijan 16 i Hotel Melody). Otvaranjem Integralnog hotela u Zagrebu dodan je i kapacitet s 4/3 zvjezdice.

SMJEŠTAJNI KAPACITETI:

SMJEŠTAJNI KAPACITETI						
HOTELI	2014		2013		index'14./'13	
	Sobe i ap.	Postelje	Sobe i ap.	Postelje	Sobe i ap.	Postelje
5*	806	1.430	806	1.430	100,00	100,00
4*	1.762	3.067	1.766	3.076	99,77	99,71
4/3*	14	37	0	0	0,00	0,00
3*	1.160	2.066	1.096	1.925	105,84	107,32
2*	160	345	175	373	91,43	92,49
Ukupno:	3.902	6.945	3.843	6.804	101,54	102,07

U 2014. godini broj privatnih smještajnih objekata povećao se za 43,89% u odnosu na 2013. godinu, a njihovi smještajni kapaciteti povećali su se za 37,21% u odnosu na 2013. godinu.

PRIVATNI SMJEŠTA	2014		2013		index'14./'13	
	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje
	636	2.456	442	1.790	143,89	137,21
Ukupno:	636	2.456	442	1.790	143,89	137,21

U 2014. godini zabilježeno je povećanje broja hostela za 51,72% i njihovih smještajnih kapaciteta za 26,65% u odnosu na 2013. godinu. Podaci pokazuju izniman interes za otvaranje hostela kao gospodarske djelatnosti što zasigurno reflektira interes posjetitelja Zagreba za takav oblik smještaja.

HOSTELI	2014		2013		index'14./'13	
	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje
	44	2.129	29	1.681	151,72	126,65
Ukupno:	44	2.129	29	1.681	151,72	126,65

Strategije marketinške politike TZGZ u 2014. godini kao i do sada, usmjerene su prema ostvarenju sljedećih ciljeva:

1. rad na prepoznatljivosti turističke ponude grada Zagreba
 2. kontinuirani rad na stvaranju turističkog brenda Zagreb kroz cjelovite kampanje promicanja specifične turističke ponude
 3. zadržavanje i unapređenje pozicije grada Zagreba kao atraktivne kongresno-turističke destinacije
 4. otvaranje novih tržišta
 5. unapređenje turističke atraktivnosti Zagreba kroz stvaranje sustava novih turističkih atrakcija
 6. valoriziranje kulturne ponude grada Zagreba
 7. povećanje materijalnog turističkog prometa
 8. unapređenje turističkog proizvoda kroz zajedničke napore s hotelijerima i receptivnim agencijama
 9. podizanje svijesti građanstva o nužnosti veće brige o Zagrebu
 10. podizanje kvalitete rada u Turističkom uredu i informativnim centrima
- Ostvarenje ciljeva 1., 2., 3. i 4.

U 2014. godini nastavljene su intenzivne marketinške aktivnosti putem kojih je prezentirana turistička i kongresna ponuda Zagreba ciljanim interesnim grupama, turoperatorima, putničkim agentima i turističkim novinarima. Turistička zajednica grada Zagreba je nastupila na 40 turističkih sajmov i 7 kongresnih burzi u 29 zemalja, od toga na 22 turistička sajma samostalno, a 18 u suradnji s HTZ-om. U suradnji s predstavništvima HTZ-a, veleposlanstvima RH, Croatiom Airlines ili samostalno

održano je 28 prezentacija / poslovnih radionica u 20 zemalja. Prezentacijama je prisustvovalo preko 2.000 profesionalaca koji odlučuju o kreiranju i prodaji turističkih programa i stvaranju svijesti o Zagrebu kao destinaciji. Ove godine nastavljene su ciljane i osmišljene promotivne online i offline kampanje u susjednim zemljama i Hrvatskoj s kojima su posebno promovirana proljetno - ljetna te adventska događanja u Zagrebu.

Potrebno je istaknuti da je u 2014. godini prema statistikama i analizi objavljenog materijala u stranom tisku objavljeno 123 članka o Zagrebu u 97 novinskih naslova, ukupne vrijednosti 14.032.954 kn. U 2014. godini TZGZ je ugostila ukupno 191 turističkog agenta te 302 novinara iz 34 različitih zemalja.

U 2014. godini nastavljene su aktivnosti kojima su pojačani prisutnost i oglašavanje na internetu, odnosno Google-u, display oglašavanju, You Tube-u i društvenim mrežama.

Tijekom godine su višekratno napravljeni dotisci brošura Zagreb - grad i ljudi, Zagreb - sve boje grada, Korak po korak i Zagrebačka okolica za najtraženije jezične mutacije. Aktualizirane su i otisnute brošure Gornji grad, Razgledi grada, brošura Muzeji i galerije na hrvatskom i engleskom jeziku, Kulturni vodič, Kongresna brošura, letak Smjena straže, letak Kumice s Dolca, brošura Glazba u zagrebačkim crkvama, brošura Zagrebački vremeplov, letak "Židovi u Zagrebu", a napravljen je i dotisak letka „Jeste li znali?“. Novost su i adventska karta grada i letak - promotivni materijali izrađeni u svrhu promocije niza događanja tijekom manifestacije Advent u Zagrebu. Za potrebe nastupa na sajmovima na dalekim tržištima, koja su proteklih godina pokazala potrebu za isticanjem ovakve vrste ponude grada, izrađena je i grafička priprema brošure „Weddings in Zagreb“ koja Zagreb predstavlja kao poželjnu romantičnu destinaciju za organizaciju vjenčanja.

- Ostvarenje ciljeva 5. i 6.

S ciljem sustavnog razvoja Zagreba kao poželjne i sadržajima atraktivne destinacije nastavljeno je s uspješnim projektom Zagrebački vremeplov u okviru kojega se od proljeća do jeseni odvija niz, za posjetitelje potpuno besplatnih manifestacija: Promenadni koncerti i Plesne večeri na Zrinjercu, Promenadni koncerti u parku Maksimir, Tkalčijana, Kumice s Dolca, Gornji grad u prošlosti, Smjena straže Počasne satnije Kravat pukovnije, Folklorna scena za turiste, Gornjogradski ulični svirači i Gornji grad u prošlosti. I ove godine podržani su projekti kao što su Ljeto na Štrosmu, INmusic festival, interaktivna noćna tura Tajne Griča, Cest is d'best i ostali. Tijekom ljeta lansiran je novi projekt Dvorišta Gornjeg grada, kojem je cilj potaknuti afirmaciju potencijala gornjogradskih prostora te ih pretvoriti u prvorazrednu turističku atrakciju.

Slijedom višegodišnjih napora uložениh u promociju i sadržaje, projekt Advent u Zagrebu razvio se u cjeloviti i najjači turistički proizvod Grada. Ovogodišnji Advent donio je rekordnu posjećenost gradu tijekom prosinca zahvaljujući vrlo bogatim sadržajima i jakim promidžbenim aktivnostima u Hrvatskoj i inozemstvu. Osim postojećih lokacija u gradu koje tijekom Adventa kontinuirano unapređuju svoju ponudu i program te sukladnom tome podižu razinu kvalitete cjelokupnog projekta, s velikim uspjehom pokrenut je niz novih atraktivnih sadržaja, prije svega klizalište - Ledeni park na Tomislavcu, a otvorena je i nova atraktivna adventska lokacija - Advent na Europskom trgu. Osim navedenog, u Zagrebu se održao prvi novogodišnji festival Playground NYE, a program su upotpunili i koncerti s božićnih balkona u užem gradskom centru. U sklopu tradicionalnog darivanja božićnog bora europskim

metropolama, ove godine bor je darovan gradu Ljubljani, što je ujedno bila prigoda za promidžbu Adventa u Zagrebu kao i cjelokupne turističke ponude grada.

- Ostvarenje ciljeva 7. i 8.

Fizički turistički promet grada Zagreba, kao rezultat pojačanih promidžbenih aktivnosti tijekom godine na već postojećim, ali i na novim tržištima, zajedno sa naporima cjelokupne turističke industrije, pokazuje rast od 13% u odnosu na 2013. godinu u dolascima i 13% u noćenjima. Prema podacima o boravišnoj pristojbi, u 2014. godini u Zagrebu je zabilježeno ukupno 911.273 dolazaka i 1.576.034 noćenja.

- Ostvarenje cilja 9.

Edukativni projekt Kultura turizma realiziran je sukladno predviđenom planu i programu rada. U obliku izvannastavne aktivnosti, u projektu su sudjelovali učenici pet srednjih škola kojima turizam i ugostiteljstvo nisu primarni. Cilj projekta je poticanje mladih na promišljanje o svom gradu kao poželjnoj turističkoj destinaciji kao i sustavnom edukacijom razvijati svijest mladih o učincima turizma.

- Ostvarenje cilja 10.

Pod okriljem Turističke zajednice grada Zagreba funkcionira pet turističkih informativnih centara koje je tijekom godine posjetilo 352.000 posjetitelja. Osim kroz izravnu komunikaciju, informatori odgovaraju na brojne telefonske i pisane upite. U turističko informativnim centrima se kontinuirano povećava obujam posla pri čemu se posebna briga posvećuje traženim stranim jezicima kako bi se pružila usluga visoke razine.

TZGZ je osvojila brojne nagrade među kojima treba istaknuti: TZGZ - Grad Zagreb - 2. najbolja destinacija u Europi prema organizaciji European Best Destinations, film „Advent in Zagreb“ - nagrada „Master Award“ na Međunarodnom festivalu turističkog filma u sklopu sajma ITB Berlin, TZGZ - Grad Zagreb - nagrada „New Travel Routes Award 2014 - Most Dazzling Journey“ od časopisa „U Magazine“ (hongkonški vodeći turistički magazin), projekt „Dvorišta“ - nagrada CBTour za kreativne i inovativne programe u turizmu s naglaskom na održivi razvoj u kategoriji najbolja usluga, TZGZ - Kongresni ured - godišnja nagrada za 2014. „Ambasador hrvatskog kongresnog turizma“.

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

PRILOG 1: Statistika dolazaka i noćenja turista, str. 40

Sukladno usvojenom Programu rada za 2014. godinu ovo Izvješće prati redoslijed utvrđenih vrsta aktivnosti i njihovu realizaciju.

1. STRUKTURA MARKETING MIKSA

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

1. Rashodi za radnike

Sukladno Programu rada i financijskom planu za 2014. godinu sredstva su utrošena za Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika, izdatke za prijevoz i ostale rashode za radnike (zdravstvene usluge).

2. Rashodi ureda

Ured Turističke zajednice grada Zagreba je koordinirao izvršenje Programa rada i financijskog plana za 2014. godinu i provodio sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Zagreba.

PRILOG 2.: Rashodi ureda

3. Rashodi TIC - evi

Svakodnevno pružanje informacija u izravnom kontaktu, putem telefona ili elektronske pošte, kao i prikupljanje, obrada i mjesečno publiciranje informacija o događanjima u gradu Zagrebu, temeljni su poslovi koji su obavljani u svih pet turističko-informativnih centara.

Radno vrijeme svih info-centara bilo je u potpunosti prilagođeno potrebama posjetitelja te centri ne rade svega četiri dana u godini.

Tijekom godine u skladu s potrebama, uspostavljeni su u posebnim prigodama i privremeni info-punktovi (Međunarodna zračna luka Zagreb, Zagrebački velesajam, pojedini hoteli), u svrhu potpore organizaciji pojedinih kongresnih skupova, sportskih priredbi ili drugih značajnijih događanja.

Visokoj razini kvalitete rada u Turističko-informativnim centrima (stalnim te povremenim info-punktovima), osim stalno zaposlenih djelatnika u određenoj mjeri tijekom godine doprinosili su i studenti osposobljeni za poslove turističkih informatora.

U info-centrima vođena je i statistika o broju inozemnih i domaćih posjetitelja koji su osobno tijekom 2014. godine zatražili neku od informacija. Obradeni statistički podaci o broju posjetitelja u svakom pojedinom info-centru, prikazani su u tablicama. Prilog 3.

Prema statističkoj evidenciji tijekom 2014. godine grad Zagreb je posjetilo 911.273 posjetitelja. Iz toga proizlazi da je od ukupnog broja posjetitelja svaki treći posjetio neki od info-centara. Kod domaćih posjetitelja proizlazi da je svaki sedmi, a kod inozemnih gotovo svaki četvrti zatražio informaciju u jednom od naših pet info-centara.

Po prvi puta od kada se vode statistike o broju posjetitelja, evidentirano je da je u središnjem TIC-u na Trgu bana J. Jelačića tijekom srpnja kroz 13 dana bilo više od 1.000 posjetitelja dnevno. Kroz dva dana taj broj bio je čak iznad 1.440 posjetitelja. Više od 1.000 posjetitelja u danu evidentirano je i jednom u mjesecu kolovoz i što je posebno zanimljivo čak i tijekom dva dana u mjesecu prosincu. Za ove posljednje rezultate definitivno veliki značaj imaju vrlo raznoliki i brojni sadržaji vezani za organizaciju događanja Advent u Zagrebu.

Tijekom 2014. godine u središnjem TIC-u, sukladno Planu rada bilo je predviđeno djelomično preuređenje izloga koji gleda prema Trgu bana J. Jelačića u vezi postavljanja suvremene inačice interaktivnog turističkog samostojećeg poslužitelja koji će biti dostupan s vanjske strane izloga i u funkciji 24 sata. Realizacija planiranog ostvarena je u dijelu koji se odnosi na pripremni dio radova (zamjena metalnog i staklenog dijela izloga). Razlog nepotpunoj realizaciji planiranog jesu nepredvidljive tehničke prepreke kao i nepovoljni vremenski uvjeti koji su bili nužni za izvođenje ovakve vrste radova, a zbog kojih su isti u nekoliko navrata morali biti odgađani za 2015. godinu.

U središnjem izlogu na velikom elektronskom panelu, svakodnevno su emitirani promotivni turistički filmovi o Zagrebu, a isti je ujedno i korišten za najavu najvažnijih događanja u gradu. Ovakvim suvremenim tehnološkim rješenjem, središnji info-centar posjetiteljima je i vizualno najavljivao najzanimljivije informacije o najatraktivnijim događanjima u gradu Zagrebu.

U razdoblju od travnja do listopada 2014. godine svim posjetiteljima kao i građanima Zagreba na usluzi su bili „Zagrebački turistički informatori“ (angažirani putem student-servisa). Stručno osposobljeni i posebno odjeveni informatori (uočljive i vrlo prepoznatljive odore), učestalo su obilazili 4 utvrđene gradske turističke rute te svim zainteresiranim pomagali u snalaženju i davali tražene informacije.

PRILOG 3. Turistički informativni centri

4. Rashodi za rad tijela: Naknada TV I NO

Sredstva su utrošena prema Planu za naknade članovima Turističkog vijeća i Nadzornog odbora.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Cvjetne košarice na gradskim rasvjetnim stupovima

Cvjetne su košarice i u 2014. godini postavljene u centru grada na različitim turistički atraktivnim lokacijama – na rasvjetnim stupovima i zidnim svjetilkama na sljedećim lokacijama: Gornji grad, Kaptol, Bakačeva ulica, Tkalčićeva ulica, Stara Vlaška, Trg bana J. Jelačića, Splavnica, Trg maršala Tita te Tomislavov trg. Osim što oplemenjuju najljepše zagrebačke trgove i ulice, šalju posjetiteljima poruku dobrodošlice, čine im boravak još ugodnijim ostavljajući dojam o Zagrebu kao gradu s mediteranskim, opuštenim šarmom.

2. Potpora događanjima

Potpore događanjima kojima se obogaćuje turistička ponuda u gradu, generiraju objave u stranim medijima i naročito povećavaju broj dolazaka i noćenja posjetitelja te su jedna su od strateških smjernica poslovanja Turističke zajednice grada Zagreba. Stoga se suradnja sa organizatorima manifestacija pristupa studiozno te im se, osim financijske, pruža logistička, promidžbena i savjetodavna potpora.

Sukladno planiranim sredstvima, realizirane su potpore organizatorima raznih tematskih razgleda grada koji su usmjereni posjetiteljima najrazličitijih interesa, a na zanimljiv način su upotpunjavali turističku ponudu grada. Suradnja je nastavljena s organizatorima sada već tradicionalnih tematskih razgleda poput: razgleda grada Zagorkinim korakom, razgled biciklom, Segway vozilima, putevima Gornjogradskih coprnica. Uvedeni su i novi zanimljivi razgledi grada električnim biciklima, Trčeći razgled, Secret Zagreb Walks i drugi. Podržan je projekt Tjedan restorana Zagreb, izrada turističkog planinarskog zemljovida Medvednice, ZAGREB4U tijekom kojeg strani studenti istražuju Zagreb i svoja iskustva dijele na društvenim mrežama i blogovima te drugi planom predviđeni projekti. Planom predviđena, a neostvarena suradnja, u pravilu se odnosi na partnere koji su od projekata odustali uslijed utjecaja trećih strana.

Sportska natjecanja na kojima sudjeluju natjecatelji iz cijele RH, a osobito iz inozemstva, osim što pridonose promociji Zagreba u zemljama iz kojih dolaze, generiraju povećanje broja dolazaka i noćenja, posljedično i turističke potrošnje te u konačnici i obogaćuju sportsku ponudu grada. TZGZ prati i valorizira opisana sportska događanja te niz godina ostvaruje suradnju s organizatorima natjecanja. Slijedom navedenog, potpora je tijekom godine pružena tradicionalnim i značajnim natjecanjima: Teniskom natjecanju ATP - PBZ Zagreb Indoors, Trofeju zagrebačkih pahuljica i Europskom judo kupu te nizu međunarodnih natjecanja u različitim sportovima. Badminton, squash, ženski nogomet, wakeboard, plivanje, nogomet, jedriličarstvo, odbojka na pijesku, ribolov, kanu, stolni tenis, odbojka, podvodno foto natjecanje, kuglanje, boćanje, rukomet, biciklističke utrke, tenis u kolicima za invalide, hokej na travi, maratoni, taekwondo, umjetničko klizanje, vježbanje, rally, akrobatski rock n roll i mali nogomet, sportovi su u kojima je TZGZ ostvarila suradnju s organizatorima natjecanja. Posebno se izdvaja uspješna realizacija sportskog projekta Hrvatske svjetske igre u sklopu kojih su se natjecali Hrvati iz 37 zemalja svijeta u 16 različitih sportova. Nažalost, uslijed nepovoljnih vremenskih uvjeta, skijaške utrke FIS slaloma za žene i za muškarce morale su biti otkazane kao i Synchro ski svjetski kup.

U koordinaciji s Gradom i nadalje se dio predviđenih potpora dodjeljivao projektima i manifestacijama prema sugestiji relevantnih gradskih ureda uz napomenu da su ta događanja bila od posebnog utjecaja na turizam grada Zagreba. Turističko vijeće TZGZ je svaku preporuku Grada posebno razmotrilo i donijelo konačnu odluku o pružanju potpore pojedinoj manifestaciji, a sve u cilju valorizacije kvalitete i značaja manifestacije te izbjegavanja preklapanja pojedinih potpora.

Advent u Zagrebu je prema mišljenju domaćih, a osobito inozemnih posjetitelja kao i građana Zagreba bio do sada najbogatiji sadržajima, obilovao najrazličitijim programima, a za što je između ostalog zaslužno pokretanje novog projekta Ledeni park na Tomislavcu, odnosno klizališta na Trgu kralja Tomislava. Razlika između planiranih i utrošenih sredstava na ovom projektu odnosi se na trošak otvaranja manifestacije. Osim klizališta, ponudu je znatno obogatilo otvaranje novog i atraktivnog adventskog prostora na novouređenom EU trgu koji odlično komunicira s posjetiteljima. Prvo izdanje novogodišnjeg festivala Playground NYE, koji je specifičan po zvučnim imenima elektronske glazbe privlačnima inozemnim posjetiteljima, nije u potpunosti ispunilo planirane aktivnosti pa je potpora djelomično realizirana. Od novih adventskih projekata vrijedno je istaknuti i koncerte s zagrebačkih balkona u izvedbi ansambla Ad gloriam brass, za koje nisu utrošena sva predviđena sredstva zahvaljujući drugim izvorima prihoda, također i za tradicionalnu manifestaciju Advent na Zrinjevcu, što potvrđuje nastojanja našeg ureda u smjeru ostvarenja samo-održivosti projekata. Osim Adventa na Zrinjevcu, uspješno su realizirane manifestacije Fuliranje kod Uspinjače, Advent i Nova godina na Trgu bana J. Jelačića,

Žive božićne jaslice, Artomat, Kapulica & lampioni na novoj lokaciji, tržnici Dolac te većina ostalih planom predviđenih manifestacija. Zbog odustajanja organizatora nije se realizirao projekt Veseli božićni tramvaj, kao i Art & Gourmet Park na Strossmayerovom trgu.

Darovan je božićni bor gradu Ljubljani. Sredstva potrebna za realizaciju darivanja božićnog bora bila su manja od planiranih te nisu u cijelosti utrošena zbog nižih troškova putovanja, nije bilo troška za kupnju bora kao i troška za smještaj djelatnika i novinara.

Nastavljena je suradnja s organizatorima tradicionalnih događanja od posebnog kulturnog i turističkog značaja kao što su: Floraart, 48. međunarodna smotra folklor, AMADEO ljetna kazališno-glazbena scena, Ljetne noći Teatra Exit, proljetno odnosno ljetno izdanje Fuliranja na Strossmayerovom trgu – Artikuliranje, Noć muzeja, a podržani su i Gastro dani Udruženja ugostitelja Zagreba kao i novi projekt Noć hrvatskog filma i novih medija kada se u jednoj filmskoj noći moglo pogledati filmove koji su obilježili domaću kinematografiju. Projekti Glazba susreće riječi, Martin je u Zagrebu i Ja BiH... 5 dana Zagreba u Sarajevu nisu ostvareni.

Od modnih događanja podržana je 79. Zlatna igla Zagreba, tradicionalna modna manifestacija zagrebačkih obrtnika, modno-kulturno događanje na nivou najpoznatijih svjetskih Fashion Weekova „Fashion week Zagreb“, Udruga Petrine Pletilje za projekt Hrvatska etno kuća Materina priča te Hrvatsko dizajnersko društvo za projekt Dan D i izložbu hrvatskog dizajna 1314.

Festivalska ponuda je, kao i prethodnih godina, znatno obilježila cjelokupnu turističku ponudu grada i svake je godine sve bogatija. Tradicionalno prevladavaju glazbeni i filmski festivali te projekcije, a uska suradnja ostvarena je s organizatorima značajnih manifestacija koje su protekle prema predviđenom rasporedu, prije svih Cest is d best, Međunarodni festival vatrometa, Festival sv. Marka, INmusic festival iz kojeg su stizale najave desetog jubileja, Ljeto na Štrošu, Večeri na Griču, Ljetno kino Gradec. Različitost festivalske ponude jasan je pokazatelj bogatih sadržaja koji se nude posjetiteljima i sugrađanima. Na Festivalu turističkog filma, u ovoj je godini dodatno podignuta kvaliteta filmskih projekcija, odnosno filmova prijavljenih za sudjelovanje. Suradnja s organizatorima festivala realizirana je prema programu rada i financijskom planu.

Sukladno planiranim aktivnostima i sredstvima, TZGZ već niz godina uspješno surađuje s turističkim zajednicama unutar sustava u vidu pružanja potpora za predstavljanje njihovih manifestacija u Zagrebu ili za programe tijekom godine. Tako je primjerice pružena potpora TZG Nove Gradiške za prezentaciju turističke ponude Nove Gradiške u Zagrebu, TZG Lepoglave za predstavljanje 18. Međunarodnog festivala lepoglavске čipke u Zagrebu kao i TZG Slavenskog Broda za Dane Slavenskog Broda u Zagrebu. Njihove prezentacije u Zagrebu donose živost na zagrebačke ulice i trgove te upoznaju kako lokalno stanovništvo tako i posjetitelje s bogatstvom i raznolikošću kulturne, povijesne i tradicijske baštine RH.

TZGZ pruža potporu nizu udruga i klubova u Zagrebu koji promoviraju tradicijske vrijednosti, odnosno čije su aktivnosti neposredno povezane sa turizmom. Sukladno navedenom, potpora je pružena npr. Društvu turističkih vodiča Zagreba, Udruzi Plemićka mladež za Jelačić bal, Obrtničkoj komori Zagreb za Dan obrtničke komore, Udruženju kuhara Zagreba te primjerice Udruzi Domino za turneju predstave "NEČASTIVE" u SAD-u. Posebna suradnja nastavljena je i s Gradskom četvrti Sesvete, tj. Narodnim sveučilištem Sesvete kojem su doznačena sredstva za sve manifestacije koje se ostvaruju na području koje obuhvaća.

Nisu ostvarena sredstva na stavci „Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima“. Sredstva su bila predviđena za nagradno putovanje u Zagreb za dobitnike tombole bala Hrvatskog kulturnog društva u Gradišću, no nagrada nije iskorištena od strane dobitnika u za to predviđenom roku.

Pružena je potpora KUD-ovima s područja grada Zagreba koji su tijekom godine predstavili bogato tradicijsko nasljeđe Zagreba i okolice prikazavši bogati i očuvani fundus svojeg stvaralaštva: običaje, plesove i pjesme ali i edukativne radionice, stoga je njihovo sudjelovanje na pojedinim gradskim manifestacijama bilo ne samo zabavno već i poučno.

Putem donacija u kulturi pružena je potpora Ansamblu Lado, Zagrebačkim mažoretkinjama, Parku prirode Medvednica, Javnoj ustanovi „Maksimir“, Botaničkom vrtu PMF-a – institucijama koje doprinose promidžbi grada Zagreba u Hrvatskoj i u inozemstvu te obogaćivanju turističke ponude grada Zagreba. Muzejima je kao važnim nosiocima kulturne ponude, odnosno dionicima kulturnog turizma grada Zagreba pružena potpora za njihove programe rada i značajne izložbe u 2014. godini i to: Muzeju prekinutih veza, Muzeju suvremene umjetnosti, Etnografskom muzeju, Galeriji Klovićevi dvori, Muzeju grada Zagreba, Muzeju automobila Ferdinand Budicki. U ovoj godini održane su i značajne izložbe koje su privukle velik broj posjetitelja i obogatile turističku ponudu, posebice za vrijeme Adventa u Zagrebu - u Muzeju za umjetnost i obrt izložba Guercino-svjetlo baroka te u Umjetničkom paviljonu JOAN MIRÓ: remek-djela iz Fundacije Maeght za što su također dodijeljena sredstva. Neplanirana sredstva u donacijama u kulturi ostvarena su za 60. obljetnicu osnivanja Muzeja suvremene umjetnosti.

Turistička zajednica je kroz razne vidove oglašavanja promovirala turističku ponudu grada

Zagreba u suradnji s pojedinim sportskim klubovima od međunarodnog značaja. Različiti oglašivački paketi omogućili su da se na stadionima prikažu oglasi TZGZ-a (LED displayi, banneri na ogradi, semafori), da oglasi TZGZ budu vidljivi na press zidovima za vrijeme domaćih i međunarodnih press konferencija, da se promiče Zagreb kao turistička destinacija na materijalima i dresovima itd.

Iznosi su predviđeni prema obimu i značaju oglašivačkog paketa, a zahvaljujući značaju i sportskim uspjesima klubova s kojima je ostvarena suradnja, oglasi TZGZ-a bili su zapaženi ne samo na domaćem, već i na međunarodnom tržištu (npr. prijenosi utakmica na Eurosportu i ruskim sportskim TV kanalima).

Sportski klubovi oglašavanja:

HK Medveščak	375.000
NK Dinamo	625.000
RK Zagreb	625.000
VK Mladost	625.000
KK Cibona	454.375
KK Cedevita	375.000

PRILOG 4.: Potpora događanjima

3. Potpora razvoju DMO-a

Projekti TZGZ obuhvaćaju projekte i imanifestacije koji se održavaju na gradskim ulicama i trgovima, a u 2014. otvorila su se i vrata Gornjogradskih dvorišta. Ti projekti iz godine u godinu izazivaju pozitivne reakcije građana kao i mnogobrojnih turista koji prepoznaju ovakav način prezentacije kulturnog, povijesnog i folklornog nasljeđa grada Zagreba. Nastali su unutar Turističkog ureda TZGZ kao rezultat realizacije prijedloga i ideja djelatnika Ureda i sugrađana, a provode se u suradnji sa stručnim organizacijama, društvima i udrugama.

Ove godine, uslijed izrazito nepovoljnih vremenskih prilika, nisu realizirani Besplatni razgledi grada za Zagrepčane. Unutar Zagrebačkog vremeplova uspješno su realizirani svi projekti u razdoblju od travnja do početka listopada, a završetak projekta obilježen je tradicionalno na Zrinjercu na Svjetski dan turizma uz prisustvovanje velikog broja Zagrepčana i turista. Za potrebe projekta Zagrebački vremeplov tiskana je brošura u dva izdanja: proljeće/ljeto te ljeto/jesen.

Projekt Zagrebački vremeplov obogaćen je novom manifestacijom - Promenadnim koncertima nedjeljom u izvođenju Puhačkog orkestra ZET-a koji se održavaju na Zrinjercu, a projektu Gornji grad u prošlosti pridružili su se novi likovi.

I u 2014. godini tiskana je brošura „Glazba u zagrebačkim crkvama“.

TZGZ je u suradnji s partnerom lansirala novi projekt „Dvorišta“ - kulturno-turističku manifestaciju koja je tijekom mjeseca srpnja otvorila sedam Gornjogradskih dvorišta i na taj način potakla afirmaciju potencijala Gornjeg grada. Otkrivajući i promovirajući još neistražene gornjogradske prostore stvorena je prvorazredna kulturno - turistička atrakcija.

Novogodišnja folklorna večer za 2014. godinu održana je 30.12. 2013. u Zagrebačkom kazalištu mladih s obzirom da u GK „Komedija“ iz tehničkih razloga nije bilo moguće održati istu 1.1.2014. Sukladno navedenom, na ovoj je stavci iznos znatno manji od planiranog. Ostvarena su jedino sredstva za promotivne materijale za koncert koji se održao 1.1.2015. godine, a koji su se za isti pripremali i tiskali krajem 2014. godine kako bi bili pravovremeno izrađeni.

Povodom Uskrsa, TZGZ je, zahvaljujući uspješnoj i dugogodišnjoj suradnji s poduzećem Zrinjevac postavila tri velike pisanice s prigodnim uređenjem na Kaptolu ispred Katedrale kako bi uljepšala blagdane Zagrepčanima i turistima, a Uskršnja folklorna večer tradicionalno je održana na uskršni ponedjeljak, 21.4. u GK „Komedija“ okupivši mnogobrojne turiste koji su uskršne blagdane proveli u Zagrebu.

Posebno je i obilježen Dan grada Zagreba već tradicionalnim besplatnim programima za Zagrepčane i turiste od tematskih razgleda grada, nastupa uličnih svirača, likova iz Gornjeg grada u prošlosti, do Smjene straže Počasne satnije Kravat - pukovnije. Podijeljeni su i licitari i promidžbeni materijali TZGZ.

Ostali projekti unutar Projekata TZGZ provedeni su prema planiranim aktivnostima i sredstvima

PRILOG 5.: Potpore razvoju DMO-a

4. Potpore DMK-a

Kako bi potakla stvaranje i osmišljavanje novih turističkih proizvoda te veću prisutnost turističke ponude grada Zagreba u prodajnim programima i katalogima domaćih i inozemnih organizatora putovanja, TZGZ je i u 2014. godini financijski podržala inicijative DMK, turoperatora, Croatie Airlines i ostalih avio prijevoznika.

Zagrebačkim destinacijskim menadžment kompanijama dana je potpora za nastup na turističkim sajmovima, a Turistička zajednica grada Zagreba uključila se i u organizaciju studijskih posjeta

njihovih poslovnih partnera - predstavnika stranih putničkih agencija. Od posebnog interesa je bila i suradnja s DMK Obzor putovanja koja je rezultirala izradom brošure City breaks te s DMK Kompas Zagreb za tisak kataloga te promociju Zagreba kao domaćina Atletskih veteranskih balkanskih igara.

Nastavljena je uspješna suradnja s Croatiom Airlines u svrhu promocije avio linija za Zagreb, posebno letovi za Brisel, Atenu i Barcelonu. Uz financijsku potporu, nacionalnom prijevozniku omogućen je i zajednički nastup na sajmu SITC Barcelona te je zajednički održana posebna prezentacija u Ateni 28.5.2014. godine. Nastavak višegodišnje suradnje rezultirao je i uključivanjem Croatie Airlines u realizaciju studijskog putovanja „Zagreb city break“ za agente iz Belgije.

Uspješno je nastavljena suradnja i s turoperatorom Hanjin Travel Service na projektu organizacije dočeka čarter letova iz Južne Koreje, nastavljena je suradnja s TO Tumlare u Brazilu s uključanjem Zagreba u njihov ljetni katalog, a započeta je suradnja s turoperatorima FTI (uključena je ponuda Adventa u Zagrebu u zimski katalog) te Thomas Cook/Neckermann (dogovoreno je uključanje zagrebačke turističke ponude u njihov katalog Osteuropa und Kroatien).

Navedene aktivnosti su doprinijele ostvarenju cilja - veće prisutnosti zagrebačke turističke ponude na turističkim sajmovima i u prodajnim katalogima vodećih turoperatora (pogotovo na njemačkom govornom području - FTI, Thomas Cook/Neckermann) što je pridonijelo povećanju broja dolazaka i noćenja s ciljanih tržišta (npr. Njemačka + 2% noćenja, Švicarska + 13% noćenja, Španjolska + 23% noćenja, Južna Koreja + 203% noćenja).

5. Kandidature za stručne skupove i potpore skupovima / kongresni ured

Sukladno podacima Državnog zavoda za statistiku za 2014. godinu u Zagrebu je održano 2.710 poslovnih skupova, a što čini 48,1% ukupno održanih skupova u Republici Hrvatskoj. U istom razdoblju 2013. godine, u Zagrebu je održano 2.634 poslovnih skupova - 76 manje u usporedbi s 2014. godinom. Navedeni podaci odnose se na razdoblje od prvih devet mjeseci, s obzirom na dostupne podatke u trenutku pisanja ovog izvješćaja. Osim podataka Državnog zavoda za statistiku, Kongresni ured vodi evidenciju, prikuplja i obrađuje podatke o održanim i predstojećim skupovima koji su dobili financijsku potporu, kao i potporu u vidu promotivnih materijala ili razgleda grada te direktnim kontaktiranjem organizatora. U 2014. godini Kongresni ured je evidentirao 241 takvih skupova (179 u 2013. godini) s ukupno 29.592 sudionika (25.045 u 2013. godini). Kongresni ured pružio je potporu organizaciji EU međuparlamentarne konferencije „Izazovi održivog turizma: promocija kulturne baštine i zaštita okoliša“, u organizaciji Hrvatskog Sabora. U skladu s Programom rada i financijskim planom za 2014. godinu Kongresni ured Turističke zajednice grada Zagreba pružio je pomoć organizatorima pri podnošenju 4 kandidature, i dao potporu za organizaciju 78 skupova.

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.

PRILOG 14.: Popis održanih skupova prema evidenciji TZGZ.

6. Projekt : Volim Zagreb

Ekološko-edukativan projekt „Volim Hrvatsku“ dosadašnjih je godina bio dio aktivnosti Hrvatske turističke zajednice. Budući da je isti ukinut od strane krovne institucije, TZGZ je, prepoznavši tijekom proteklih petnaestak godina značaj projekta, nastavila s istim pod nazivom „Volim Zagreb“.

Aktivnosti su provođene s istim ciljem: nastavak poticanja svih relevantnih subjekata da se aktivno uključe u očuvanje turističkog prostora, unapređenje turističkog okruženja, zaštitu čovjekova okoliša, kulturnog, etnološkog i povijesnog nasljeđa kao i održivog razvoja.

U projektu su sudjelovale PU Zagrebačka, Gradski ured za obrazovanje, kulturu i šport kao i ekološko-edukativne udruge koje svoje djelovanje temelje na zaštiti okoliša, a time pridonose podizanju svijesti o Zagrebu kao zdravoj i ugodnoj životnoj sredini i turističkoj destinaciji. Nastavilo se i s poticanjem i sudjelovanjem u aktivnostima edukacije građana o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora i to s posebnim naglaskom na djecu predškolske i školske dobi.

Iako je natječaj za naj likovno i literarno djelo za osnovne škole i dječje vrtiće ukinut na razini HTZ-a, TZGZ ga je provela i ove godine pod nazivom „Volim Zagreb“, a u cilju razvijanja svijesti djece o očuvanju životnog i radnog prostora i okoliša te važnosti i učincima turizma u svom gradu. Nakon završetka natječaja organizirana je prigodna dodjela nagrada i ručak za djecu i profesore.

PRILOG 6.: Volim Zagreb

7. Maketa grada Zagreba

U lipnju 2013. godine u središtu Zagreba postavljena je trajna maketa. Sredstva su predviđena za moguće potrebe održavanja. U 2014. godini planirana sredstva nisu utrošena.

8. Kulturni Turizam

Kao i dosadašnjih godina, stavljen je naglasak na poticanje suradnje i unapređenje partnerstva između kulturnog i turističkog sektora, a u cilju podizanja standarda kulturno-turističkog proizvoda. Sastavni dio tih aktivnosti bila je i izdavačka djelatnost koja je bila usmjerena na ažuriranje i unapređenje već postojećih brošura.

Seminari, studijska i stručna putovanja

Nisu ostvarena sredstva na ovoj stavci.

Izdavačka djelatnost

S ciljem predstavljanja kulturne ponude i događanja tijekom godine tiskana je brošura EVENTS&PERFORMANCES, odnosno godišnji Kulturni vodič Zagreba kao i letak „Jeste li znali?“. Godišnji Kulturni vodič Zagreba Turistička zajednica grada Zagreba izdaje od 2006. godine, a sadrži datume održavanja najznačajnijih događanja u grad Zagreb tijekom godine - od kulturnih, zabavnih, umjetničkih do sportskih i drugih manifestacija. Vodič se tiska na engleskom jeziku s dodatkom najvažnijih događanja na njemačkom jeziku. Tiskan je i letak „Jeste li znali?“ i to na šest jezičnih mutacija, a sadrži zanimljive crtice o gradu Zagrebu.

Ažurirane su i informacije u brošuri „Muzeji, galerije i zbirke“ u hrvatskoj i engleskoj jezičnoj mutaciji.

Brošure, vodič i letak distribuirani su na svim sajmovima na kojima je TZGZ nastupila, kao i u svim Turističkim informativnim centrima. Tijekom trajanja projekta Zagrebački vremeplov brošure se distribuiraju na info desku TZGZ na Zrinjevcu, u sklopu Promenadnih koncerata kao i iz ruku hodajućih informatora gornjogradskih likova.

Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza

Ostvarena je potpora za gostovanje Muzeja prekinutih veza u Mexico Cityu gdje se predstavio stalni postav Muzeja u Zagrebu kao originalni turistički sadržaj na taj način promovirajući Zagreb kao atraktivnu turističku destinaciju s posebnom muzejskom ponudom.

Susreti s partnerima

Održan je susret s novom generacijom turističkih vodiča.

9. Ured direktora – potpore projektima

Prema odluci Skupštine TZ direktorica ureda tijekom godine odobrava potpore manjih iznosa (do 20.000 kuna) za ad hoc događanja od turističkog značaja za Zagreb, bez posebnog odobrenja viših tijela, a ukupna svota godišnje ne prelazi iznos predviđen planom.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje

U 2014. godini Turistička zajednica grada Zagreba nastavila je s oglašavanjem putem Google AdWords, najveće oglašivačke mreže u svijetu koja prikazuje oglase na Google pretraživačkoj mreži (kao što je Google tražilica) i Google prikazivačkoj (sadržajnoj) mreži (kao što su razni web portali), a s kojom je započela 2008. godine. Sukladno tome, na web stranicama Turističke zajednice grada Zagreba kreirane su tzv. „landing stranice“ – stranice kreirane posebno za pojedine kampanje na koje korisnik dolazi poveden nekom kampanjom na tražilici ili sadržajnoj mreži.

Informacije vezane uz Google AdWords kampanje nalaze se u prilogu.

Oglašavanje putem popularnog Googleovog video servisa YouTube sada je i službeno dostupno u Hrvatskoj, kao i u ostatku regije. Ovaj oblik oglašavanja donosi razne mogućnosti oglašivačima za povezivanje i s lokalnom i međunarodnom publikom, što u praksi znači da će se oglasi korisnicima moći prikazivati i prilikom pretraživanja video sadržaja i prilikom njegovog gledanja ili postavljanja.

TZGZ je na servisu YouTube oglašavao dva video uratka: Dive in Zagreb koji je pregledalo 151.005 korisnika, i Advent Magic in Zagreb koji je pregledalo 443.304 korisnika. Promocija niza događanja u Zagrebu provedena je kroz ljetnu (Dive in Zagreb) i zimsku (Advent in Zagreb) kampanju na vodećim portalima u ciljanim zemljama te na mobilnim platformama. Ciljane zemlje odabrane su po sljedećim kriterijima: broj dolazaka i noćenja, mogućnost posjete događanja automobilom, autobusom i direktnim letovima, posjet web stranicama i društvenim mrežama, značajnost tržišta.

Dive in Zagreb kampanja provedena je na portalima i na mrežama portala u Njemačkoj, Italiji, Velikoj Britaniji, Francuskoj, Španjolskoj i Mađarskoj, a Advent in Zagreb kampanja provedena je na portalima i mrežama portala u Njemačkoj, Italiji, Velikoj Britaniji, Francuskoj, Mađarskoj i Srbiji. Promocija na internet portalima i mrežama odvijala se putem banneri i sadržajnih oglasa, a koji su se prikazivali na istima u dogovorenom periodu.

Na jednom od vodećih hrvatskih portala dalje.com su zakupljivanjem adekvatnih oglasnih prostora i na hrvatskoj i engleskoj varijanti stranice promovirana ključna događanja u gradu kroz cijelu godinu, a s ciljem informiranja građana, ali i turista, budući da spomenuti portal ima izrazito posjećenu stranicu koja također služi kao servis za informiranje drugim portalima.

U 2014. završena je audio guide aplikacija - AR Voice guide za „pametne“ telefone koja koristi suvremenu ICT tehnologiju.

Također, u 2014. godini u suradnji s agencijom Bruketa&Žinić OM pokrenuta je aplikacija za mobilne uređaje Zagreb Be There. Aplikacija posjetiteljima Zagreba predlaže različite tematske puteve za obilazak grada uz pomoć „pametnih“ telefona. Aplikacija nudi pet mogućih ruta od koje svaka predstavlja Zagreb na ponešto drugačiji način poput *Space Explorer* na kojoj se nalaze lokacije svih *prizemljenih* planeta sunčeva sustava iz umjetničkih instalacija Ivana Kožarića i Davora Preisa. Ruta *Hidden Spots* primjerice otkriva posljednji gornjogradski bunar, napušteno groblje u Jurjevskoj ili oslikanu vodenu pumpu posvećenu Dinu Dvorniku iz serije Pimp my Pump. Na ruti *Indie Zagreb* nalaze se primjerice Muzej prekinutih veza, sajam antikviteta na Britancu ili spomen-ploča Tomislavu Gotovcu *Zagreb, volim te* u Ilici. Tu su još i rute *Refreshing* i *Classic Zagreb*. Aplikacija je dostupna na Android i iPhone uređajima, a osmišljena je prema takozvanom *gamification* principu koji pravila i načine interakcije iz videoigara preslikava na stvarni svijet. Nakon što odaberu rutu turisti obilaze lokacije i *checkiraju* se na njih, a u obilasku im pomaže karta. Kada se turisti *checkiraju*, na većini lokacija iz rute otključavaju jednu od nagrada, poput popusta na ulaznice ili 2-za-1 ponude za unajmljivanje bicikla. Partneri projekta su Muzej prekinutih veza, Lauba, Tehnički muzej, NextBike i Zoološki vrt grada Zagreba. Aplikacija se može downloadati s mikrostranice betherezagreb.com ili putem QR koda na lecima koji se mogu pronaći na svim važnijim turističkim punktovima u Zagrebu.

Za potrebu proširenja adventske ponude u Zagreb Be There aplikaciju dodana je kroz mjesec prosinac i tzv. Adventska ruta, koja je korisnike vodila kroz najznačajnija adventska događanja u gradu. Za potrebe aplikacije provedena je i marketinška kampanja Facebook, Vine, Twitter i Google AdWords kampanja.

Nastavljeno je i s održavanjem postojećih profila TZGZ na društvenim mrežama: Facebook, Twitter, Flickr, Google+, LinkedIn, Pinterest, a profil YouTube konstantno je nadopunjavan novim filmovima, dok je Blogspot profil nadopunjavan novim tekstovima i fotografijama. Početkom studenog 2014. godine otvoren je i Instagram profil Turističke zajednice grada Zagreba, kako bi se i na taj način približili turistima, ali i našim sugrađanima. To se pokazalo odličnim te je jako dobro prihvaćeno od strane korisnika Instagrama. Broj followera na Instagramu je trenutno 625

te je u porastu. Instagram nastojimo također povezati i s ostalim društvenim mrežama, na kojima smo zabilježili porast fanova u trenutku podjele postova s Instagrama na istima.

Facebook - na Facebook-u se bilježi konstantan porast broja fanova. Početkom 2014. godine broj fanova bio je 27.900, dok je početkom 2015. broj fanova 34.365, s tendencijom rasta. 126.365 ljudi se checkiralo na Facebook stranicu TZGZ. Fanovi su ponajviše iz: Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Njemačke, Italije, SAD, Srbije, Makedonije, Austrije, Slovenije, Mađarske. 57% fanova su žene, a 42% muškarci. Reviews odnosno ocjena stranice je 4.4 od 5. (glasovi fanova na Facebooku, a glasalo je više od 5 tisuća ljudi).

Twitter - broj followera početkom 2015. godine je 4.273, što je porast od 1.550 followera u odnosu na početak 2014. godine. Dnevno se na Twitteru objavljuje prosječno 15 postova, od kojih je svaki u prosjeku retweetan 20 puta. Twitter također bilježi porast, kako u broju fanova (pogotovo stranih korisnika), tako i u povećanju komunikacije i prepoznatljivosti od strane korisnika te društvene mreže.

1.1.1. Newsletter i B2B Alert obavijesti

Osnovna funkcija newslettera TZGZ je redovito obavješćavanje i komuniciranje s novinarima, ali i sa ostalim ciljnim skupinama poput veleposlanstva, putničkih agencija, hotela, predstavništava Hrvatske turističke zajednice itd. Lista primatelja newslettera na engleskom i hrvatskom jeziku broji više od 13.000 adresa, a isti se slao jednom mjesečno.

B2B Alert (Zagreb Travel News) ima osnovnu funkciju pravodobnog obavješćavanja stranih agencija i turoperatora o najvažnijim događanjima u Zagrebu. Slao se jedan do dva puta mjesečno na engleskom jeziku na više od 12.000 adresa.

1.2. Internet stranica i upravljanje internet stranicama

U 2014. godini potpuno su redizajnirane adventske web stranice www.adventzagreb.hr te je korištena „responsive“ tehnologija koja omogućava prilagodbu stranica svim uređajima na kojima se učitava. Sadržaj adventskih web stranica konstantno je prevođen na četiri jezika: engleski, talijanski, španjolski i njemački. Također, završen je potpuni redizajn www.zagreb-touristinfo.hr stranica, a kojima se upravlja iz posebno razvijenog web administratora – CMS-a (Content Management System) tzv. Tourist InfoCMS. Stranice su razvijene sukladno novim SEO trendovima, i to u smislu izmjena u navigaciji stranicama kao i izmjenama u samom sadržaju stranica. I u ovom slučaju korištena je „responsive“ tehnologija.

Google Analytics pokazuje da je u 2014. godini web stranicu www.zagreb-touristinfo.hr posjetilo ukupno 1.019.928 posjetitelja koji su pregledali 4.329.118 stranica, web stranicu www.zagreb-convention.hr posjetilo je ukupno 52.974 posjetitelja koji su pregledali 82.900 stranica.

Razlog blagog pada broja pregleda stranica u odnosu na prethodnu godinu je u sve većoj orijentaciji korisnika prema društvenim mrežama, globalnim Internet servisima poput TripAdvisor, Booking.com itd., te usmjeravanje korisnika na specijalizirane stranice i mikrostranice u vlasništvu TZGZ kao www.adventzagreb.hr, www.zagrebplaces.com, www.betherezagreb.com, www.citybreak.zagreb-touristinfo.hr, www.zagreb-movies.com te na mobilne aplikacije u vlasništvu TZGZ kao ZagrebPlaces, ZagrebBeThere, Meet In Zagreb, Time Out Zagreb, QR. Detaljne informacije vezane za posjet web stranicama TZGZ nalaze se u prilogu.

PRILOG 9.: Analiza posjećenosti stranica www.zagreb-touristinfo.hr i www.zagreb-convention.hr

2. Offline komunikacije

U cilju informiranja potencijalnih posjetitelja, Turistička zajednica grada Zagreba je u 2014. godini oglašavala turističku ponudu grada Zagreba kroz offline komunikacijske kanale: televizija, radio, časopisi, novine, plakati na glavnim emitivnim turističkim tržištima. Poseban naglasak je stavljen na oglašavanje događanja Advent u Zagrebu.

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

S ciljem učinkovitije promocije zagrebačke turističke ponude te fokusiranja na ciljane tržišne segmente, Turistička zajednica grada Zagreba je u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom te hotelijerima (Tomislavov dom, Double Tree by Hilton, hotel Dubrovnik, Esplanade Zagreb hotel, hotel Rebro, hotel Aristos, HUP Zagreb), DMK agencijama, organizatorima događanja i avioprijevoznicima (Croatia Airlines, Germanwings, Medicinska mreža, Atlas, Uniline, Vibro limes - In Music) realizirala zajedničke promotivne kampanje. Uspješnost zajedničkih promotivnih kampanja potvrđuju statistički podaci- veća popunjenost hotelskih kapaciteta u 2014. godini (+32% noćenja u hotelima 5*, + 9% noćenja u hotelima 4*), povećanje broja agencijskih gostiju (+14% noćenja) te rekordna posjećenost InMusic festivala (cca. 70.000 posjetitelja).

Po peti put zaredom ostvarena je i samostalna promotivna kampanja tijekom ljeta i zime, a poseban naglasak dan je na manifestaciju Advent u Zagrebu. Promocija je ostvarena online u vidu Youtube oglašavanja, oglašavanja na Googleu te display oglasa i advertoriala na web portalima u Austriji, Mađarskoj, Španjolskoj, Francuskoj, Njemačkoj, Velikoj Britaniji i Italiji, te offline putem radio kampanja u Sloveniji, Hrvatskoj, BiH i Italiji, billboard oglasa u zemljama

regije (Srbija, Slovenija, Austrija, Italija, Mađarska i Hrvatska), plakata u javnom prijevozu u Austriji i Hrvatskoj i oglasa na autobusima javnog gradskog prijevoza u Sloveniji.

U svrhu dodatne promocije Zagreba, dana je potpora za snimanje dokumentarne epizode serijala Food markets na tržnici Dolac. Epizoda će biti emitirana na prestižnim europskim TV kanalima (ARTE, ZDF, HRT). Suradnja s tv kanalom 24Kitchen/FoxTV realizirana je tijekom boravka nizozemskog kuhara Rudolpha Van Veena, a TZGZ je unutar potpore dobila ukupno 27 besplatnih termina za emitiranje promotivnog spota na TV Kanalima 24 Kitchen i FoxTV u Srbiji i Sloveniji. Termini su iskorišteni u prosincu za emitiranje promo spota Advent u Zagrebu.

Velika prisutnost vizuala i slogana Darujte si Advent u Zagrebu, rezultirala je povećanjem ukupnog broja dolazaka i noćenja u prosincu (+21% dolasci, +21% noćenja). Izrazito dobre rezultate noćenja u prosincu zabilježila su tržišta na kojima je ostvarena promotivna kampanja (Italija +11%, Austrija +16%, Njemačka +18%, Srbija +18%, BiH +24%, Slovenija +35%, UK +43%).

2.2. Suradnja s HNS – om

Suradnja s HNS-om ostvaruje se u svrhu korištenja promotivnih minuta i oglašivačkog potencijala tijekom konferencija za novinare HNS-a, u zemlji i inozemstvu, putem stadionskih LED ekrana, rotacijskih banneri na rubu nogometnog igrališta, dresova i ostale službene opreme. Ova izuzetna suradnja dodatno se nadograđuje korištenjem reprezentativne vrste za promotivne nastupe TZGZ-a, kao i pristupom bazi podataka inozemnih organizatora, a sve u svrhu pozicioniranja Zagreba te nadogradnju ukupnoj promociji. Nastavno na Svjetsko nogometno prvenstvo i plasman naše nogometne reprezentacije na isto, primjetan je pojačan interes medija iz Brazila pa smo, tako, organizirali 5 studijskih putovanja za brazilske novinare, od čega su čak 4 bila studijska putovanja TV ekipa.

2.3. Promotivni panoji i displeji

U 2014. godini izrađeno je nekoliko promotivnih panoa koji su korišteni prilikom promotivnih aktivnosti u inozemstvu - nekoliko roll up banneri te pop up konstrukcija za potrebe posebnih prezentacija (npr. pop up konstrukcija Advent in Zagreb korištena za prezentaciju u Klagenfurtu). Uz navedeno, naručena je i izrada promo panoa (banneri s digitalnim tiskom, razne vrste folija i naljepnica za ogradu i klupu) koji su se koristili u reklamne svrhe na sportskim terenima klubova KHL Medveščak i NK Dinamo.

2.4. Promotivni panoji i displeji / kongresni ured

Za aktivnosti u 2014. godini, osim ranije izrađenih promotivnih panoa producirana su i dva nova motiva za korištenje na kongresnim burzama i radionicama.

2.5. Idejna rješenja novih oglasa / kongresni ured

Za potrebe Kongresnog ureda dizajnirana su dva nova oglasa, za primjenu kod offline oglašavanja.

2.6. Opće oglašavanje

Promocijske aktivnosti usmjerene su k suradnji s medijima kroz objavljivanje oglasa u tiskanim medijima, uvjetovanjem objave tekstova ili posebnih reportaža o Zagrebu s izuzetkom koji se odnosi na godišnja izdanja kataloškog tipa ili objavljivanja oglasa od posebnog značaja prilikom važnijih promocija ili događanja u svrhu djelotvorne promocije i stvaranja prepoznatljivog imidža grada.

2.6.1. Oglašavanje u tisku

Tijekom 2014. godine Turistička zajednica grada Zagreba je, s ciljem informiranja o događanjima u Zagrebu te stvaranja pozitivne slike o Zagrebu kao turističkoj destinaciji, objavljivala oglase i PR tekstove u domaćim i stranim tiskanim medijima. Većina oglasa objavljenih u stranim medijima bila je popraćena i besplatnim PR člancima o Zagrebu.

Zbog promjene strukture medija, nije objavljen oglas u izdanju Rail Europe Connexion, no objavljeni su oglasi u značajnim strukovnim publikacijama kao što su: Reise Aktuell i Omnibusrevue (namijenjene putničkim agencijama i turoperatorima na njemačkom govornom području), JAX FAX i ASTA katalog (namijenjene putničkim agencijama i turoperatorima na području SAD-a), Selling Travel i ABTA katalog (namijenjene putničkim agencijama i turoperatorima na području Velike Britanije). U lipnju je objavljen oglas te popratni PR tekst u inflight magazinu KLM-a Holland Herald pa su tako informacije o Zagrebu i zagrebačkoj turističkoj ponudi tijekom lipnja bile dostupne na svim letovima KLM-a diljem svijeta.

U domaćim medijima namijenjenim stranim posjetiteljima (Zagreb in your pocket, Insight design guide, Esplanade magazine) poseban naglasak je dan na promociju nove TZGZ-ove aplikacije Zagreb Be There, a u stranim medijima iz regije (Slovenian Traveller, Orizzonti, Putovanja za dvoje, Kleine Zeitung) posebno su promovirana najatraktivnija gradska događanja (Cest is d'best, Advent u Zagrebu, Zagrebački vremeplov, In Music) koja su razlog za dolazak na kraći „city break“ odmor.

S obzirom da je u 2014. godini ostvaren veći broj noćenja s tržišta na kojima se TZGZ

intenzivnije oglašavala (Njemačka +2%, Nizozemska +9%, Italija +9%, SAD +11%, Slovenija +30%) te da je povećan broj noćenja i agencijskih (+14%) i individualnih posjetitelja (+13%) ocjenjujemo da je ostvaren zadani cilj.

PRILOG 7.: Oglašavanje

2.6.2. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni ured

Kongresni ured oglašavao je u 20 kongresno incentive publikacija i online izdanja koji pokrivaju tržišta Europe, Sjeverne Amerike i Azije sukladno planu oglašavanja, a u oglašavanju se naglasak davao na tzv. editoriale - reportaže. Navedena tržišta su važna zbog prisustva najvećeg broja asocijacija i korporacija kojima se nastoji predstaviti Zagreb.

PRILOG 7.: Oglašavanje

2.6.3. TV Oglašavanje

Emitiranje promidžbenih emisija TZGZ-a tijekom 2014. na programu Zagrebačke televizije - Z1 nastavljeno je kao rezultat dugogodišnje uspješne suradnje. Emisije su emitirane na četiri strana jezika, putem satelitskog prijemnika u jutarnjem i poslijepodnevnom terminu. Emitirani su filmovi Zagreb u srcu Europe na engleskom, njemačkom, francuskom i talijanskom jeziku.

2.7. Brošure i ostali tiskani materijal

Sukladno Programu rada u 2014. godini obavljene su aktivnosti vezane uz planiranje, organizaciju izrade i izdavanje različitih tiskanih promotivnih materijala koji se uglavnom koriste pri predstavljanju Turističke zajednice grada Zagreba na brojnim turističkim i kongresnim sajmovima te posebnim prezentacijama. Osim navedenog, tiskani materijali distribuirani su i putem turističkih informativnih centara posjetiteljima Zagreba, zatim posredstvom gospodarskih i sportskih organizacija i saveza, sportskih klubova, državnih institucija, udruga i ostalih organizatora raznih događanja u Zagrebu, u Hrvatskoj i inozemstvu.

Od svih planiranih dotisaka kao i produkcije novih tiskanih materijala u najvećem je broju ostvareno tiskanje brošura tzv. džepnog formata, s osnovnim promidžbeno-informativnim sadržajima koje su namijenjene širokoj distribuciji: „Zagreb - sve boje grada“, „Korak po korak“ i „Zagrebačka okolica“. Tijekom godine organizirani su višekratni dotisci navedenih brošura za najtraženije jezične mutacije, od čega ponajviše na jezicima zemalja koje i u statističkim podacima TZGZ-a zauzimaju najviša mjesta s obzirom na broj ostvarenih dolazaka i noćenja gostiju: njemački, engleski, talijanski, korejski, španjolski, francuski jezik. Posebno treba istaknuti da su korejske verzije uključene u sve godišnje dotiske navedenih brošura, budući da je i broj gostiju iz Koreje zabilježio izniman porast u odnosu na prethodne godine.

Zbog povećanog broja VIP gostiju, turističkih novinara i agenata na studijskim putovanjima, kao i veće potražnje na određenim sajmovima i prezentacijama te potrebe predstavništava Hrvatske turističke zajednice, tiskana je veća količina tzv. image brošure-monografije „Zagreb - grad i ljudi“. Poseban dio produkcije vezan je uz brošure i tiskane materijale namijenjene informiranju posjetitelja Zagreba s ciljem njihova lakšeg snalaženja u gradu i kvalitetnije prezentacije ponude (letak - plan grada, mjesečnik „Program priredaba“ na engleskom i hrvatskom jeziku), dok CD-ROM „Zagreb - turistički vodič“ na engleskom jeziku i promotivni filmovi o Zagrebu na DVD-u dodatno obogaćuju promotivne aktivnosti, posebno na sajamskim nastupima.

Izrađena je i nova verzija trojezične brošure „Razgledi grada“ koja sadržava više od 60 različitih vrsta razgleda Zagreba, zatim nova izdanja brošure „Gornji grad“ i letka „Smjena straže“ te letka „Židovi u Zagrebu“ koji je korišten prilikom nastupa na sajmu i posebnoj prezentaciji u Tel Avivu. Vezano uz promociju nove mobilne aplikacije pod nazivom Zagreb Be There, tiskana je i određena količina promotivnih plakata koja je realizirana u suradnji s agencijom Bruketa&Žinić OM.

Novost su i adventska karta grada i letak - promotivni materijali izrađeni u svrhu promocije niza događanja koja su objedinjena zajedničkim nazivom ove tradicionalne manifestacije Advent u Zagrebu.

Za potrebe nastupa na sajmovima na dalekim tržištima, koja su proteklih godina pokazala potrebu za isticanjem ovakve vrste ponude grada, izrađena je i grafička priprema brošure „Weddings in Zagreb“ koja Zagreb predstavlja kao poželjnu romantičnu destinaciju za organizaciju vjenčanja. Brošura je napisana na engleskom jeziku i kreirana u suradnji s tvrtkom Adria Media Zagreb.

S obzirom na promjene u kongresnim kapacitetima grada Zagreba, ažurirana je i korigirana postojeća kongresna brošura, te je izvršen dotisak u nakladi od 1.000 komada. U skladu s trendovima, a kao pomoć organizatorima kongresa i ostalim zainteresiranim za kongresnu ponudu grada, izrađena je kongresna aplikacija „Meet in Zagreb“ za pametne mobilne uređaje koji rade na iOS operativnom sustavu i za koju je tijekom 2014. godine plaćeno održavanje. Aplikacija sadrži sve osnovne podatke o kongresnim kapacitetima, smještaju i vezanim uslugama, kao i popis aktualnih kongresnih događanja.

PRILOG 8.: Brošure i suveniri

2.8. Suvenir i promo materijali

Organizacija narudžbe raznovidnih suvenir Turističke zajednice grada Zagreba još je jedna u nizu promotivnih aktivnosti kojom se upotpunjuje promocija grada prilikom prezentacija na inozemnim sajmovima, ugošćavanja novinara i agenata na studijskim putovanjima, ali i uslijed sve većeg broja posjeta inozemnih gostiju s obzirom da je Zagreb sve češće domaćin brojnim međunarodnim sportskim, kulturnim, kongresnim i drugim vrstama događanja. U 2014. godini naručivani su suvenir čiji je dizajn temeljen na zagrebačkim i hrvatskim obilježjima (poput licitarskog srca ili šešira-škrlačeka) te predmeti s aplikacijom logotipa Turističke zajednice grada Zagreba.

U svrhu što bolje promocije manifestacije Advent u Zagrebu naručena je veća količina suvenira i predmeta s prigodnim vizualima: adventska kugla, adventska šalica i adventska papirnata čaša. Osim toga, zbog potrebe pojačanih promotivnih aktivnosti vezanih uz predstavljanje nove mobilne aplikacije Zagreb Be There naručene su promotivne šalice s logotipom aplikacije.

PRIOLOG 8.: Brošure i suvenir

2.9. Zagreb Card

Tijekom 2014. godine na ukupno 22 prodajna mjesta prodana je 1.771 kartica od 72 sata i 834 kartica od 24 sata. Za potrebe promocije kartice tiskano je 15.000 brošura i 3.000 kom kartica, 100 plakata i 3.000 kom knjižica s popisom davatelja popusta na usluge uz karticu.

Zagreb Card je predstavljen i u zajedničkoj promotivnoj ECM brošuri svih europskih gradova koji imaju karticu pod naslovom "European City Cards".

3. Smeđa signalizacija i info table

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

4. Nagrade i priznanja

Sudjelovanjem na međunarodnim stručnim natjecanjima, posebice na festivalima turističkog filma, nastojalo se upoznati stručna tijela s turističkim potencijalima Zagreba, a za vrijeme trajanja posebnih prezentacija dodijeljena su i nagradna putovanja u Zagreb.

Na filmskim festivalima te međunarodnim skupovima, TZGZ je u 2014. godini osvojila:

1. TZGZ - Grad Zagreb - 2. najbolja destinacija u Europi prema organizaciji European Best Destinations, Bruxelles, Belgija, 2014.
2. film „Advent in Zagreb” - nagrada „Master Award” na Međunarodnom festivalu turističkog filma u sklopu sajma ITB, Berlin, 2014.
3. TZGZ - Grad Zagreb - nagrada „New Travel Routes Award 2014 - Most Dazzling Journey”, od časopisa „U Magazine” (hongkonški vodeći turistički magazin), Hong Kong, 2014.
4. film „Advent in Zagreb” - nagrada „Special Award” na Međunarodnom festivalu turističkog filma „Film, Art & Tourism Festival”, Poljska, 2014.
5. film „Advent in Zagreb” - priznanje za doprinos razvoju turističkog marketinga na Međunarodnom festivalu turističkog filma „On the East Coast of Europe”, Bugarska 2014.
6. projekt „Dvorišta” - nagrada CBTour za kreativne i inovativne programe u turizmu s naglaskom na održivi razvoj u kategoriji najbolja usluga, Hrvatska 2014.
7. film „Advent in Zagreb” - nagrada „Baldo Ćupić”, za najbolji hrvatski nacionalni turistički film, na 17. Međunarodnom festivalu turističkog filma u Solinu ITF'CRO 2014.
8. TZGZ - priznanje „Zlatni Interstas” za sjajnu realizaciju projekta kulturni turizam – Zagrebačko kulturno ljetovanje 2014. i značajno povećanje ukupnog turističkog prometa, Solin, 2014.
9. TZGZ - Kongresni ured - godišnja nagrada za 2014. „Ambasador hrvatskog kongresnog turizma”, Zagreb 2014.
10. TZGZ - nagrada „Meetings Star of SE Europe”, - „Top 10 Meeting Destinations” na kongresnoj burzi Conventa u Ljubljani, Slovenija, 2014.

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi

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

Prisutnost Turističke zajednice grada Zagreba na turističkim sajmovima ima kao cilj uspostavljanje kontakata s partnerima (posebno turističkim agencijama i turoperatorima), promociju turističke ponude grada Zagreba prema profesionalnoj i širokoj publici te izgradnju imidža grada Zagreba kao turističke destinacije.

U 2014. godini Turistička zajednica grada Zagreba je sudjelovala na ukupno 40 sajmova u 29 zemalja, od kojih 22 samostalno, a 18 u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom.

Zagrebačkim destinacijskim menadžment kompanijama dana je potpora za nastup na turističkim sajmovima u organizaciji HTZ-a (DMK agenciji Abacus tours su sufinancirana 2 m2 za nastup na sajmovima ITB Berlin i FITUR Madrid, a agenciji Atlantis travel za nastup na sajmu MITT Moskva) te im je omogućen besplatan nastup u okviru samostalnih sajamskih nastupa TZGZ-a (Uniline i Obzor putovanja na sajmu ITB Asia, Panorama Immobiliare na TTG Rimini, Uniline na WTF Shanghai, Atlantis travel na sajmovima ITF Taipei, KITF Almaty, SATTE New Delhi i SATTE Mumbai).

U 2014. godini nije održan sajam CROTour u Zagrebu, a odustalo se od nastupa na sajmu UTT Kijev zbog političke situacije u Ukrajini.

Na svim ostalim sajmovima, gdje TZGZ nije sudjelovala kroz zakup prostora ili upućivanje informatora, u okviru dijela štanda HTZ-a koji se odnosi na kontinentalni dio Hrvatske, a gdje je posebno naznačen i Zagreb, bili su dostavljani promotivni materijali.

Nastupi na turističkim sajmovima, posebice onima na dalekim tržištima (SAD, Indija, Kina, Brazil, Singapur, Tajvan, Japan, Južna Koreja) ocjenjena su uspješnim. Zabilježen je veći broj upita te veći interes za posjet Zagrebu u sklopu kružnih putovanja pa se u narednom razdoblju s ciljanih tržišta očekuje povećanje broja organiziranih i individualnih dolazaka.

PRILOG 10.: Sajmovi

1.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

Predstavljanje kongresno-incentive ponude na kongresnim burzama od izuzetne je važnosti, jer omogućava izravan dodir s potencijalnim kupcima-organizatorima skupova i incentive putovanja.

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i samostalno, Kongresni ured nastupio je na sedam kongresno-incentive burzi. S ciljem povećanja broja skupova i incentive putovanja, Kongresni ured je pružio potporu agencijama i hotelijerima kroz sufinanciranje zakupa izložbenog prostora na burzama IMEX Frankfurt, EIBTM Barcelona.

PRILOG 13.: Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

2. Posebne prezentacije - radionice

2.1. Posebne prezentacije - radionice

Turistička zajednica grada Zagreba je u 2014. godini predstavila turističku ponudu grada Zagreba na ukupno 28 prezentacija i poslovnih radionica u 20 zemalja. Posebne prezentacije i radionice održane su u suradnji s HTZ-om, hrvatskim diplomatskim predstavništvima, stranim PR agencijama te samostalno u svrhu promocije Zagreba kao turističke destinacije i susreta s inozemnim turističkim partnerima. Posebno se ističu samostalne prezentacije turističke ponude grada Zagreba koje su održane u Teheranu (4.2.), Tel Avivu (12.2.), Rimu (2.7.) Buenos Airesu (28.7.), Santiago de Chileu (30.7.) i Antofagasti (2.8.), zajednička prezentacija s TZ Istarske županije i HTZ-om na godišnjoj USTOA konferenciji na Floridi (5.-7.12.), posebna prezentacija zdravstvenog turizma koja je u suradnji s grupacijom za zdravstveni turizam 16.10. održana u Londonu te roadshow koji je samostalno organiziran u svrhu promocije manifestacije Advent u Zagrebu (Milano 21.-23.11. i Udine 24.11.). Porast broja dolazaka i noćenja s ciljanih tržišta zamjetan je u rezultatima turističkih dolazaka i noćenja u 2014. godini (Izrael +4% dolazaka, Argentina +16 % dolazaka, SAD +7 % dolazaka, Italija +5% dolazaka), no s obzirom na povećani interes partnera za uključnje Zagreba u svoje programe kružnih i city break putovanja, još veći porast očekuje se u narednom periodu.

PRILOG 13.: Posebne prezentacije i radionice

2.2. Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured

Kroz zajedničke aktivnosti s HTZ-om, kao i predstavnicima turističkog gospodarstva, nastoji se poboljšati ukupna razina kvalitete ponude s ciljem povećanja konkurentnosti. S ciljem promocije Zagreba i povećanja konkurentnosti, Kongresni ured sudjelovao je na poslovnim radionicama Dolce Vita & MICE Workshop (Moskva) Successful Meetings University (New York), Corps Touristique Incentive Workshop (Beč), Meet Europe (Pariz), u suradnji s organizacijom European Cities Marketing. U suradnji s Institutom za antropologiju Kongresni ured održao je posebnu

prezentaciju na 19. kongresu Europskog antropološkog društva u Moskvi, povodom održavanja sljedećeg kongresa u Zagrebu u kolovozu 2016. godine. U suradnji s organizacijom European Cities Marketing Kongresni ured je sudjelovao na road show-u u Indiji na poslovnim radionicama i prezentacijama Zagreba, Beča, Barcelone, Berlina, Bilbaoa, Salzburga. Time je nastavljen rad na ovom izuzetno kompleksnom i značajnom tržištu.

3. **Izrada projekata posebnih prezentacija, izrada štandova**

Sredstva sa stavke nisu korištena jer je izrada prototipnog projektnog štanda TZGZ na samostalnim sajamskim nastupima odgođena za 2015. godinu.

4. **Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima**

Studijska putovanja novinara organizirana su u najvećoj mjeri u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, kao i izravno od strane Turističke zajednice grada Zagreba. Tijekom 2014. Zagreb je posjetilo 115 studijskih grupa s ukupno 302 novinara iz 34 različitih zemalja, a najviše ih je bilo iz: Španjolske, Francuske, Njemačke, Italije, Švicarske, SAD-a i Japana, što su i naša top tržišta, obzirom na statistike dolazaka i noćenja. Od ukupnog broja studijskih posjeta, bilo je 18 TV ekipa sa 79 osoba.

Detaljan popis novinara po zemljama prikazan je u tablici.

Država	Broj studijskih posjeta	Broj osoba
Argentina	1	7
Australija	2	2
Austrija	2	6
Belgija	2	3
Brazil	5	22
Danska	1	1
Češka	3	12
Finska	2	3
Francuska	10	16
Indija	2	8
Indonezija	1	1
Italija	8	18
Izrael	2	2
Japan	6	33
Kanada	1	2
Kina	5	24
Luksemburg	2	4
Mađarska	5	14
Makedonija	1	2
Nizozemska	1	6
Njemačka	8	13
Poljska	2	5
Rusija	4	9
SAD	6	19
Slovačka	1	3
Slovenija	3	4
Srbija	2	3
Španjolska	11	21
Švicarska	6	14
Tunis	1	1
Turska	2	3
Ukrajina	1	3
Urugvaj	1	3

Velika Britanija	5	15
UKUPNO	115	302

Od ukupnog broja studijskih posjeta bilo je 18 TV ekipa sa 79 osoba:

Država	Broj TV ekipa	Broj osoba
Argentina	1	7
Brazil	4	12
Francuska	1	2
Češka	1	4
Italija	1	3
Japan	3	15
Kina	2	14
SAD	1	5
Rusija	1	4
Španjolska	1	3
Urugvaj	1	3
Velika Britanija	1	7
UKUPNO	18	79

Svi objavljeni i prikupljeni članci, reportaže ili TV snimke analiziraju se i arhiviraju.

Za domaće novinare organizirana je jedna konferencija za tisak s ciljem upoznavanja javnosti s programom manifestacije Advent u Zagrebu.

5. Studijska putovanja agenata

Tijekom 2014. godine nastavljena je suradnja s turoperatorima i turističkim agencijama te organiziranje niza studijskih putovanja s ciljem upoznavanja zagrebačke turističke ponude ili unapređenja prodaje ukoliko već imaju programe posjeta Zagrebu. Studijska putovanja agenata organizirana su samostalno, u suradnji sa stranim turoperatorima i njihovim domicilnim partnerima te Hrvatskom turističkom zajednicom. Ukupno je Zagreb posjetilo 191 turističkih agenata iz 17 zemalja. U suradnji s DMK Expedia travel ugošćeni su agenti iz Španjolske (14.12.), u suradnji s DMK Uniline organiziran je studijski boravak u Zagrebu za agente iz Indije (17.11.), od 6.-7.5. podržan je studijski posjet gruzijskih agenata u organizaciji TO Atlas, a u suradnji s DMK Obzor putovanja od 12.-14.4. organiziran je studijski boravak predstavnika turoperatora GEG Travel (Kina).

Valja istaknuti studijska putovanja Buy Croatia Turska od 25.3.-29.3. (ostvareno u suradnji s HTZ-om i TURSAB-om), Buy Croatia Brazil od 9.-16.5. (ostvareno u suradnji s HTZ-om), studijsko putovanje Zagreb city trip za agente iz Belgije ostvareno od 23.-26.5. u suradnji s Croatia Airlinesom, Buy Croatia Kontinent od 5.-7.6. (ostvareno u suradnji s HTZ-om) te studijsko putovanje Advent u Zagrebu za agente iz Srbije ostvareno od 12.-14.12. u suradnji s Air Serbia.

U sklopu studijskog putovanja Advent u Zagrebu samostalno je organizirana i B2B radionica s predstavnicima zagrebačke turističke industrije. Studijsko putovanje i radionica su ocijenjeni kao veoma uspješni, a srpski agenti su bili oduševljeni zagrebačkom turističkom ponudom tijekom Adventa i planiraju Advent u Zagrebu uvrstiti u svoje programe za 2015. godinu.

Slijedom racionalne potrošnje te uključivanjem HTZ-a u pokrivanje dijela troškova samostalnih studijskih putovanja agenata, nije potrošen sav planirani budžet.

U tablici je prikazan detaljan popis turističkih agenata koji su 2014. u organizaciji TZGZ-a boravili u Zagrebu.

Država	Broj studijskih posjeta	Broj osoba
Austrija	1	18
Belgija	2	14

Brazil	1	20
Francuska	2	3
Gruzija	1	11
Indija	1	4
Izrael	1	2
Japan	1	5
Kanada	1	14
Kina	3	15
Njemačka	2	12
SAD	2	4
Slovenija	1	4
Srbija	1	21
Španjolska	3	28
Švedska	1	1
Turska	1	15
Ukupno:	25	191

Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured

6.

Kongresni ured je organizirao ili sudjelovao u organizaciji u suradnji s agencijama 15 inspekcijskih putovanja za kongresne organizatore i specijalizirane novinare s ukupno 81 osobe, od čega 2 specijalizirana novinara. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, organizirano je studijsko putovanje organizatora kongresa - hosted buyera s najveće kongresne burze EIBTM. U sklopu njihova boravka u Zagrebu, organizirana je i poslovna radionica za predstavnike hrvatske kongresne industrije.

7.

Suradnja sa stranim PR agencijama

Za promidžbu na tržištima od posebnog interesa (Njemačka, Švicarska, Austrija i Indija), Turistička zajednica grada Zagreba je u 2014. godini ostvarila suradnju sa stranim PR agencijama

Promocija na njemačkom govornom području ostvarena je suradnjom sa švicarskom PR & Communication agencijom „Gretz Communications AG“ iz Berna. Suradnja se ogledala u organizaciji individualnih i grupnih studijskih putovanja za novinare, pisanje i distribuciju 5 Newslettera za novinare, agencije i MICE industriju, objavljivanje postova (ukupno 23) na Facebook-u, Twitteru, blogu i twitteru stručnog časopisa Ferientrends te objavljivanje besplatnih reportaža u stručnom švicarskom časopisu Ferientrends.

Organizirana su grupna i individualna studijska putovanja za ukupno 14 novinara iz Austrije, Njemačke i Švicarske. Radi se o novinarima uglednih dnevnih i tjednih listova poput Schweiz am Sonntag, Bieler Tagblatt, NZZ am Sonntag, 20 Minuten i Touring iz Švicarske te Badische Zeitung, Rhein Zeitung, Suddeutsche Zeitung, Passauer Neue Presse, Clever Reisen i Cosmopolitan iz Njemačke te Kurier, Salzburger Nachrichten i Onrail iz Austrije. Vrijednost objavljenih članaka s naslova navedenih studijskih putovanja iznosi 3.021.780 kn.

Iako će se pravi učinak ove snažnije promidžbe na navedenim tržištima osjetiti u 2015. godini, sa zadovoljstvom možemo konstatirati da je već u 2014. godini zabilježen porast dolazaka za +9% i porast noćenja od + 13% sa švicarskog tržišta te porast dolazaka od + 3% i noćenja + 2% sa njemačkog tržišta u odnosu na 2013. godinu.

U Indiji je ostvarena dobra suradnja s PR agencijom „Celebrations“ uz čiju su pomoć u New Delhiju i Mumbaiu organizirani nastupi na turističkim sajmovima SATTE, B2B sastanci s predstavnicima indijskih turoperatora (MICE & leisure), grupno studijsko putovanje za 6 predstavnika MICE industrije, grupno studijsko putovanje za 6 novinara te dva individualna studijska putovanja novinara.

S naslova studijskih putovanja objavljeno je 13 članaka u prestižnim časopisima poput: Open Magazine, Mid-day, India Today-Travel plus, Pune Mirror, The Hindu, Sunday Herald, The Tribune, Mumbai Mirror, Mail today, Preety times Life. Procijenjena vrijednost objavljenih članaka iznosi 900.000 kn.

8.

Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima

Suradnja s ministarstvima RH i protokolarnim službama Ureda predsjednika i Ureda gradonačelnika uspješno je realizirana i u 2014. godini. Organizirani su razgledi grada za strane

diplomate, visoke dužnosnike i značajne osobe, u svrhu upoznavanja grada i njegove promocije. Realizirano je 87 razgleda grada, a u navedenim prigodama dijeljeni su promotivni materijali, kao i organizirani posjeti muzejima i galerijama te ostalim značajnijim gradskim atrakcijama.

V. INTERNI MARKETING

1. Nagrade i priznanja

Realizirane su nagrade za djecu dječjih vrtića i učenike osnovnih škola za najbolje likovne i literarne radove u okviru projekta „VOLIM ZAGREB“.

Zadaća projekta je razvijanje svijesti djece o važnosti očuvanja okoliša kao bitnog čimbenika razvoja turizma. TZGZ je, u interesu djece, razvijanja svijesti o važnosti i potrebi očuvanja, unapređenja i zaštite čovjekova okoliša te kulturnog, etnološkog i povijesnog naslijeđa, u 2014. godini nastavila s projektom iako se isti više ne nalazi u okvirima aktivnosti Hrvatske turističke zajednice.

2. Edukacija

2.1. Obuka osoblja

Obuke se provode s ciljem poboljšanja postojećih znanja, metoda, procedura i alata, te usvajanja novih, potrebnih za kvalitetno provođenje planiranih aktivnosti. Djelatnici TZGZ sudjelovali su na sljedećim oblicima edukacije:

Tečajevi stranih jezika; engleski, njemački, španjolski, talijanski, ruski, francuski, korejski,

Financijsko računovodstveno savjetovanje Brela 2014.,

Seminar: Uvođenje i razvoj kontrolinga,

Seminar: Akt o radnim odnosima,

Seminar: Novi Zakon o radu,

Seminar: Novosti za udruge i neprofitne organizacije,

Stručni ispiti Ministarstva turizma,

Testiranje jezika.

2.2. Seminari klubova konkurentnosti i marketinga

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

2.2.1. S ciljem upoznavanja turističke ponude te konkurentnih prednosti drugih destinacija, organiziraju se studijska putovanja. U 2014. godini predviđena sredstva nisu realizirana.

2.2.2. Sastanci s predstavnicima turističke industrije

Sredstva na stavci su iskorištena za edukaciju i unapređenje kvalitete ponude turističke industrije. Ustanovi za obrazovanje odraslih „Adriatic Educatio“ dana je potpora za edukaciju barmena i savjetnika za vino na području grada Zagreba, 5. ožujka je s zagrebačkim hotelijerima organiziran radni sastanak na temu ostvarenih rezultata i planova za naredni period, a 6. listopada je za predstavnike zagrebačke turističke industrije organizirana prezentacija Adventa u Zagrebu s ciljem upoznavanja s ukupnom ponudom događanja te usklađivanja marketinških kampanja.

Valja posebno istaknuti seminar pod nazivom „Poticanje suradnje te prilagodba kvalitete gostima s halal tržišta kojeg je 4. rujna Turistička zajednica grada Zagreba u suradnji s Centrom za certificiranje halal kvalitete u Zagrebu održala za predstavnike zagrebačke turističke industrije (turističke agencije, hotelijere i ugostitelje). Fokus predavanja bio je na intenzivnijoj suradnji sa zemljama islamskog svijeta zbog boljeg razumijevanja potreba i očekivanja gostiju islamske vjeroispovijesti, a s ciljem povećanja broja posjetitelja iz tih zemalja. Seminar je ocijenjen kao iznimno uspješan, s obzirom na odaziv čak 7 predstavnika stranih veleposlanstava te oko 100 predstavnika turističke industrije grada Zagreba, što pokazuje veliki interes za suradnju i prilagodbu zagrebačke turističke ponude zahtjevima halal tržišta te, isto tako, pozicionira Zagreb visoko na ljestvici gradova spremnih prilagoditi svoju ponudu specifičnim vrstama turizma, ali i željama samih gostiju.

Dio sredstava iskorišten je i za odlazak na seminare o specifičnim oblicima turizma (kulturni, ciklo i zdravstveni), organizaciju odlaska zagrebačkih privatnih iznajmljivača na seminar u sklopu Dana hrvatskog turizma u Opatiji te individualne sastanke s predstavnicima turističke industrije iz zemlje i inozemstva.

2.3. Kulturni turizam – uvođenje izbornog predmeta u škole

U suradnji s Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i šport, Turistička zajednica grada Zagreba pokrenula je 2010. godine zajednički obrazovni projekt „Kultura turizma“, kao izvanškolsku aktivnost u zagrebačkim srednjim školama kojima turizam i ugostiteljstvo nisu primarni, a s ciljem edukacije mladih o važnosti i gospodarskim učincima turizma.

Sukladno planiranim aktivnostima, projekt je uspješno okončan i u 2014. godini, sudjelovanjem pet zagrebačkih srednjih škola.

Učenici su tijekom jednog semestra u 2014. godini sudjelovali u projektu u obliku izvan-nastavne aktivnosti te u konačnici, na završnoj prezentaciji, 8. svibnja u Zagrebačkom plesnom centru,

predstavili svoje finalne projekte. Ovim projektom Turistička zajednica grada Zagreba nastoji potaknuti mlade u promišljanju o vlastitom gradu kao poželjnoj turističkoj destinaciji. Njihovi pogledi i doživljaji turizma i kulture grada iznenađuju inovativnošću i otvaraju mogućnosti za realizacijom novih turističkih sadržaja što bi dugoročno trebalo ostaviti traga na zagrebačkom turizmu te gospodarskom razvoju grada Zagreba.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Tijekom 2014. godine nastavljena je produkcija promotivnih TV filmova u sklopu serijala „Zagreb u srcu Europe“. U suradnji s produkcijskom tvrtkom Karla d.o.o. ukupno je snimljeno 18 epizoda, sve na temu bogate i raznolike zagrebačke turističke ponude. Epizode su sinkronizirane na 4 strana jezika i u trajanju su od 30 minuta.

U suradnji s Z1 televizijom ostvarena je produkcija snimke svečanog koncerta Zagrebačke filharmonije koji je upriličen ispred Umjetničkog paviljona povodom Dana grada Zagreba 30.5.2014., dok su s obrtom Leptir izrađeni kratki promotivni jednogminutni video spotovi korišteni tijekom ljetne i zimske promotivne online kampanje te za prikazivanje na posebnim prezentacijama. Sredstva na stavci korištena su i za promotivne animacije grada Zagreba, tj. adaptacije (produženja prava na glazbenu podlogu) animacija „Povijest grada Zagreba“ i „Slavni Hrvati“ koji su naručeni od agencije Bruketa&Žinić OM, a za potrebe aktivnosti Turističke zajednice grada Zagreba u sklopu posebnih prezentacija.

2. Istraživanje tržišta

Devetu godinu zaredom, u razdoblju od 15. travnja do 30. listopada, na Kaptolu je provedena anketa kojom su prikupljeni podaci o autobusnim turističkim grupama koje posjećuju Zagreb. Anketni upitnik sastavljen je u svrhu prikupljanja osnovnih informacija o grupi: države iz koje dolaze, naziva organizatora putovanja, sjedišta organizatora putovanja, broja noćenja i sl.

Dobiveni podaci su pokazatelj uspješnosti suradnje s turoperatorima/autobuserima, a koriste se i za dobivanje informacija o okvirnom broju turista koji nisu zabilježeni u službene statistike dolazaka i noćenja jer su u Zagrebu boravili na jednodnevnom ili poludnevnom izletu i nisu ostvarili noćenje. Ukupni broj anketiranih grupa u periodu travanj-listopad 2014. je 2.463 (2.255 i 208 domaćih) od čega je 1.436 grupa ostvarilo noćenje u Zagrebu.

Podatak o 1.027 turističkih grupa koje nisu ostvarile noćenje u Zagrebu je poticaj Turističkoj zajednici grada Zagreba da nastavi s kreiranjem i poticanjem kreiranja novih atraktivnih događanja u Zagrebu te s promocijom turističke ponude grada Zagreba u sklopu turističkih sajmov, posebnih prezentacija i radionica kako bi se organizatori putovanja odlučili u svoje programe kružnih putovanja uvrstiti i noćenje u Zagrebu.

Manji broj evidentiranih grupa na Kaptolu s obzirom na brojku iz 2013. nije rezultat manjeg broja dolazaka, već izmjena u regulaciji prometa na Kaptolu tj. pružanja mogućnosti iskrcaja/ukrcaja putnika i na drugim lokacijama (npr. Palmotičeva ulica).

Tijekom godine u TIC-u na Trgu bana Jelačića provedena je i anketa o kvaliteti turističkih usluga u gradu. Prikupljeni podaci odnose se na listiće ispunjene od strane posjetitelja, a rezultati ankete i dalje ukazuju kako zagrebački gosti pozitivno ocjenjuju kvalitetu informacija, ljubaznost i znanje stranih jezika osoblja TIC-a.

S Institutom za turizam je ugovorena izrada Projekta tržišne potražnje MICE turizma u Zagrebu čije je dovršenje i predstavljanje odgođeno za 2015. godinu pa stoga nije utrošen cjelokupni budžet.

Rezultati anketiranja autobusnih grupa na Kaptolu:

TRAVANJ-LISTOPAD 2014.									
	GRUPE			DOLASCI			NOĆENJA		
Mjesec	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
TRAVANJ	19	191	210	851	6211	7062	0	3523	3523
SVIBANJ	103	382	485	4883	12357	17240	50	7655	7705
LIPANJ	34	340	374	1445	10773	12218	0	6894	6894
SRPANJ	3	409	412	58	12692	12750	9	9409	9418
KOLOVOZ	1	373	374	30	11687	11717	0	9547	9547
RUJAN	16	390	406	792	12316	13108	0	9084	9084
LISTOPAD	32	170	202	1442	5432	6874	37	3137	3174
UKUPNO	208	2255	2463	9501	71468	80969	96	49249	49345

PRILOG 11.: Rezultati anketiranja turističkih grupa na Kaptolu

3. Formiranje baze podataka

TZGZ kontinuirano prati napise o Zagrebu u domaćem i stranom tisku, kao i objavljene reportaže na TV i radio postajama. Prikupljeni materijali se arhiviraju i koriste u daljnjoj promociji kao

svojevrsna baza podataka. Realizirana je i procjena vrijednosti objavljenih materijala kroz izradu „cost benefit“ analize.

Analitički korpus analize objavljenih priloga za destinaciju Zagreb u domaćim medijima, obuhvaća 7.450 priloga uz slijedeću raspodjelu: 3.704 pisanih članaka, 2.384 web priloga, 503 TV priloga i 859 radio priloga, čija je ukupna procijenjena vrijednost 137.629.139kn, a mediji su ih javnosti posredovali tijekom 2014. godine.

Mediji su javnosti, u promatranom razdoblju odaslali 1.213 priloga u kojima je TZGZ subjekt što znači da je medijska javnost imala priliku informirati se o poslovanju i aktivnostima koje se provode/planiraju u TZGZ posredovanjem približno 3 priloga svakog dana.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2014. Turistička zajednica grada Zagreba ostvarila je u promatranim medijima AVE (Advertising Value Estimation) od 22.795.120 kn i POZITIVAN PR učinak procijenjene vrijednosti 4.059.970 kn.

Što se inozemnog tiska tiče, u 2014. godini su, o temama od interesa za Turističku zajednicu Grada Zagreba promatrani mediji su objavili 123 članka, ukupne površine 109.973 cm² i ukupne vrijednosti 14.032.954 kn. Prilozi su objavljeni u 97 novinskih naslova. Promatrani mediji porijeklom su iz 18 zemalja. Najčešća tema o kojoj su izvještavali strani promatrani mediji je turizam Zagreba, koja je prisutna u 105 priloga (85% od ukupnog broja priloga).

U 2014. godini smo dodatno revidirali teme za praćenje, obzirom da je selekcija članaka postala preopširna za naše potrebe, stoga smo odlučili pojačati fokus na teme koje su od interesa za TZGZ (npr. prate se jake međunarodne izložbe ili koncerte, tj. događanja koja privlače i strane posjetitelje, a ne svaku izložbu ili rezultat zabilježen na sportskoj manifestaciji u Zagrebu).

PRILOG 12.: Press Cut analize

PRESS CUT ANALIZE DOMAĆEG TISKA			
VRSTA PRILOGA	2014.	2013.	index'14./'13.
pisani članak	3.704	3.288	112,65
tv prilog	503	433	116,17
radio prilog	859	857	100,23
web prilog	2384	NN	#VALUE!
ukupno priloga:	7.450	4.578	162,73
procijenjena vrijednost	137.629.139 kn	104.707.227,00 kn	131,44

PRESS CUT ANALIZE STRANOG TISKA			
PISANI PRILOZI	2014.	2013.	index'14./'13.
ukupan br. priloga	123	106	116,04
ukupna površina u cm2	109.973	56.404	194,97
br. novinskih naslova	97	88	110,23
br. zemalja	18	13	138,46
procijenjena vrijednost	14.032.954,00 kn	10.829.026,00 kn	129,59

4. Suradnja s međunarodnim institucijama

Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama relevantnim za turizam, promociju i edukaciju smatra se od iznimne važnosti zbog pozicioniranja turizma grada Zagreba u stručnim međunarodnim i domaćim tijelima te zbog umrežavanja sa sličnim turističkim destinacijama.

4.1. Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službena putovanja / kongresni ured

Kongresni ured član je relevantnih međunarodnih strukovnih udruga poput: ECM, ICCA, MPI. Sudjelovalo se na sljedećim sastancima i skupovima: ICCA Mediterranean Chapter Summit (Rim), i ICCA Congress (Antalya). Kongresni ured je sudjelovao na sastanku s kongresnom industrijom Beča, na kojem su sudjelovali predstavnici Ministarstva turizma, Instituta za turizam, Zagrebačkog velesajma, te kongresnih ureda Opatije.

4.2 Sudjelovanje na međunarodnim stručnim skupovima

Turistička zajednica grada Zagreba je kroz redovite članske aktivnosti surađivala s međunarodnim strukovnim organizacijama od važnosti za turizam, promociju i edukaciju.

Djelatnici TZGZ sudjelovali su na skupštinama i sastancima međunarodnih udruga te međunarodnim konferencijama: European Cities Marketing seminar u Belfastu, ECM Expert meeting City Cards-Berlin, European Cities Marketing annual meeting-Dresden, DMAI konferencija Las Vegas, svjetski SKAL kongres u Mexico Cityu.

4.3. Članarina strukovnim udrugama

U 2014. godini izvršene su članske obveze prema sljedećim organizacijama: DRV, USTOA, ETOA, ECM, RDA, HUOJ, MPI, UHPA, ICCA i ASTA.

4.4. SKÅL klub Zagreb – institucionalna članarina

SKÅL klubu Zagreb plaćena je institucionalna članarina za 2014. godinu.

5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Sredstva na stavci Banka fotografija i priprema u izdavaštvu korištena su za otkup fotografija i poslove grafičke pripreme - niz stručnih radnji pomoću kojih se dizajnerska rješenja dovode do konačnog tiskanog proizvoda, a uključuju naknade za autorske tekstove, prijevode, lektoriranje, dizajn i pripremu za tisak (za bannere, razne pozivnice, brošure, čestitke, kreiranje i prilagodbu pojedinačnih oglasa i sl.). Za potrebe dizajniranja nove brošure „Vjenčanja“ Turističke zajednice grada Zagreba organizirano je fotografiranje s profesionalnim foto modelima i otkupljene su fotografije i prava na njihovo neograničeno prostorno i vremensko korištenje. Otkupljena su i prava na neograničeno korištenje 3 fotografije autora Davora Rostuhara iz ciklusa „Hrvatska iz zraka“ (Dolac, Grički top i panorama Gornjeg grada). Fotografije su pohranjene u elektronskom formatu i koriste se i za potrebe publikacija, ažuriranje web stranice te za potrebe medija, oglašavanja i nastupa na turističkim sajmovima.

U studenom je izrađena nova modernija PPT prezentacija Turističke zajednice grada Zagreba koja će se koristiti u sklopu posebnih prezentacija u organizaciji TZGZ-a te sudjelovanja na poslovnim radionicama. Web stranice su se redovito održavale i ažurirale na 14 jezika, a brošure su tiskane na ukupno 30 jezika.

Planirani otkup fotografija Adventa u Zagrebu, vizuala logotipa za aplikaciju Zagreb Be There te vizuala plakata You should have been there odgođen je za 2015. godinu pa je potrošeno 55,07% sredstava sa stavke.

VII. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)

Prema zakonu o Boravišnoj pristojbi, 30% sredstava od boravišne pristojbe, turistička zajednica doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana, i koristi se isključivo za poboljšanje uvjeta boravka turista na temelju prethodno usvojenog zajedničkog programa općine ili grada i turističke zajednice općine ili grada.

2. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

I. PRIHODI

RB	Prihodi po vrstama	Plan 2014.	Ostvareno 2014.	Index
1.	Boravišna pristojba	6.300.000	6.986.003	110,89
2.	Turistička članarina	56.000.000	59.130.956	105,59
3.	Višak prihoda iz Programa rada	6.912.000	6.912.000	100,00
4.	Ostali nespomenuti prihodi	500.000	895.046	179,01

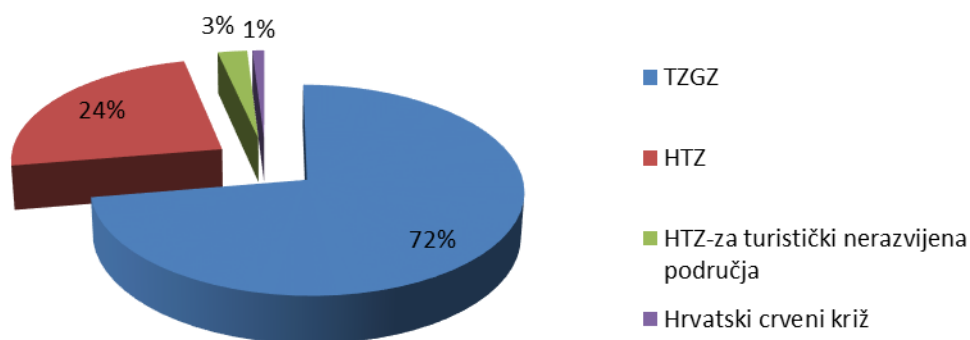
1. Boravišna pristojba

Prihod od boravišne pristojbe za 2014. godinu ostvaren je u iznosu 6.986.003 kuna ili 10,89% viši u odnosu na plan 2014. godine. Ukupno naplaćena boravišna pristojba za 2014. godinu iznosi 9.652.502 kn.

Prema Zakonu o boravišnoj pristojbi sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	6.986.003	72,38
HTZ	2.328.664	24,12
HTZ-za turistički nerazvijena područja	241.311	2,50
Hrvatski crveni križ	96.524	1,00
Ukupno:	9.652.502	100,00

Grafikon 1. Raspored uplaćene boravišne pristojbe



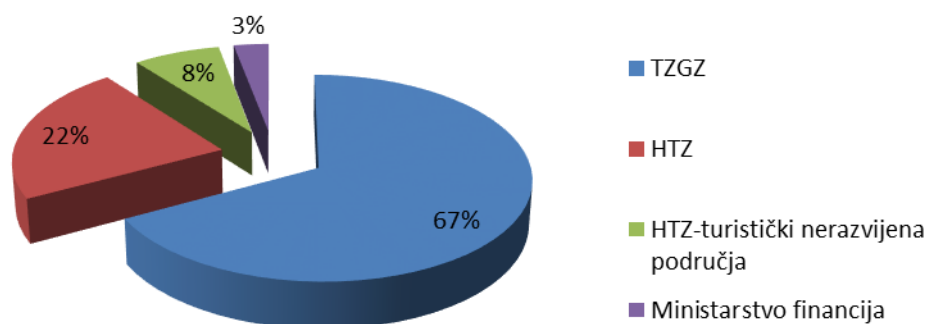
2. Turistička članarina

Prihod od turističke članarine iznosi 59.130.956 kn ili 5,59% više u odnosu na plan. Tijekom 2014. godine s osnove članarine uplaćeno je 88.090.799 kn.

Prema Zakonu o turističkoj članarini sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	59.130.956	67,13
HTZ	19.710.314	22,37
HTZ-turistički nerazvijena područja	6.606.807	7,50
Ministarstvo financija	2.642.722	3,00
Ukupno:	88.090.799	100,00

Grafikon 2. Raspored uplaćene turističke članarine

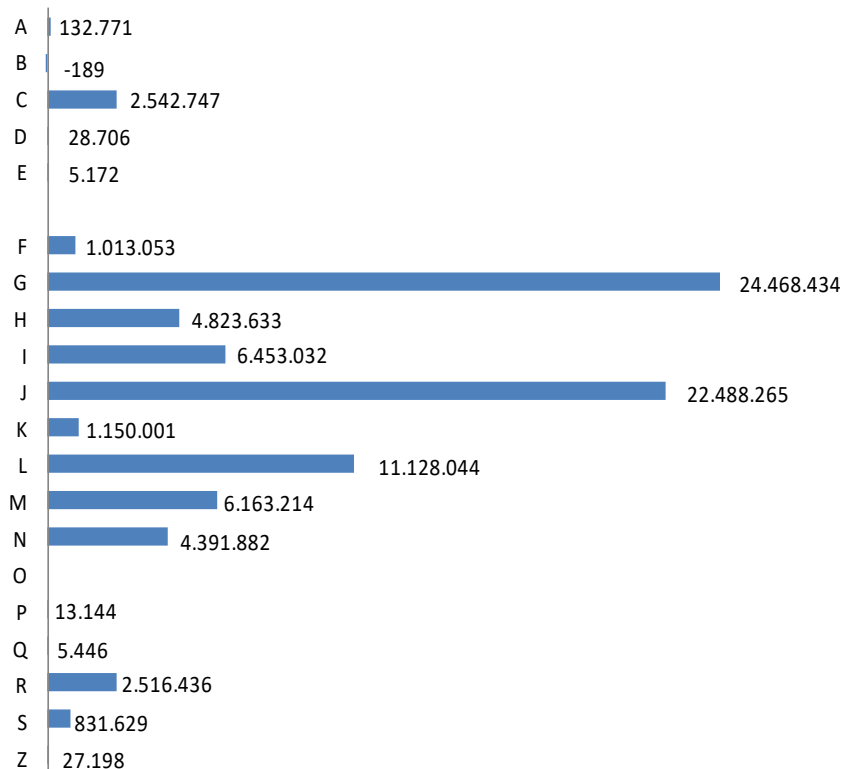


Raspored uplate turističke članarine prema djelatnostima:

	Djelatnosti prema NKD - 2007.	Uplata 2013.	Uplata 2014.	Index	Struktura
A	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	68.463	132.771	193,93	0,15
B	Rudarstvo i vađenje	-447	-189	42,19	0,00
C	Prerađivačka industrija	2.979.685	2.542.747	85,34	2,88
D	Opskrba el. energijom, plinom, parom i klimatizacijom	13.969	28.706	205,49	0,03
E	Opskrba vodom, uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	13.571	5.172	38,11	0,01
F	Graditeljstvo	912.149	1.013.053	111,06	1,15
G	Trgovina na veliko i malo, popravak vozila i motocikala	25.652.912	24.468.434	95,38	27,75
H	Prijevoz i skladištenje	4.516.163	4.823.633	106,81	5,47
I	Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	4.931.783	6.453.032	130,85	7,32
J	Informacije i komunikacije	23.565.799	22.488.265	95,43	25,50
K	Financijska djelatnost i djelatnost osiguranja	1.665.107	1.150.001	69,06	1,30
L	Poslovanje nekretninama	12.666.975	11.128.044	87,85	12,62
M	Stručne znanstvene i tehničke djelatnosti	5.644.078	6.163.214	109,20	6,99
N	Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	4.128.515	4.391.882	106,38	4,98
O	Javna uprava i obrana, obvezno socijalno osiguranje	153			0,00
P	Obrazovanje	4.819	13.144	272,76	0,01
Q	Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	5.150	5.446	105,74	0,01
R	Umjetnost, zabava i rekreacija	1.553.932	2.516.436	161,94	2,85
S	Ostale uslužne djelatnosti	593.560	831.629	140,11	0,94
	Nepoznata djelatnost	336.151	27.198	8,09	0,03

Prema evidenciji TZGZ 18.717 obveznika uplaćuje turističku članarinu, od čega su 13.636 pravne osobe, a 5.081 fizičke osobe.

Grafikon 3. Raspored uplate turističke članarine po djelatnostima



3. Ostali prihodi

- Prihodi od kamata i dividendi	160.143 kuna
- Refundacije (HTZ, ECM, Zagreb Card, suizlaganje)	370.450 kuna
- Prihod od prodaje dionica	151.991.kuna
- Ostali prihodi	212.462 kuna
Ostali prihodi ukupno	895.046 kuna

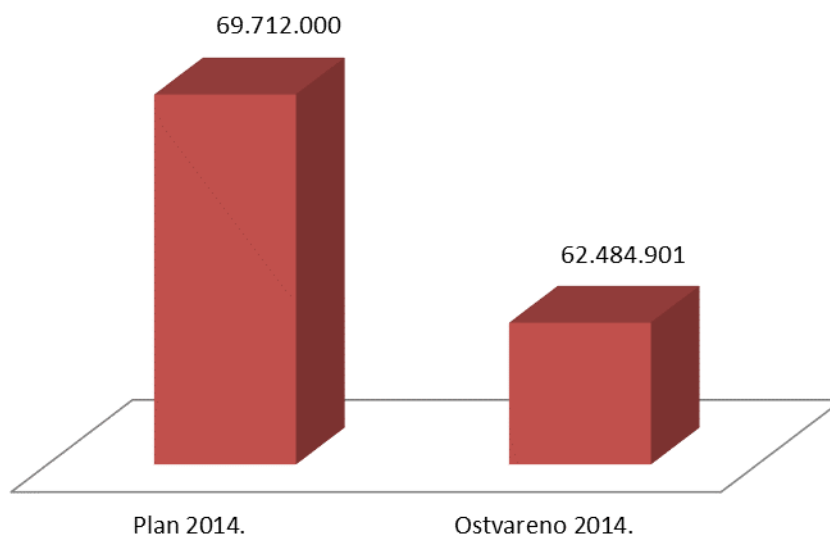
II. RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2014.	Ostvareno 2014	Index	Struktura
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI				
1.	Rashodi za radnike				
1.1.	Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika	6.500.000	6.437.709	99,04	10,30
1.2.	Izdaci za prijevoz na posao	255.000	245.472	96,26	0,39
1.3.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu)	200.000	201.795	100,90	0,32
2.	Rashodi ureda	4.571.000	3.385.172	74,06	5,42
3.	Rashodi - TIC-evi	3.867.200	3.680.901	95,18	5,89
4.	Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO	520.000	495.248	95,24	0,79
	UKUPNO I.	15.913.200	14.446.297	90,78	23,12
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI				
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	350.000	350.420	100,12	0,56
2.	Potpورا događanjima	19.388.100	17.472.530	90,12	27,96
3.	Potpورا razvoju DMO - a	3.762.600	3.561.653	94,66	5,70
4.	Potpورا DMK-a	1.400.000	1.230.311	87,88	1,97
5.	Kandidature za međunarodne skupove i potpore skupovima /kongresni ured	1.340.000	999.595	74,60	1,60
6.	Projekt: Volim Zagreb	238.100	237.856	99,90	0,38
7.	Maketa grada Zagreba	30.000			
8.	Kulturni turizam				
8.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja	15.000			
8.2.	Izdavačka djelatnost				
8.2.1.	Kulturni vodič Zagreba	100.000	92.200	92,20	0,15
8.2.2.	Letak "Jeste li znali"	13.000	13.000	100,00	0,02
8.2.3.	Muzeji i galerije	80.000	79.263	99,08	0,13
8.3.	Susreti s partnerima	1.000	981	98,10	0,00
8.4.	Sudjelovanje na sajmovima kulturnog turizma				
8.5.	Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza	30.000	30.000	100,00	0,05
8.6.	Neplanirano	30.000	1.177	3,92	0,00
	Ukupno 8.	269.000	216.621	80,53	0,35
9.	Ured direktora - potpore projektima	400.000	261.990	65,50	0,42
	Ukupno II.	27.177.800	24.330.976	89,53	38,94
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI				
1.	Online komunikacija				
1.1.	Internet oglašavanje	3.400.000	3.424.033	100,71	5,48
1.1.1.	Newsletter i B2B Alert obavijesti	230.000	222.988	96,95	0,36
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	600.000	507.972	84,66	0,81
2.	Offline komunikacije				
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	1.800.000	1.641.077	91,17	2,63
2.2.	Suradnja sa HNS - om	625.000	625.000	100,00	1,00
2.3.	Promotivni panoji i displeji	30.000	24.433	81,44	0,04

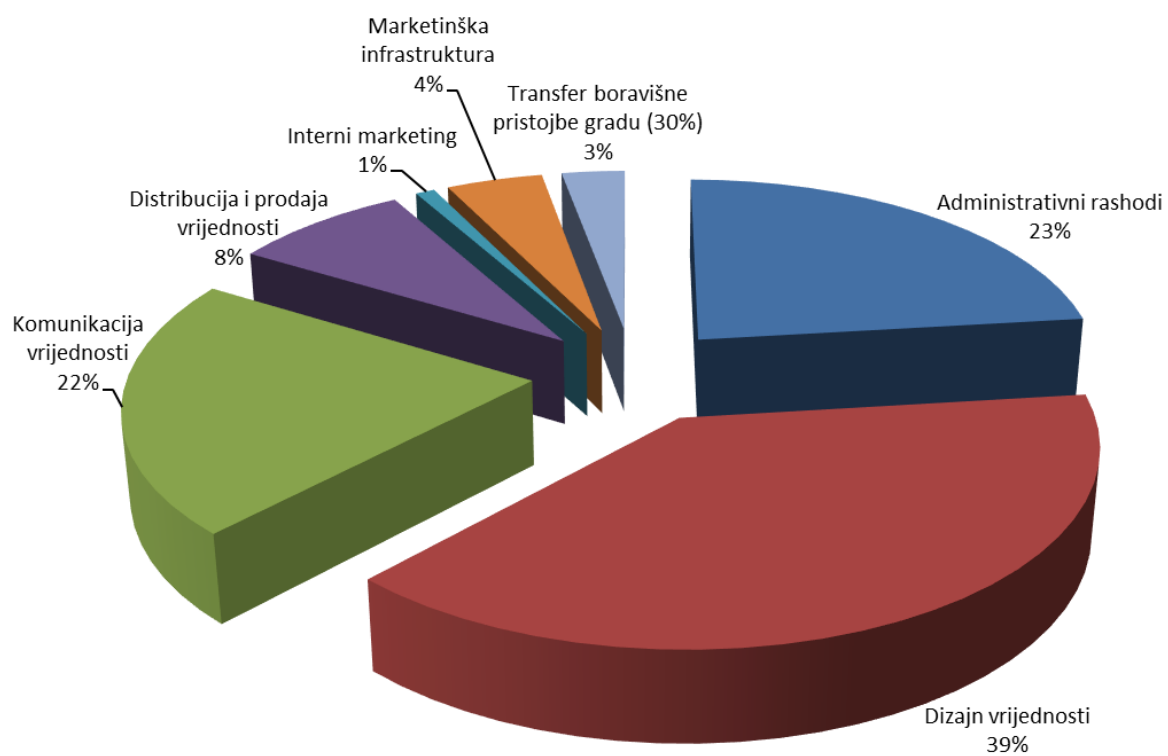
2.4.	Promotivni panoi i displeji / kongresni ured	10.000	10.826	108,26	0,02
2.5.	Idejna rješenja novih oglasa / kongresni ured	10.000	8.938	89,38	0,01
2.6.	Opće oglašavanje				
2.6.1.	Oglašavanje u tisku	860.000	705.023	81,98	1,13
2.6.2.	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni ured	434.000	380.772	87,74	0,61
2.6.3.	TV oglašavanje	950.000	950.000	100,00	1,52
2.7.	Brošure i ostali tiskani materijali	3.129.000	2.871.796	91,78	4,60
2.8.	Suveniri i promo materijali	2.044.000	1.682.366	82,31	2,69
2.9.	Zagreb card	160.000	156.100	97,56	0,25
3.	Smeđa signalizacija i info table	200.000	97.628	48,81	0,16
4.	Nagrade i priznanja	200.000	153.733	76,87	0,25
	Ukupno III.	14.682.000	13.462.684	91,70	21,55
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI				
1.	Sajmovi				
1.1.	Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji sa HTZ	2.250.000	2.158.223	95,92	3,45
1.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	660.000	486.383	73,69	0,78
2.	Posebne prezentacije - radionice				
2.1.	Posebne prezentacije - radionice	800.000	651.745	81,47	1,04
2.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured	250.000	185.477	74,19	0,30
3.	Izrada projekata posebnih prezentacija, izrada štandova	50.000			
4.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	650.000	669.232	102,96	1,07
5.	Studijska putovanja agenata	550.000	438.995	79,82	0,70
6.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured	300.000	238.802	79,60	0,38
7.	Suradnja sa stranim PR agencijama	200.000	185.933	92,97	0,30
8.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima	100.000	83.263	83,26	0,13
9.	Neplanirano / kongresni ured	50.000			
	Ukupno IV.	5.860.000	5.098.051	87,00	8,16
V.	INTERNI MARKETING				
1.	Nagrade i priznanja	36.000	30.000	83,33	0,05
2.	Edukacija				0,00
2.1.	Obuka osoblja	230.000	165.118	71,79	0,26
2.2.	Seminari klubova konkurentnosti i marketinga				
2.2.1.	Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari	120.000	82.609	68,84	0,13
2.2.2.	Studijska putovanja TU TZGZ	150.000			
2.3.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	280.000	275.054	98,23	0,44
	Ukupno V.	816.000	552.781	67,74	0,88

VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	2.200.000	1.859.038	84,50	2,98
2.	Istraživanje tržišta	330.000	189.127	57,31	0,30
3.	Formiranje baze podataka	290.000	235.302	81,14	0,38
4.	Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama				
4.1.	Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službena putovanja / kongresni ured	140.000	32.761	23,40	0,05
4.2.	Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima	160.000	118.693	74,18	0,19
4.3.	Članarine u strukovnim udrugama	135.000	130.093	96,37	0,21
4.4.	SKÅL club – institucionalna članarina	20.000	20.000	100,00	0,03
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	350.000	192.737	55,07	0,31
	Ukupno VI.	3.625.000	2.777.752	76,63	4,45
VII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.638.000	1.816.361	110,89	2,91
	Ukupno VII.	1.638.000	1.816.361	110,89	2,91
	UKUPNO:	69.712.000	62.484.901	89,63	100,00

Grafikon 4. Planirani i ostvareni rashodi



Grafikon 5. Struktura rashoda



I. Administrativni rashodi

Za administrativne rashode utrošeno je 14.446.297 kn što iznosi 90,78% od planiranih 15.913.200 kn.

1. Rashodi za radnike

Za bruto osobne dohotke i ostala materijalna primanja radnika utrošeno je 6.437.709 kn, što je 99,04% od planiranih 6.500.000 kn, za izdatke za prijevoz na posao utrošeno je 245.472 kn, odnosno 96,26% od plana te je za ostale rashode za radnike utrošeno 201.795 kn ili 0,90% više od plana.

2. Rashodi ureda

Za rashode ureda utrošeno je 3.385.172 kn, odnosno 74,06% od planiranih 4.571.000 kn.

3. Rashod - TIC-evi

Utrošeno je 3.680.901 kn, što iznosi 95,18% od planiranih 3.867.200 kn.

4. Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO

Utrošeno je 95,24% planiranih sredstava, odnosno 495.248 kn od planiranih 520.000.

II. Dizajn vrijednosti

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Za aktivnosti uređenja grada utrošeno je 350.420 kn, što iznosi 0,12% više od planiranih 350.000 kn.

2. Potpora događanjima

Za potpore događanjima je utrošeno 17.472.530 kn, odnosno 90,12% planiranih 19.388.100 kn. Razlika između planiranih i ostvarenih troškova manifestira se u najvećem dijelu zbog neutrošenih sredstava iz stavki 'Neplanirano' i manjeg broja nerealiziranih projekata.

3. Potpora razvoju DMO-a

Za potpore razvoja DMO-a utrošeno je 3.561.653 kn, odnosno 94,66% od planiranih 3.762.600 kn.

4. Potpora DMK

Od planiranih 1.400.000 kn potrošeno je 1.230.311 kn, odnosno 87,88% od plana budući da se za sufinanciranje projekata javilo manje avioprijevoznika nego što se predviđalo.

5. Kandidature za međunarodne skupove i potpore skupovima / kongresni ured

Predviđeno je 1.340.000 kn, a utrošeno 999.595 kn, odnosno 74,60% planiranog. Odstupanje od planiranog je nastalo zbog manje isplaćene potpore 2. svjetskom kongresu predsjednika nacionalnih udruženja turističkih agencija zbog dolaska manjeg broja sudionika.

6. Projekt Volim Zagreb

Utrošeno je 237.856 kn, što iznosi 99,90% od planiranih 238.100 kn.

7. Maketa grada Zagreba

Predviđena sredstva za eventualne potrebe održavanja Makete Zagreba u iznosu 30.000 kn nisu utrošena.

8. Kulturni turizam

Predviđeno je 269.000 kn, a utrošeno 216.621 kn, što iznosi 80,53% planom predviđenih sredstava. Sredstva na stavci neplanirano u iznosu 1.177 kn utrošena su na susret s vodičima Zagreba i Zagrebačke županije.

9. Ured direktora – potpore projektima

Utrošeno je 261.990 kn od planiranih 400.000 kn, odnosno 65,50%.

III. Komunikacija vrijednosti

1. Online komunikacije

Za internet oglašavanje utrošeno je 3.424.033 kn od planiranih 3.400.000, što je 0,71% više od plana, za newsletter i B2B alert obavijesti predviđeno je 230.000 kn, a utrošeno 222.988 kn. Za internet stranice i upravljanje internet stranicama utrošeno je 507.972 kn, a predviđeno 600.000 kn, što iznosi 84,66% planiranih sredstava.

2. Offline komunikacije

Budući da dionici zajedničkih promotivnih kampanja (hotelijeri, DMK, avioprijevoznici) nisu u potpunosti realizirali prijavljene promotivne kampanje, od planiranih 1.800.000 potrošeno je 1.641.077 kn. U suradnji s HNS-om planirano je i utrošeno 625.000 kn. Za promotivne panoe i displeje je predviđeno 30.000 kn, a utrošeno 24.433 kn, za promotivne panoe i displeje kongresnog ureda utrošeno je 10.826 kn od predviđenih 10.000 kn, za idejna rješenja novih oglasa utrošeno 8.938 kn od planiranih 10.000. Za oglašavanja u tisku planirano je 860.000 kn, a utrošeno 705.023 kn ili 81,98 %. U 2014. godini nije realiziran oglas u godišnjem katalogu Rail Europe Connexion. Za oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni ured od predviđenih 434.000 kn, utrošeno je 380.772 kn ili 87,74% plana. Za TV oglašavanje utrošen je predviđeni iznos od 950.000 kn. Od ukupno planiranog iznosa od 3.129.000 kn za brošure i ostale tiskane materijale potrošeno je 2.871.796 kn. Sredstva nisu u potpunosti potrošena jer se zbog racionalne potrošnje nisu naručivale dodatne promo press mape te nisu korištena sredstva predviđena za neplanirane nabavke. Od ukupno planiranog iznosa od 2.044.000 kn za suvenire i promo materijale, potrošeno je 1.682.366 kn budući da sredstva predviđena za neplanirane nabavke nisu u potpunosti iskorištena. Za Zagreb Card utrošeno je 156.100 kn, a predviđeno 160.000 kn.

3. Smeđa signalizacija i info table

Utrošeno je 97.628 kn, odnosno 48,81% plana.

4. Nagrade i priznanja

Za nagrade i priznanja utrošeno je 153.733 kn od planiranih 200.000, odnosno 76,87% plana, jer nisu iskorištena sva dodijeljena nagradna putovanja.

IV. Distribucija i prodaja vrijednosti

1. Sajmovi

Na sajmove, za samostalne nastupe i u suradnji sa HTZ-om od predviđenih 2.250.000 kn, utrošeno je 2.158.223 kn, što iznosi 95,92% planom predviđenih sredstava. Na sudjelovanjima na kongresnim i incentive burzama od planiranih 660.000 utrošeno je 486.383 kn ili 73,69% od plana zbog manjeg broja prijavljenih hotelijera i agencija koje ostvaruju potporu.

2. Posebne prezentacije - radionice

Za posebne prezentacije - radionice utrošeno je 651.745 kn, odnosno 81,47% od planiranih 800.000 kn. Za organizaciju i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured od predviđenih 250.000 utrošeno je 185.477 kn ili 74,19%.

3. Izrada projekata posebnih prezentacija, izrada štandova

Planirana sredstva u iznosu od 50.000 kn nisu utrošena s obzirom da je izrada prototipnog projekta štanda TZGZ-a za samostalne sajamske nastupe odgođena za 2015. godinu.

4. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima

Za studijska putovanja novinara planirano je 650.000 kn, a utrošeno 669.232 što je 2,96 % više od plana.

5. Studijska putovanja agenata

Sredstva za studijska putovanja agenata utrošena su u iznosu 438.995 kn što čini 79,82 % planiranog iznosa.

6. Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured predviđeno je 300.000 kn, a utrošeno 238.802 kn, što iznosi 79,60%. Utrošeno je manje sredstava zbog veće participacije kongresne industrije.

7. Suradnja sa stranim PR agencijama

Planirana sredstva za suradnju sa stranim PR agencijama iznose 200.000 kn, a utrošena 185.933 kn što iznosi 92,97 %.

8. Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima

Utrošeno je 83,26% od planiranih 100.000 kuna, odnosno 83.263 kune.

V. Interni marketing

1. Nagrade i priznanja

Od predviđenih 36.000 kn, utrošeno je 30.000 ili 83,33%.

2. Edukacija

Za obuku osoblja utrošeno je 165.118 kn od planiranih 230.000 što čini 71,79% planiranog. Za sastanke sa predstavnicima turističke industrije utrošeno je 82.609 kuna od planiranih 120.000 kn, odnosno utrošeno je 68,84% planiranih sredstava. Za studijska putovanja Turističkog ureda Turističke zajednice grada Zagreba planiranih 150.000 kn nije utrošeno.

Za uvođenje izbornog predmeta u škole - Kultura turizma utrošeno je 275.054 kn od planiranih 280.000, odnosno 98,23%.

VI. Marketinška infrastruktura

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Za proizvodnju multimedijalnih materijala utrošeno je 1.859.038. kn od planiranih 2.200.000, što je 84,50% od planiranih sredstava. Sredstva nisu u potpunosti utrošena jer su kratki filmići lokacija Advent u Zagrebu koji su bili u Planu za 2014. godinu realizirani u 2015. godini.

2. Istraživanje tržišta

Na stavci je potrošeno 57,31% od planiranog iznosa 330.000 kn. Sva predviđena sredstva nisu utrošena jer će ugovoreni projekt Procjena tržišnog potencijala poslovnog/MICE turizma u gradu Zagrebu u suradnji s Institutom za turizam biti u potpunosti realiziran u 2015. godini.

3. Formiranje baze podataka

Utrošeno je 235.302 kn, a planirano 290.000, odnosno 81,14% plana.

4. Suradnja sa domaćim i međunarodnim institucijama

Za aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službena putovanja kongresnog ureda, od planiranih 140.000 kuna utrošeno je 23,40% odnosno 32.761 kuna. Na stavci sudjelovanje na međunarodnim stručnim skupovima je potrošeno 118.693 kune naspram planiranih 160.000. Za članarine u strukovnim udrugama predviđeno je 135.000 kuna i utrošeno 130.093 kune ili 96,37% plana. Sredstva na stavci SKÅL club utrošena su u planiranom iznosu od 20.000 kuna.

5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Od planiranih 350.000 utrošeno je 55,07% ili 192.737 kune.

VII. Transfer boravišne pristojbe gradu

U 2014. godini iznos uplaćene boravišne pristojbe veći je od planiranog za 10,89 % te je posljedično i transfer boravišne pristojbe gradu veći za 10,89%, odnosno iznosi 1.816.361 kuna.

PRIOLOG 1. STATISTIKA NOĆENJA I DOLAZAKA TURISTA

DOLASCI I NOĆENJA PREMA EVIDENCIJI TZGZ

	Zemlja	I - XII 2014			I - XII 2013			indeks	2014/13
		dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
1.	Albanija	2.914	4.607	0,292	2.266	3.738	0,268	129	123
2.	Argentina	3.156	5.929	0,376	2.711	4.886	0,351	116	121
3.	Australija	15.529	29.748	1,888	15.374	28.035	2,013	101	106
4.	Austrija	23.139	36.699	2,329	23.543	38.181	2,742	98	96
5.	B i H	23.116	41.034	2,604	22.161	37.595	2,699	104	109
6.	Belgija	8.840	16.511	1,048	11.042	19.988	1,435	80	83
7.	Bjelorusija	737	1.510	0,096	615	1.340	0,096	120	113
8.	Brazil	12.455	22.061	1,400	12.972	22.308	1,602	96	99
9.	Bugarska	26.549	34.008	2,158	22.324	29.018	2,084	119	117
10.	Cipar	792	2.091	0,133	535	1.133	0,081	148	185
11.	Crna Gora	4.041	7.935	0,503	3.603	7.232	0,519	112	110
12.	Češka	7.953	13.186	0,837	6.380	11.447	0,822	125	115
13.	Čile	897	1.708	0,108	974	1.916	0,138	92	89
14.	Danska	5.391	10.965	0,696	5.195	9.898	0,711	104	111
15.	Estonija	960	1.826	0,116	1.141	2.210	0,159	84	83
16.	Finska	3.317	7.578	0,481	3.493	7.403	0,532	95	102
17.	Francuska	25.375	45.314	2,875	27.330	47.809	3,433	93	95
18.	Grčka	9.075	13.993	0,888	9.276	14.335	1,029	98	98
19.	Hong Kong, Kina	6.547	7.665	0,486	5.404	6.654	0,478	121	115
20.	Indija	2.822	5.859	0,372	2.245	4.426	0,318	126	132
21.	Indonezija	1.310	1.928	0,122	741	1.100	0,079	177	175
22.	Irska	2.767	6.152	0,390	2.623	5.108	0,367	105	120
23.	Island	393	879	0,056	886	1.694	0,122	44	52
24.	Italija	45.487	86.563	5,492	43.193	79.541	5,711	105	109
25.	Izrael	12.696	27.078	1,718	12.212	27.182	1,952	104	100
26.	Japan	33.603	43.717	2,774	28.375	36.925	2,651	118	118
27.	Jordan	173	509	0,032	218	658	0,047	79	77
28.	Južnoafrička Republika	1.368	2.368	0,150	1.587	2.653	0,190	86	89
29.	Kanada	13.254	26.075	1,654	11.761	21.872	1,570	113	119
30.	Katar	186	1.466	0,093	238	1.397	0,100	78	105
31.	Kazahstan	380	1.121	0,071	210	633	0,045	181	177
32.	Kina	22.080	29.560	1,876	17.488	23.451	1,684	126	126
33.	Koreja, Republika	68.588	78.976	5,011	21.359	26.052	1,871	321	303
34.	Kosovo	2.400	4.540	0,288	2.033	3.839	0,276	118	118
35.	Kuvajt	246	590	0,037	228	832	0,060	108	71
36.	Letonija	3.555	5.022	0,319	3.145	4.004	0,288	113	125
37.	Lihtenštajn	52	98	0,006	62	140	0,010	84	70
38.	Litva	1.772	3.681	0,234	1.717	3.426	0,246	103	107
39.	Luksemburg	389	662	0,042	341	644	0,046	114	103
40.	Mađarska	11.611	19.882	1,262	10.494	17.597	1,264	111	113
41.	Makao, Kina	33	46	0,003	17	21	0,002	194	219
42.	Makedonija	6.754	11.573	0,734	6.916	11.205	0,805	98	103
43.	Malta	535	1.453	0,092	286	736	0,053	187	197
44.	Maroko	215	479	0,030	203	825	0,059	106	58
45.	Meksiko	1.508	2.717	0,172	1.500	2.641	0,190	101	103
46.	Nizozemska	17.241	29.770	1,889	16.661	27.246	1,956	103	109
47.	Norveška	3.129	6.185	0,392	3.197	6.103	0,438	98	101
48.	Novi Zeland	2.241	3.832	0,243	2.365	4.063	0,292	95	94
49.	Njemačka	52.083	90.508	5,743	50.386	88.560	6,359	103	102
50.	Oman	168	370	0,023	62	185	0,013	271	200
51.	Ost.zem. Juž.i Sred.Am.	2.379	4.958	0,315	1.821	3.711	0,266	131	134
52.	Ostale afričke zemlje	2.110	7.304	0,463	1.868	7.411	0,532	113	99
53.	Ostale azijske zemlje	9.307	19.319	1,226	7.125	14.931	1,072	131	129
54.	Ostale europske zemlje	290	802	0,051	367	829	0,060	79	97
55.	Ostale izvaneuropske z.	45	274	0,017	52	115	0,008	87	238
56.	Ostale zemlje Oceanije	127	212	0,013	43	114	0,008	295	186
57.	Ostale zemlje Sjever.Am.	2	8	0,001	1	3	0,000	200	267
58.	Poljska	14.732	24.778	1,572	13.378	21.310	1,530	110	116
59.	Portugal	6.569	12.039	0,764	5.825	9.759	0,701	113	123
60.	Rumunjska	9.507	20.093	1,275	9.299	17.211	1,236	102	117
61.	Rusija	10.877	21.888	1,389	10.627	23.039	1,654	102	95

62.	SAD	43.908	89.418	5.674	41.158	80.299	5,766	107	111
63.	Slovačka	5.847	10.492	0,666	4.729	8.166	0,586	124	128
64.	Slovenija	19.166	32.041	2,033	16.585	24.696	1,773	116	130
65.	Srbija	24.086	44.422	2,819	21.492	37.441	2,688	112	119
66.	Španjolska	31.832	51.721	3,282	27.540	42.071	3,021	116	123
67.	Švedska	7.141	13.929	0,884	6.874	12.294	0,883	104	113
68.	Švicarska	9.087	16.671	1,058	8.323	14.746	1,059	109	113
69.	Tajland	2.781	3.332	0,211	2.899	3.312	0,238	96	101
70.	Tajvan, Kina	11.649	12.281	0,779	7.994	8.463	0,608	146	145
71.	Tunis	234	727	0,046	123	314	0,023	190	232
72.	Turska	6.667	12.717	0,807	7.301	13.734	0,986	91	93
73.	Ujedinjena Kraljevina	31.732	64.767	4,109	31.833	64.558	4,636	100	100
74.	Ujedinjeni Ar. Emirati	548	1.491	0,095	394	868	0,062	139	172
75.	Ukrajina	3.246	6.795	0,431	2.718	6.368	0,457	119	107
	Strani turisti	743.691	1.270.506	80,614	649.457	1.115.648	80,108	115	114
	Domaći turisti	167.582	305.528	19,386	158.439	277.032	19,892	106	110
	UKUPNO	911.273	1.576.034	100,000	807.896	1.392.680	100,000	113	113

PREGLED TRŽIŠTA S NAJVIŠE OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA

	Zemlja	dolasci
1	Koreja, Republika	68.588
2	Njemačka	52.083
3	Italija	45.487
4	SAD	43.908
5	Japan	33.603
6	Španjolska	31.832
7	Ujedinjena Kraljevina	31.732
8	Bugarska	26.549
9	Francuska	25.375
10	Srbija	24.086

	Zemlja	noćenja
1	Njemačka	90.508
2	SAD	89.418
3	Italija	86.563
4	Koreja, Republika	78.976
5	Ujedinjena Kraljevina	64.767
6	Španjolska	51.721
7	Francuska	45.314
8	Srbija	44.422
9	Japan	43.717
10	B i H	41.034

PRILOG 2. RASHODI UREDA

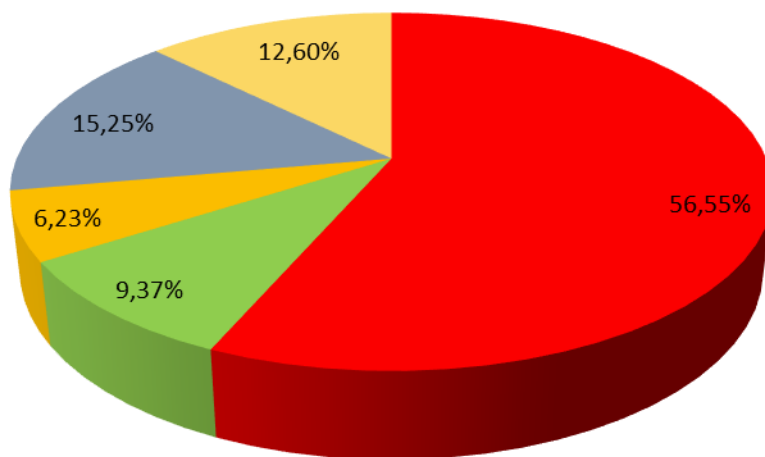
RB	Rashodi ureda	Plan 2014.	Ostvareno 2014	Index	Struktura
1.	Potrošni materijal	100.000	87.688	87,69	2,59
2.	Materijal za održavanje čistoće	17.000	17.023	100,14	0,50
3.	Uredski materijal	90.000	84.752	94,17	2,50
4.	Potrošnja električne energije i plina	200.000	126.535	63,27	3,74
5.	Utrošak benzina	45.000	31.740	70,53	0,94
6.	Izdaci za sitan inventar	35.000	13.070	37,34	0,39
7.	Trošak telefona i telefaksa	210.000	202.687	96,52	5,99
8.	Trošak poštarine	70.000	79.147	113,07	2,34
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	450.000	393.714	87,49	11,63
10.	Usluge čišćenja	360.000	350.543	97,37	10,36
11.	Usluge najma poslovnog prostora	1.100.000	924.066	84,01	27,30
12.	Ostale komunalne usluge	65.000	59.444	91,45	1,76
13.	Troškovi po ugovorima o djelu	86.000	85.106	98,96	2,51
14.	Odvjetničke i revizorske usluge	20.000	10.033	50,16	0,30
15.	Grafičke usluge	10.000	9.555	95,55	0,28
16.	Usluge tiska – oglasi i dr.	2.000	1.050	52,50	0,03
17.	Ostale usluge	240.000	232.546	96,89	6,87
18.	Dnevnice za službena putovanja u zemlji	10.000	2.550	25,50	0,08
19.	Dnevnice za službena putovanja u inozemstvo	5.000			
20.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	30.000	5.476	18,25	0,16
21.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000			
22.	Trošak reprezentacije	200.000	177.376	88,69	5,24
23.	Premije osiguranja	75.000	66.743	88,99	1,97
24.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	60.000	61.128	101,88	1,81
25.	Stručna literatura i tisak	80.000	70.534	88,17	2,08
26.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	550.000	190.979	34,72	5,64
27.	Ostali troškovi poslovanja	50.000	47.220	94,44	1,39
28.	Neplanirani rashodi	10.000	1.592	15,92	0,05
	UKUPNO I.	4.171.000	3.332.300	79,89	98,44
II.	Poslovni prostor, adaptacija	400.000	52.872	13,22	1,56
	UKUPNO RASHODI UREDA	4.571.000	3.385.172	74,06	100,00

PRILOG 3. TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTRI

Grafikon 9. PRIKAZ STATISTIKE BROJA POSJETITELJA U TURISTIČKO-INFORMATIVNIM CENTRIMA

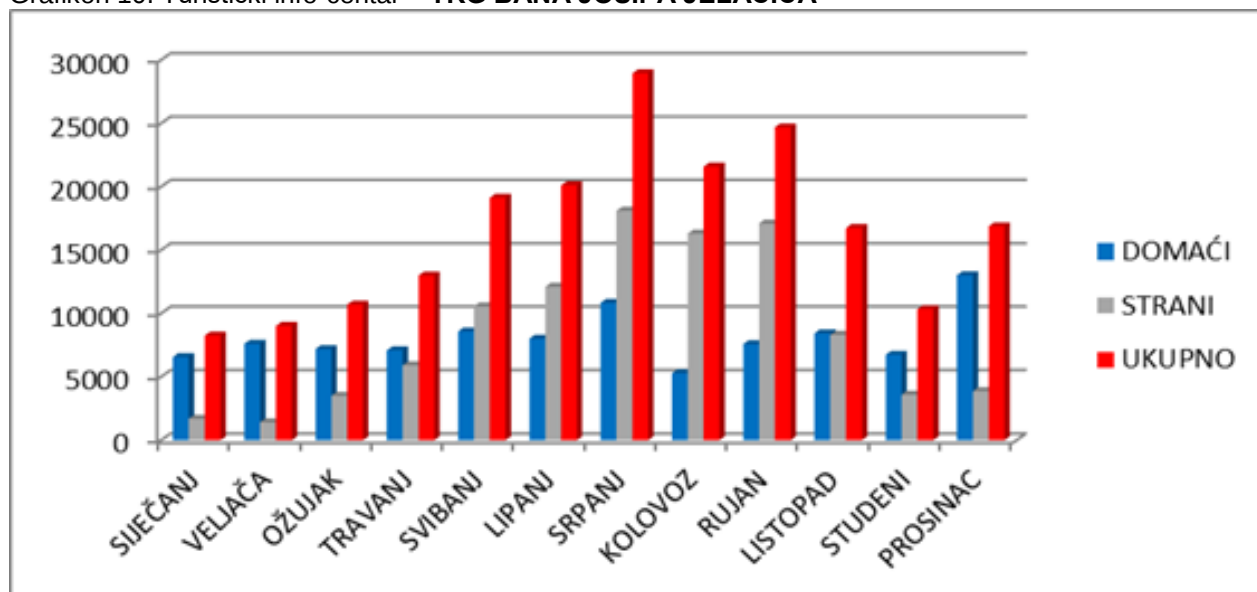
T I C	POSJETITELJI UKUPNO			
TRG BANA JELAČIĆA		199.398		56,55%
AUTOBUSNI KOL.		33.056		9,37%
ŽELJEZNIČKI KOL.		21.983		6,23%
ZRAČNA LUKA		53.782		15,25%
LOTŘŠČAK		44.421		12,60%
U K U P N O:		352.640		100%

Grafikon 9.



MJESEC	Trg bana J. Jelačića		Zračna luka Zagreb		Gl. željeznički kolodvor		Autobusni kolodvor		Kula Lotrščak	
	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.
Siječanj	6.569	1.688	335	763	153	500	322	519	500	780
Veljača	7.601	1.419	299	794	149	439	301	597	428	696
Ožujak	7.196	3.503	411	1.254	154	581	345	861	796	1.002
Travanj	7.087	5.901	443	2.048	151	1.067	493	1.476	852	2.302
Svibanj	8.584	10.551	506	2.792	182	1.602	507	2.384	799	3.037
Lipanj	8.012	12.100	594	3.810	184	2.277	508	3.310	961	3.379
Srpanj	10.847	18.102	755	5.712	227	4.113	512	4.737	1.191	5.834
Kolovoz	5.287	16.298	601	10.269	173	4.461	412	5.463	1.274	7.879
Rujan	7.577	17.105	683	12.476	185	2.316	435	3.828	686	3.913
Listopad	8.434	8.316	468	3.943	196	1.416	374	2.177	1.269	3.145
Studeni	6.746	3.594	460	2.354	153	539	601	1.250	731	917
Prosinac	13.022	3.859	498	1.514	162	603	613	1.031	821	1.229
UKUPNO	96.962	102.436	6.053	47.729	2.069	19.914	5.423	27.633	10.308	34.113
UKUPNO domaćih posjetitelja:									120.815	
UKUPNO stranih posjetitelja:									231.825	
SVEUKUPNO POSJETITELJA:									352.640	

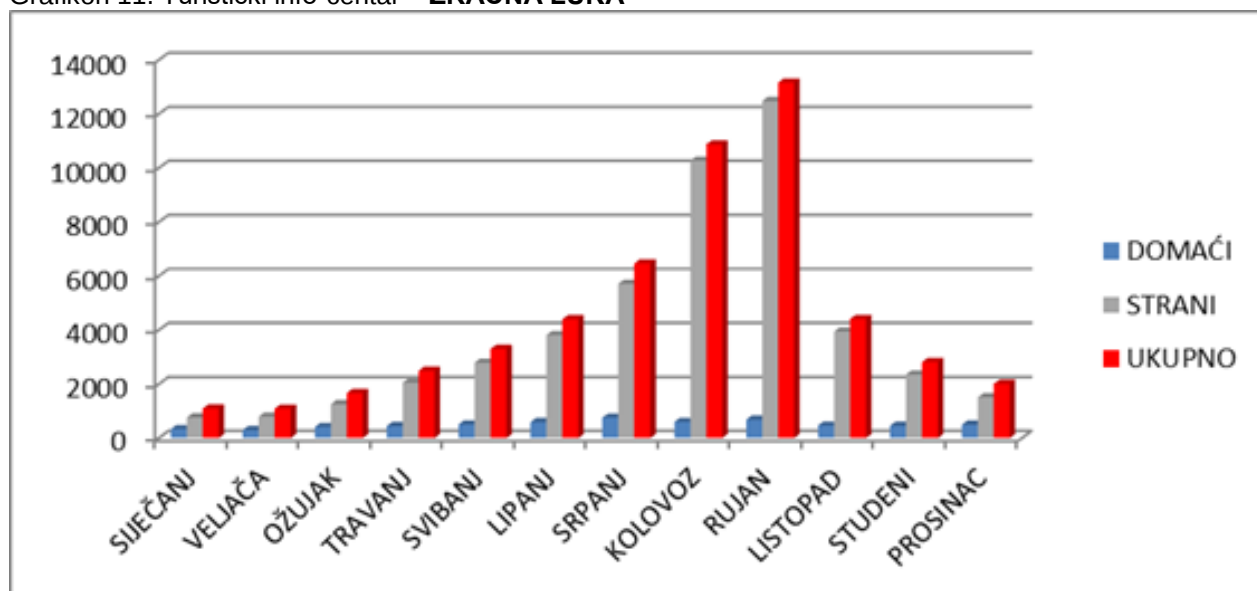
Grafikon 10. Turistički info-centar – **TRG BANA JOSIPA JELAČIĆA**



STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013. I 2014. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	84.368	98.073	182.441
2014.	96.962	102.436	199.398

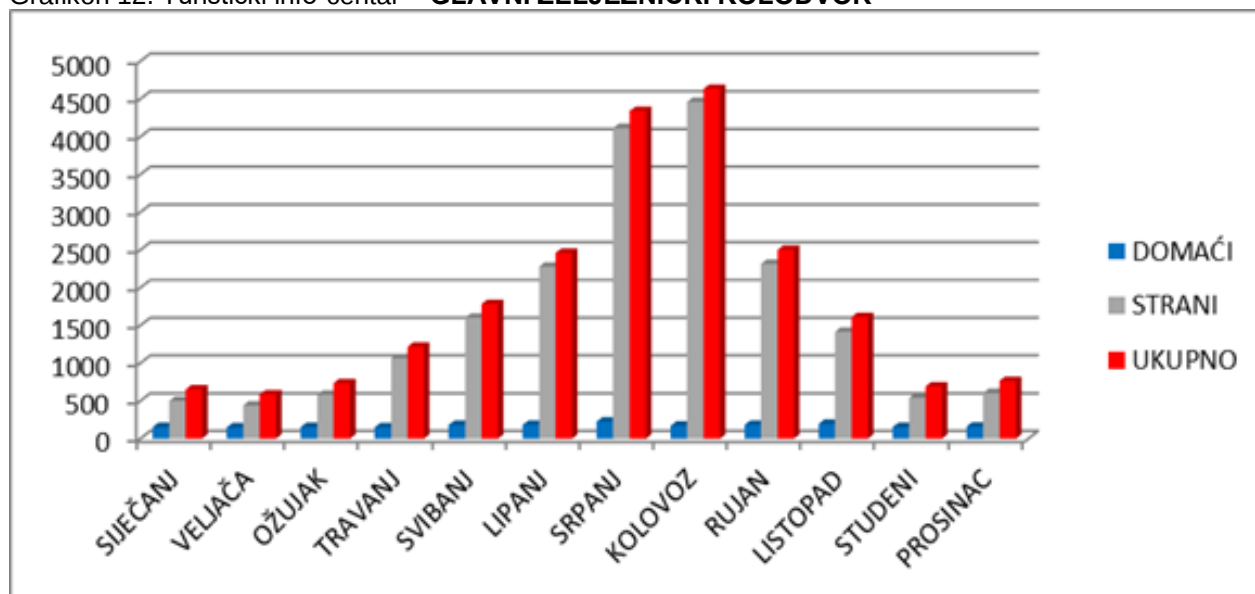
Grafikon 11. Turistički info-centar – **ZRAČNA LUKA**



STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013. I 2014. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	6.154	27.712	33.866
2014.	6.053	47.729	53.782

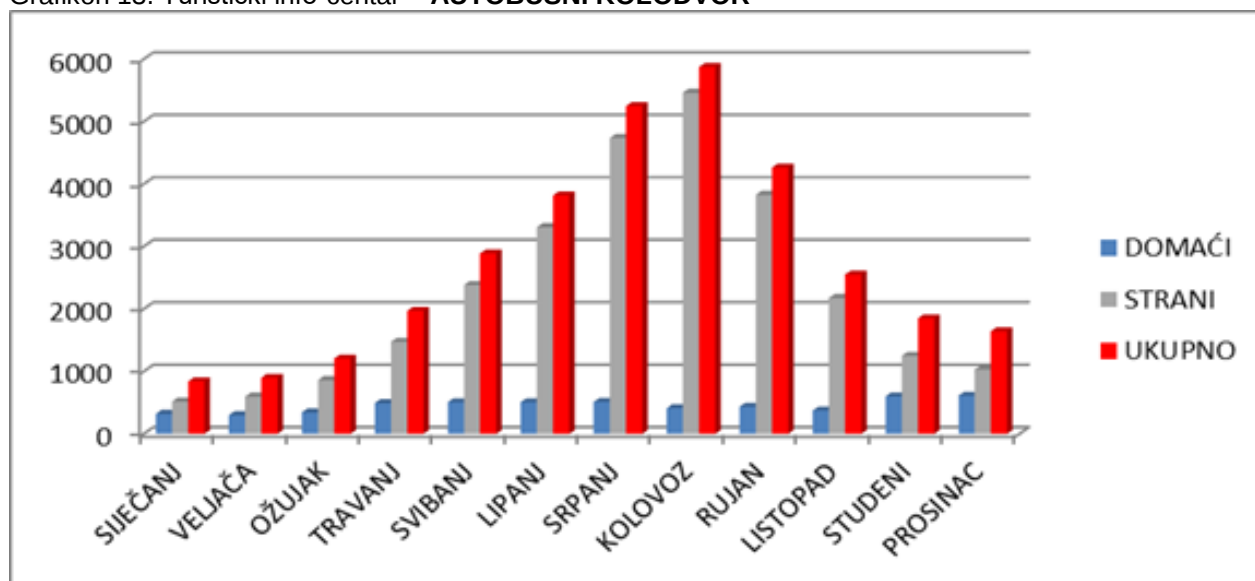
Grafikon 12. Turistički info-centar – **GLAVNI ŽELJEZNIČKI KOLODVOR**



STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013. I 2014. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	2.666	15.640	18.306
2014.	2.069	19.914	21.983

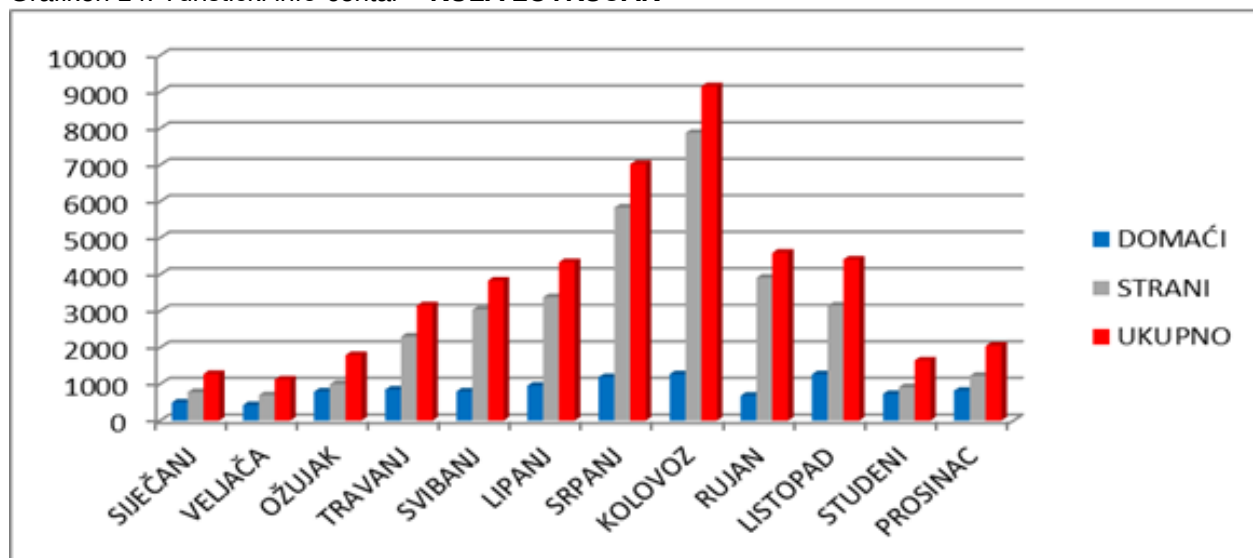
Grafikon 13. Turistički info-centar – **AUTOBUSNI KOLODVOR**



STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013. I 2014. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	4.756	20.367	25.123
2014.	5.423	27.633	33.056

Grafikon 14. Turistički info-centar – KULA LOTRŠČAK



STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013. I 2014. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	8.730	27.390	36.120
2014.	10.308	34.113	44.421

PRILOG 4. POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	Zlatni Zagreb, oživljavanje umjetničkih zbirki doniranih gradu / kroz godinu	20.000	
2.	Puteni puti Zagreba	30.000	30.000
3.	Zagrebačka crna kronika, povijesna tura o Zagrebu iz crne kronike / kroz godinu	20.000	20.000
4.	Ulicama Zagreba po Sunčevom sustavu, web projekt	10.000	10.000
5.	Blue bike - razgled grada biciklom / kroz godinu	10.000	10.000
6.	Razgled grada na električnim biciklima / kroz godinu	10.000	10.000
7.	Secret Zagreb Walks, projekt sadrži tematske razglede grada te manifestaciju Noć vještica / kroz godinu	15.000	15.000
8.	Zagreb Evening Walk, redoviti razgledi grada kroz godinu, 3 x tjedno	20.000	20.000
9.	Zaljubljeni u Zagreb - DoraF	12.000	12.000
10.	People for Cats, izložbe, revije, koncert, radionice / ožujak-studen	20.000	
11.	Redovni svakodnevni razgledi grada - IBUS d.o.o. / ožujak-travanj i rujan-prosinac	20.000	20.000
12.	City Tour - Experience the City, ZET / svibanj-rujan	30.000	20.000
13.	Razgled grada Segway vozilima / ožujak - studeni	20.000	20.000
14.	Tjedan restorana Zagreb, Tjedan restorana Hrvatska / ožujak, listopad	20.000	20.000
15.	Turističko planinarski zemljovid Medvednice - HGSS	15.000	15.000
16.	Društvo Marije Jurić Zagorke, tura i edukacija vodiča	20.000	20.000
17.	ZAGREB4U, strani studenti upoznaju i na društvenim mrežama komentiraju/promoviraju grad / veljača	12.000	12.000
18.	Drive in kino	10.000	10.000
19.	Večernjakov party tramvaj / lipanj	15.000	
20.	Znanstveni piknik / rujan	25.000	25.000
21.	Gornjogradske coprnice / svibanj - rujan	10.000	10.000
22.	Manifestacija Vinkovci rokaju	2.000	2.000
23.	Katalog Neodoljiva Hrvatska	10.000	10.000
24.	Dani hrvatskog chartera	5.100	5.063
25.	Najljepša terasa i okućnica	60.000	42.000
26.	Motociklistički skup Belovar Zagreb	5.000	5.000
27.	Culturrun, razgled grada trčeći	5.000	5.000
28.	Klopa s klupa, pripremanje hrane	15.000	15.000
29.	Okruglih 100, kuharica na engleskom	45.000	45.000
30.	Razgled grada Fijakerom	10.000	10.000
31.	Label Grand Karakterre 3. međ. vinski sajam u Westinu	15.000	15.000
32.	NEPLANIRANO	100.000	10.000
	Gornjogradska ljekarna - brošura		10.000
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	636.100	463.063

RB	Sport	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	PBZ Zagreb Indoors / veljača	1.000.000	1.000.000
1.2.	Europski judo kup / ožujak	20.000	20.000
1.3.	Hrvatske svjetske igre - Hrvatski svjetski kongres / srpanj	102.900	102.862
2.	Agram 2014., turnir u ženskom nogometu / siječanj	10.000	10.000
3.	25. memorijal V. Mažuranić, međunarodni turnir u mačevanju / siječanj	15.000	15.000
4.	Zagreb Children FIS, međunarodno natjecanje u alpskom skijanju / veljača	50.000	50.000
5.	Croatian international 2012. - Europski badmintonski kup / ožujak	15.000	15.000
6.	10. plivački miting za najmlađe "Miting Sv. Patrika 2013." - PK Novi Zagreb / ožujak	5.000	5.000
7.	11. festival plivanja, međunarodno plivačko natjecanje - PK Dubrava / ožujak	10.000	10.000
8.	Bubamara Cup 2014. i Gothia kup, nogometni turniri	10.000	10.000
9.	21. Velika nagrada Zagreba / travanj i 26. Kepertov memorijal / rujan - Yacht Club Zagreb	25.000	25.000
10.	Squash natjecanja European Team Championship 3rd divison / travanj i Croatian Junior Open / travanj	25.000	25.000
11.	Wakeboard prvenstvo Hrvatske i Slovenije, Wake sezona 2014, ZG OPEN / kroz godinu	20.000	20.000
12.	Zagrebačka biciklijada - KUD Prepuštovec / svibanj	10.000	10.000
13.	Međunarodna kanu utrka Matija Ljubek, otvoreno prvenstvo Zagreba i 3. utrka mladih zmajeva / svibanj	15.000	15.000
14.	Klub odbojke na pijesku Zagreb - Zagreb Open / svibanj	10.000	10.000
15.	Savez športsko ribolovnih društava grada Zagreba / programi kroz godinu	20.000	20.000
16.	61. Zagiping / svibanj i Memorijal A.T.Stipančić / studeni - Međunarodni stolnoteniski turniri	20.000	20.000
17.	Večernjakova biciklijada / lipanj	10.000	10.000
18.	Festival triatlona Zagreb Open - Memorijal Marijan Pedišić / lipanj	5.000	5.000
19.	Atletski 4-boj (Austrija, Češka, Slovenija, Hrvatska) / srpanj	20.000	20.000
20.	ITF turnir u tenisu u kolicima - TK Sirius / srpanj	10.000	10.000
21.	Otvoreno prvenstvo Europe u hokeju na travi	20.000	20.000
22.	Ženski klub odbojke na pijesku Jarun - Jarun Beach Open Zagreb / kolovoz	10.000	10.000
23.	Old School Desant - Povorka starinskih automobila / rujan	5.000	5.000
24.	1. međunarodni turnir Zagrebački odbojkaški velikani - HAOK Mladost / prosinac	20.000	20.000
25.	Street Workout World Cup / listopad	5.000	5.000
26.	16. Jastrebo Open - međunarodni taekwondo turnir / listopad	20.000	20.000
27.	26. Zlatni medvjed, međunarodno prvenstvo u umjetničkom klizanju za juniore / studeni	10.000	10.000
28.	Zlatna pirueta - međunarodno klizačko natjecanje / prosinac	30.000	
29.	Međunarodna biciklistička utrka Zagreb - Ljubljana / kolovoz	10.000	10.000
30.	20. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	15.000	15.000
31.	Kutija šibica, turnir u malom nogometu / prosinac	30.000	30.000
32.	2. Underwater photo marathon	5.200	5.143
33.	1. Otvoreni Kup Hrvatske u street plesovima - "Kings of Style" / Atomic dance factory	10.000	10.000

34.	Nagrada Bowling savezu Zagreb - let Zagreb balona	2.500	2.500
35.	29. Oldtimer rally Zagreb - Trakošćan	5.000	5.000
36.	Taekwondo klub Mungos - sportski dan	5.000	5.000
37.	Prvenstvo Hrvatske u boćanju osoba s invaliditetom	5.000	5.000
38.	Rukometni turnir Dubrava	10.000	10.000
39.	Akrobatski rock n roll turnir - Klub Buba	3.000	3.000
40.	Nikola Tesla Rally	50.000	50.000
41.	Pokreni se, vježbanje na otvorenom	15.000	15.000
42.	Šahovski klub Uriho	5.000	5.000
43.	NEPLANIRANO	200.000	
	UKUPNO SPORT	1.918.600	1.688.505

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	HK Medveščak	375.000	375.000
2.	NK Dinamo	625.000	625.000
3.	RK Zagreb	625.000	625.000
4.	VK Mladost	625.000	625.000
5.	KK Cibona	625.000	454.375
6.	KK Cedevita	375.000	375.000
7.	Muški odbojkaški klub Zagreb	40.000	
8.	Bundek fest / rujan	1.500.000	1.503.263
9.	Festival Hrvatske glazbe u Beču	90.000	90.000
10.	I.A.A.F. - Hanžekov memorijal - Međunarodni atletski miting / rujan	1.400.000	1.400.000
11.	Radio emisija "Iz Zagreba po Hrvatskoj"	100.000	100.000
12.	Histrioni - Ljeto na Opatovini	100.000	100.000
13.	Miss Universe Croatia	50.000	50.000
14.	Hrvatsko građansko društvo Crne Gore	30.000	30.000
15.	Hrvatski kuharski savez	15.000	15.000
16.	Kazalište Ulysses	100.000	
17.	Tjedan suvremenog plesa	50.000	50.000
18.	Balkansko prvenstvo u preponskom jahanju - KK Karoca / rujan	50.000	50.000
19.	Zagreb Open - međunarodno prvenstvo Hrvatske u stolnom tenisu, Hrvatski stolnoteniski savez / svibanj	50.000	50.000
20.	Koncertna direkcija Zagreb - ZGKUL	150.000	150.000
21.	"Pogled u plavo"- promocija ronjenja na dah, sajam turizma u Munchenu	75.000	75.000
22.	Humanitarna manifestacija "Milijarda ustaje protiv nasilja" svjetska kampanja	13.800	13.750
23.	Lisinski pleše pod maskama	80.000	80.000
24.	Artur-arhitektura i turizam	50.000	50.000
25.	Europska MMA league - Only men stuff	85.000	85.000
26.	Minoranze - dvojezični časopis	96.000	96.000
27.	Samoborska salamijada	50.000	50.000
28.	Karavana za život - Bikeri na cesti	20.000	20.000
29.	Digitalni turistički vodič I Zagreb	165.000	165.000
30.	GK Komedijska - Byron	15.000	
31.	Dan državnosti u Rimu	15.300	15.280
32.	IJF Judo Grand Prix - Hrvatski judo savez	150.000	150.000
33.	Izložba Vaska Lipovca u Londonu -"Biciklisti"	25.000	25.000
34.	Festival nogometa Bundek 2014.	50.000	50.000
35.	38. Dani satire Fadila Hadžića u Kerempuhu	100.000	100.000
36.	Svjetsko prvenstvo u letenju balona za žene i muškarce u Brazilu i ost. međunarodnim susretima - Balon Klub Zg	20.000	20.000
37.	Prvenstvo svijeta u hrvanju za juniore	50.000	50.000
38.	Uvijek vjerni - Fan zona Trg bana Jelačića	50.000	50.000

39.	Izbor za Miss sporta Hrvatske	20.000	20.000
40.	Neraspoređeno	300.000	50.000
	Tjedan japanske kulture		50.000
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM	8.405.100	7.832.668

	Božićna i novogodišnja događanja	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	Advent i Nova godina na Trgu bana Jelačića	500.000	500.000
2.	Advent na Zrinjercu	450.000	397.347
3.	Klasika i jazz na Cvjetnom (HGM)	100.000	80.000
4.	Veseli božićni tramvaj	15.000	
5.	Žive božićne jasllice	30.000	30.000
6.	Božićna priča u Čazmi	10.000	10.000
7.	Kroz Advent do Božića u Ozani	10.000	10.000
8.	KUD Vedra nota-Klinci s Ribnjaka-Božićni koncert	5.000	5.000
9.	ArtOmat, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	30.000	30.000
10.	Strauss u Oktogonu	25.000	25.000
11.	Advent u Maloj sceni	10.000	10.000
12.	Ad gloriam brass sa zagrebačkih božićnih balkona, 4 koncerta	50.000	37.188
13.	Advent na drukčiji način	20.000	20.000
14.	Fuliranje kod uspinjače	150.000	150.000
15.	Blagdan Sv. Lucije na Zrinjercu	12.000	12.000
16.	Novogodišnja smjena Straže	20.000	19.969
17.	Blagdan Sv. Nikole na Trgu bana Jelačića, FA Turopolje	10.000	10.000
18.	Bor Budimpešta - raskićavanje	10.900	10.852
19.	Zagreb Wonderland projekt - AIESEC	10.000	10.000
20.	Kapulica i lampioni	50.000	50.000
21.	Art & Gourmet Advent Park - Strossmayerov Trg	170.000	
22.	AdvEUnt - Europski trg	200.000	200.000
23.	Klizalište Tomislavac	1.500.000	1.539.000
24.	Playground NYE - novogodišnji festival	100.000	50.000
25.	Božićni bor - darivanje	150.000	43.566
26.	Advent na Trgiću, program kod Doma športova	15.000	
27.	NEPLANIRANO	200.000	48.025
	Božićni nakit		21.025
	"Barbarinje u Rudama"		5.000
	"Kruh Božićnjak - dragulj Hrvatske baštine" Izložba		5.000
	"Adventski prolaz"		7.000
	Prva utrka Djedova Božićnjaka		10.000
	UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA	3.852.900	3.297.946

RB	Kultura	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Floraart - međunarodna vrtna izložba / svibanj	61.500	61.500
1.2.	48. Međunarodna smotra folklora / srpanj	70.000	70.000
1.3.	Ljetne noći teatra Exit / lipanj - rujan	50.000	50.000
1.4.	Master Maroje, predstava u projektu Kazalište za Europu i svijet / kroz godinu	40.000	40.000
2.	Total Rock World, programi kroz godinu	30.000	30.000
3.	Kazališni vikendi za uzrast 1,5 - 5 godina u Maloj sceni / siječanj - svibanj i rujan - prosinac	15.000	15.000
4.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / 27.1.	25.000	25.000
5.	Fuliranje 2014. / ožujak - kolovoz	70.000	70.000
6.	Cantus ansambl / ožujak - studeni	20.000	20.000
7.	22. svečanosti Pasionske baštine / travanj	5.000	5.000

8.	5. ZG JAM - Zagreb Jazz Appreciation Month / travanj	10.000	10.000
9.	JAZZ projekti HDS-a / kroz godinu	10.000	10.000
10.	KUD Vedra Nota, Klinci s Ribnjaka - programi kroz godinu	10.000	10.000
11.	Platforma HR 2914., Prix Jardin d'Europe Labo / travanj	5.000	5.000
12.	Prijatelji mora: Crno - bijelo 60-ih, izložbe / rujan	10.000	10.000
13.	Markov sajam - Srednjevjekovni sajam starih zanata / svibanj	30.000	30.000
14.	Mali Markov sajam – Sajem učeničkih zadruga Hrvatske / svibanj	10.000	10.000
15.	Bestiarum#3 / svibanj	10.000	10.000
16.	Gastro dani - Udruženje ugostitelja Zagreba / lipanj, studeni, prosinac	80.000	80.000
17.	Mozart u vrtu / Mozart na Gornjem Gradu, koncert sa kostimiranim pjevačima i glumcima / srpanj	20.000	20.000
18.	Večeri Petrice Kerempuha na Opatovini, koncerti / lipanj-rujan	20.000	20.000
19.	AMADEO - Ljetna kazališno-glazbena scena / srpanj-rujan	82.000	81.969
20.	Medvedgradske glazbene večeri / srpanj	20.000	20.000
21.	Martin je u Zagrebu / studeni	20.000	
22.	SMRT - autoportret, međunarodna izložba umjetničkih radova / studeni	30.000	30.000
23.	Novinarski bal, Hrvatsko novinarsko društvo / travanj	10.000	10.000
24.	Međunarodni folklorni festival djece i mladih / lipanj	17.600	17.588
25.	Europska noć kazališta - NS Dubrava i Dječje kazalište Dubrava / studeni	20.000	20.000
26.	3. međunarodni seminar orkestralnog dirigiranja Lovro von Matačić / rujan	10.000	10.000
27.	Glazba susreće riječi	10.000	
28.	Noć hrvatskog filma i novih medija	30.000	30.000
29.	33. Susret hrvatskih zavičajnih književnika	1.500	1.500
30.	KIC - Joan Miro	11.000	11.000
31.	Izložba Hrvatska iz zraka	15.000	15.000
32.	Ja BiH... 5 dana Zagreba u Sarajevu	20.000	
33.	HDS - Cantus ansambl-Kanada	30.000	30.000
34.	NEPLANIRANO	70.000	
	UKUPNO KULTURA	998.600	878.556

RB	Moda	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	Fashion Week Zagreb / svibanj i listopad	60.000	60.000
2.	Dan D, međunarodna izložba i festival dizajna / lipanj i Izložba Hrvatskog dizajna / prosinac	20.000	20.000
3.	Zlatna igla Zagreba / studeni	100.000	100.000
4.	Materina priča / kroz godinu	20.000	20.000
	UKUPNO MODA	200.000	200.000

RB	Festivali	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Festival Sv. Marka - Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe / travanj-svibanj	60.000	60.000
1.2.	14. Međunarodni festival vatrometa / lipanj	60.000	60.000
1.3.	Cest is d best - Međunarodni ulični festival / lipanj	280.000	280.000
1.4.	Ljeto na Štrošu - ljetni festival na Gornjem Gradu /	250.000	250.000
1.5.	Ljetno kino Gradec / lipanj - rujan	70.000	70.000

1.6.	Večeri na Griču / lipanj - srpanj	80.000	80.000
1.7.	INmusic Festival / lipanj	350.000	350.000
1.8.	Fantastik Zagreb - film festival / lipanj - srpanj	50.000	50.000
1.9.	Festival turističkog filma / lipanj	380.000	380.000
2.	61. zagrebački festival, HDS / siječanj	20.000	20.000
3.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma / veljača	40.000	40.000
4.	Festival čokolade "Zagreb Chocofest" / veljača	20.000	20.000
5.	2nd Valentines Zagreb Salsa Festival / veljača	20.000	20.000
6.	Zagreb Wine Gourmet Weekend / veljača		
7.	Naj, naj, naj festival - Žar ptica / travanj	10.000	10.000
8.	13. Festival jednakih mogućnosti / svibanj	15.000	15.000
9.	Slatki gušti, festival slastica / svibanj	10.000	10.000
10.	Screen on the Green, film festival / svibanj - lipanj	20.000	20.000
11.	Musica maxima - festival komorne glazbe / svibanj	10.000	10.000
12.	2. Zagreb harp festival / svibanj	45.000	45.000
13.	Pink Day, 1. međunarodni festival ružičastih vina / ožujak	10.000	10.000
14.	Animirani Zagreb / lipanj	10.000	10.000
15.	Accordeon Fest in Zagreb / lipanj	20.000	20.000
16.	46. međunarodni festival kazališta lutaka - PIF / rujan	10.000	10.000
17.	Festival svjetskog kazališta - ZKM / rujan	30.000	30.000
18.	7. ZeGeVege festival održivog življenja / rujan	5.000	5.000
19.	6. međunarodni festival dokumentarne fotografije Organ vida / rujan	10.000	10.000
20.	Festival svjetske književnosti / rujan	5.000	5.000
21.	Zagreb world music festival Nebo / listopad	10.000	10.000
22.	12. Zagreb film festival / listopad	50.000	50.000
23.	10. međunarodni festival novog cirkusa / studeni	20.000	20.000
24.	Hrvatski festival hrane i vina / studeni	15.600	15.592
25.	5. Zagreb Brass Festival / listopad	10.000	10.000
26.	Chansonfest / studeni	10.000	10.000
27.	Zagreb Tango Festival / prosinac	10.000	10.000
28.	Međunarodni festival folklora Zagreb-Velika Gorica / srpanj	15.000	15.000
29.	Urban festival / listopad	10.000	10.000
30.	8. međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT / listopad	15.000	
31.	3. festival Miroslav Krleža	15.000	15.000
32.	Zagreb Guitar Festival	10.000	
33.	Festival suvremene zborske glazbe	15.000	15.000
34.	Festival Improsekcije	10.000	10.000
35.	NEPLANIRANO	100.000	
	UKUPNO FESTIVALI	2.205.600	2.080.592

RB	Suradnja s TZ	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	TZG Slavonskog Broda - Dani Slavonskog Broda u Zagrebu / svibanj	5.000	5.000
2.	TZG Čakovca - Porcijunkulovo / srpanj i Međimurski fašnik / veljača	10.000	10.000
3.	TZG Koprivnice - Markov sajam u Zagrebu i predstavljanje manifestacija u Zagrebu / svibanj-rujan	40.000	40.000
4.	TZG Lepoglave - predstavljanje 18. međunarodnog festivala čipke i kulturno turističke ponude Lepoglave / kolovoz	10.000	10.000
5.	TZG Hrv. Kostajnice - Međunarodna Una regata / srpanj,	10.000	10.000

	Unske noći kolovoz i Kestenijada listopad		
6.	TZG Nove Gradiške - Presentacija turističke ponude N. Gradiške / rujan	10.000	10.000
7.	TZG Županje - Programske aktivnosti tijekom godine te predstavljanje manifestacija	10.000	10.000
8.	TZO Topusko - Zlatna pčela, dani meda / veljača	5.000	5.000
9.	TZG Kutine - promidžba biciklizma i prezentacija Dana planeta Zemlje na biciklu u Moslavini	5.000	5.000
	UKUPNO SURADNJA S TZ	105.000	105.000

RB	Suradnja s udrugama	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	Dan obrtničke komore Zagreb / ožujak	10.000	10.000
2.	Udruga Plemićka mladež - Jelačić bal / lipanj	5.000	5.000
3.	Udruga Eko-etno selo Stara Kapela, Kako su se igrali naši stari - seoska olimpijada / svibanj	5.000	5.000
4.	Udruženje kuhara Zagreba - Medeno srce Zagreba	5.000	5.000
5.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac	5.000	
6.	Gradska četvrt Sesvete - Kulturna i turistička ponuda kroz razne manifestacije u Sesvetama / kroz godinu	100.000	100.000
7.	Veteranski košarkaški klub Zagreb	63.700	63.700
8.	Udruga svijet tišine	10.000	10.000
9.	Udruga slastičara Hrv.- Izrada najduže rolade na svijetu	10.000	10.000
10.	Društvo turističkih vodiča Zagreba	10.000	10.000
11.	Predstava "NEČASTIVE" - SAD, Udruga Domino	15.000	15.000
12.	Falkuša u Norveškoj - Ars Halieutica	10.000	10.000
13.	Vinoljupci - susret vinara i vinoljubaca	2.500	2.500
14.	NEPLANIRANO	50.000	
	UKUPNO SURADNJA S UDRUGAMA	301.200	246.200

RB	Suradnja s KUD-ovima	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	11. prigorski dan u KD Vatroslav Lisinski - Udruga Prigorski dan / ožujak	10.000	10.000
2.	Gračanski fašnik, Udruga Falaček Prigorja / ožujak	5.000	5.000
3.	FIS Remetski muzikaši i puce - Fašnik u Remetama / ožujak, Ljeto u Remetama, Blagdan MB Remetske / kolovoz, Susreti naroda i kultura / ljeto	40.000	40.000
4.	10. Susedgradske jeseni / listopad	10.000	10.000
5.	Jurjevski običaji na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje / travanj	10.000	10.000
	UKUPNO SURADNJA S KUD-ovima	75.000	75.000

RB	Donacije u kulturi	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	Zagrebačke mažoretkinje	35.000	35.000
2.	Lado	80.000	80.000
3.	MUO	35.000	35.000
4.	MGZ	35.000	35.000
5.	Muzej Dražen Petrović	20.000	20.000
6.	Park prirode Medvednica	35.000	35.000
7.	Etnografski muzej	35.000	35.000
8.	Klovićevi dvori	35.000	35.000
9.	MSU	35.000	35.000
10.	ZOO grada Zagreba	15.000	15.000

11.	Muzej prekinutih veza	35.000	35.000
12.	Muzej automobila Ferdinand Budicki	35.000	35.000
13.	Umjetnički paviljon	80.000	80.000
14.	Hrvatski prirodoslovni muzej	15.000	15.000
15.	Javna ustanova Maksimir	30.000	30.000
16.	Botanički vrt - PMF	35.000	35.000
17.	NEPLANIRANO	100.000	15.000
	60. obljetnica osnivanja Muzeja suvremene umjetnosti		15.000
	UKUPNO DONACIJE	690.000	605.000
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	19.388.100	17.472.530

PRILOG 5. POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	Proslava Majčinog dana na Zrinjercu / svibanj	12.000	12.000
2.	Uskrsne pisanice na Kaptolu	40.000	39.979
3.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
3.1.	Promenadni koncerti na Zrinjercu / travanj - rujan	320.000	305.197
3.2.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti / travanj-rujan	380.000	366.048
3.3.	Tajne Griča - Noćna gornjogradska interaktivna tura / travanj - rujan	420.000	420.000
3.4.	Red Srebrnog zmaja - Projekt oživljavanja Gornjeg grada srednjovjekovnim vitezovima / travanj - rujan	40.000	40.000
3.5.	Gornjogradske glazbene vedute - Nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe vikendom / travanj - rujan	110.000	110.000
3.6.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije	650.000	650.000
3.7.	Vergl na zagrebačkim ulicama / kroz godinu	30.000	30.000
3.8.	Gornjogradska likovna kolonija / svibanj - rujan	150.000	133.188
3.9.	Folklorna ljetna scena za turiste		
	HSPD Podgorac	13.000	13.000
	HKUD Prigorec Markuševac	13.000	13.000
	FA Turopolje	13.000	13.000
	KUD Valentinovo	13.000	13.000
	FA Vrapčanci	13.000	13.000
	KUD Prepuštovec	13.000	13.000
	FIS Remetski muzikaši i puce	13.000	13.000
	KUD Frankopan – Remete	13.000	13.000
	KUD Okička trešnja	13.000	13.000
	KUD Bukovac	13.000	13.000
	KUD Ruža Prigorja	13.000	13.000
	FA SKUD-a Ivan Goran Kovačić	13.000	13.000
	KUD Stenjevec	13.000	13.000
	HKUD Bosiljak	13.000	13.000
	KUD Orač	13.000	13.000
	KUD Klas Podsused	13.000	13.000
	KPD Sveta Klara	13.000	13.000
	KUD Sv. Ana	13.000	13.000
	FA Zagreb-Markovac	13.000	13.000
3.10.	Ansambli salonske glazbe Strauss - Promenadni koncerti u Maksimiru / nedjeljom travanj - rujan	140.000	140.000
3.11.	Zrinjevačke plesne večeri petkom / lipanj - rujan	200.000	200.000
3.12.	Tkalčijana - ulica glazbe i zabave / lipanj - rujan	250.000	250.000
3.13.	Kumice s Dolca - Ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / travanj - listopad	35.000	34.276
3.14.	Ljeto u Maksimiru / srpanj - kolovoz	80.000	80.000

3.15.	Vremeplov 2014. - Facepainting, oslikavanje lica	10.000	10.000
4.	Koncerti u Zagrebačkim crkvama - brošura	11.000	11.000
4.1.	Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan	30.000	30.000
4.2.	Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / kroz godinu	30.000	30.000
4.3.	Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / kroz godinu	30.000	30.000
4.4.	Koncertna sezona ansambla Duo de novo	15.000	15.000
5.	Puhački orkestar ZET-a na Vremeplovu	120.000	119.118
6.	Dvorišta Gornjeg Grada, otvaranje dvorišta i vrtova / ljeto	140.000	140.000
7.	Novogodišnji koncert folklornih društava za turiste u GK Komedija / siječanj	65.000	13.664
8.	Uskrsni koncert folklornih društava za turiste GK Komedija / travanj	62.600	62.513
9.	Dan grada Zagreba - Posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada za Zagrepčane i turiste / svibanj	25.000	24.952
10.	Svjetski dan turizma - Završna priredba na Zrinjercu / rujan	20.000	17.718
11.	NEPLANIRANO	100.000	
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ	3.762.600	3.561.653

PRILOG 6. VOLIM ZAGREB

RB	Volim Zagreb	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	O.Š Nad lipom, škola s posebnim potrebama - Uređenje školskog vrta / kroz godinu	7.000	7.000
2.	KUD Frankopan Remete - Projekt „Budi svoj“, očuvanje tradicije i kulturne baštine Podsljemena / kroz godinu i Dani kruha / rujan	30.000	30.000
3.	HSPD Sljeme, Šestine - Tradicijske vještine / kroz godinu	15.000	15.000
4.	ŠRU Bukovac – Ekološko-edukativni programi u Školi u prirodi u Parku prirode Maksimir / ožujak - rujan i Zaštita i očuvanje podsljemenskih potoka / kroz godinu	30.000	30.000
5.	Gradski ured za obrazovanje – Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće / svibanj	10.400	10.304
6.	Proizvodi hrvatskog sela - Sajamska priredba hrvatskih proizvoda / ožujak - travanj	10.000	10.000
7.	PU Zagrebačka - Dan ljubaznosti u prometu / svibanj	12.100	12.020
8.	Hrvatski farmer - Eko etno tour i Eko etno trade show / travanj	10.000	10.000
9.	Dan kravate - Projekt prezentiranja kravate kao nacionalne baštine na ulicama i trgovima Zagreba / listopad	25.000	25.000
10.	4. tjedan botaničkih vrtova i arboretuma Hrvatske / svibanj	10.000	10.000
11.	Zagrebačkim ulicama, Eno - gastro Opatovina	10.000	10.000
12.	Udruga za zaštitu okoliša EKO-2000 - Projekt "Vratimo Podsused na izletničku kartu Zagreba - Podsusedske svečanosti / rujan-studen	10.000	10.000
13.	Jesen u Planini / listopad	5.000	5.000
14.	Lovačka udruga Lasica - Poučna staza Dubravkin put i Čišćenje planinarskih staza Medvednice / kroz godinu; Dan Medvednice / svibanj	15.000	15.000
15.	HTZ – Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj-svibanj	18.600	18.532
17.	ArtEnerg: kreativne vizije prirode i tehnologije / lipanj 2013.- lipanj 2014.	10.000	10.000
18.	Projekt Razvrstaj i svrstaj - pokreni se! / kroz godinu	10.000	10.000
	UKUPNO VOLIM ZAGREB	238.100	237.856

**PRILOG 7. OGLAŠAVANJE
OGLAŠAVANJE TURIZAM**

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	ABTA, ASTA Magazine	godišnji katalog	UK	25.000	19.295
2.	BUS & HOTEL Report + Reise Aktuell	revija	turoperatori i putničke agencije u Njemačkoj	75.000	74.230
3.	Iće i piće	revija	Hrvatska	30.000	30.000
4.	In Your Pocket	vodič+karta+internet	posjetitelji u Zagrebu	50.000	50.000
5.	Jutarnji list	dnevne novine	Hrvatska	10.000	10.000
6.	Kleine Zeitung	dnevne novine	Austrija	50.000	50.399
7.	Restaurant & Hotel	revija	Hrvatska	20.000	19.928
8.	Svijet u čaši	revija+enogastromobil	Hrvatska	40.000	35.000
9.	UT magazin + City break	revija	Hrvatska	85.000	30.800
10.	UHPA	godišnji katalog	inozemstvo	8.000	7.500
11.	Zagreb moj grad	mjesečnik	Hrvatska	40.000	48.750
12.	Turizam Srbija	mjesečnik	Srbija	5.500	5.134
13.	Meridijani	mjesečnik	Hrvatska	11.000	10.125
14.	JAX FAX Travel Marketing	mjesečnik	SAD	26.000	25.706
15.	TIP/Profi Reisen	mjesečnik	Austrija	16.000	12.961
16.	Horizont	mjesečnik	Slovenija	10.000	7.711
17.	Way to Croatia	revija	Hrvatska	10.000	
18.	Esplanade Magazine	mjesečnik	Hrvatska	25.000	25.000
19.	Oglas u posebnom izdanju Večernjeg lista - Putovanja	prilog dnevnih novina	Hrvatska	15.000	14.063
20.	Oglas u Slobodnoj Dalmaciji	prilog dnevnih novina	Hrvatska	15.000	15.938
21.	Oglas Tip Travel	on-line magazin	Hrvatska/svijet	20.000	20.000
22.	Omnibusrevue	stručni časopis	Austrija, Njemačka, Švicarska	9.500	9.228
23.	Potovanja v dvoje	revija	Slovenija	7.500	7.500
24.	Select Traveller	revija	Velika Britanija	15.500	17.001
25.	Rail Europe Connexion	godišnji katalog	Australija, Novi Zeland Južna Koreja, Japan, Indija, Tajvan, Brazil, Kina, UAE	60.000	
26.	Neodoljiva Hrvatska	katalog	Hrvatska, veleposlanstva RH u svijetu	6.500	6.230
27.	Prometna bojanka za djecu	katalog	Hrvatska	7.500	7.488
28.	CHT Magazin	stručni časopis	Hrvatska-zdravstveni turizam	5.000	5.000

29.	Film Art and Tourism	stručni časopis	Europa-filmski festival	14.500	14.262
30.	Hrvaška 2014.	prilog dnevnih novina	Slovenija	6.400	6.184
31.	Putovanje za dvoje	revija	Hrvatska	10.000	9.984
32.	www.dnevnik.si	prilog dnevnih novina i on line portal	Slovenija	8.500	8.292
33.	Magazin "Hrvatska-tako lijepa, tako blizu"	revija	Slovenija	9.000	8.901
34.	Insight Design Guide	vodič	Hrvatska	15.000	15.000
35.	Time Out Croatia Visitors	revija	posjetitelji u Hrvatskoj	8.000	7.670
36.	Slovenian Traveller	revija	Slovenija	5.000	4.660
37.	Tur. vodič Hrvatske	vodič	Hrvatska, svijet	3.000	2.800
38.	Holland Herald edit. 7	inflight magazin	Nizozemska/ letovi KLM-a	18.600	18.574
39.	Orizzonti Travel	revija	Italija	7.000	6.829
40.	JET SET magazin	revija	Hrvatska	7.000	7.000
41.	Together	revija	Belgija	10.000	10.242
42.	NEPLANIRANO			40.000	19.639
	QIBWF booklet				11.177
	Selling Travel				8.462
	UKUPNO			860.000	705.023

OGLAŠAVANJE U KONGRESNO-INCENTIVE PUBLIKACIJAMA

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2014.	Ostvareno 2014
1.	Croatian Convention & Incentive Magazine	stručni časopis	HTZ svijet	22.500	45.000
2.	Incentives & Meetings International Workbook	godišnji katalog	EU, SAD, Kanada, Azija	22.600	22.579
3.	Meeting e Congressi	stručni časopis	Italija	8.000	27.093
5.	Kongres Magazine	stručni časopis	Slovenija, regija	20.000	15.591
6.	Meedex PRO	stručni časopis	Francuska	45.000	22.365
7.	IMEX Frankfurt Catal.	burz. katalog	IMEX Frankfurt	7.000	6.903
8.	EIBTM Show Diary	burz. katalog	online	10.000	10.239
9.	Meetin Magazine	stručni časopis	Španjolska	20.000	15.460
10.	ICJ Journal / MICE magazin	stručni časopis	Njemačka	23.000	23.220
11.	Biz direkt	stručni časopis	Hrvatska	11.000	14.950
12.	Poslovni dnevnik	stručni časopis	Hrvatska	27.000	26.625
13.	MPI online buyer's guide		online	3.400	3.382
15.	Poslovni turizam		online	15.000	15.000
16.	MIM Europe Magazin	stručni časopis	Velika Britanija	23.000	23.002
17.	Liječničke Novine	stručni časopis	Hrvatska	13.300	13.244
18.	Cat publication	On line	Velika Britanija	70.000	69.300
20.	Conventa katalog	katalog		3.200	3.528
21.	Neplanirano			90.000	23.293
	Poslovni savjetnik	časopis			8.688
	Conf. & Meeting World				14.605
	UKUPNO			434.000	380.772

PRILOG 8. BROŠURE I SUVENIRI**BROŠURE**

RB	Naziv	Plan 2014.	Ostvareno 2014.
1.	Brošura – Sve boje grada	420.000	417.613
2.	Brošura – Korak po korak	320.000	316.050
3.	Brošura – Zagrebačka okolica	330.000	323.413
4.	CD Zagreb	750.000	750.000
5.	DVD Zagreb turistički	200.000	171.643
6.	Monografije	5.000	2.992
7.	Image brošura	51.000	71.025
8.	PROGRAM PRIREDBI/INFO	350.000	342.625
9.	Plan grada – letak	420.000	316.500
10.	Brošura Gornji grad	30.000	30.000
11.	Razgledi grada	25.000	24.313
12.	Letak „Smjena straže“	9.000	8.425
13.	Promo press CD	20.000	4.150
14.	Kongresna brošura dopuna i tisak	20.000	17.100
15.	Kongresna aplikacija	7.000	6.667
16.	Kongresni DVD - umnožavanje	10.000	
17.	Letak - Židovi u Zagreb	5.000	4.850
18.	Time Out Croatia Visitors Guide 2013.	4.000	3.390
19.	ZG Gay vodič	10.000	
20.	Brošura vjenčanja	50.000	27.500
21.	Plakati Zagreb	3.000	2.243
22.	Letak Advent Zagreb	20.000	8.965
23.	Karta Advent Zagreb	20.000	18.750
21.	NEPLANIRANO	50.000	3.585
	UKUPNO	3.129.000	2.871.796

SUVENIRI

RB	Naziv	Plan 2014.	Ostvareno 2014.
1.	Kalendari trakasti	84.000	83.125
2.	Kemijske olovke - razne	100.000	29.930
3.	Knjiga – razno	10.000	1.500
4.	Licitarska srca	600.000	455.625
5.	Magneti	120.000	104.119
6.	Majice sa dotiskom	100.000	69.988
7.	Mape – press	15.000	9.810
8.	Novčanici - škrlaček	70.000	69.863
9.	Privjesci - licitar	70.000	69.063
10.	Rokovnici	25.000	14.901
11.	Vrećice - papirnate male	25.000	24.245
12.	Vrećice - papirnate A4	55.000	53.375
13.	Vrećice - EKO	100.000	96.530
14.	Vezice za mobitel	55.000	54.675
15.	Podlošci za miša	40.000	39.375
16.	Označivač knjiga	60.000	59.956
17.	USB stick	155.000	154.639
18.	Džepni planer	20.000	11.563
19.	Stolni kalendar	15.000	9.375
20.	VIP kutije	42.000	41.500
21.	Kapa šilt papirnata	13.000	12.675
22.	Kapa šilt	90.000	88.413
22.	Adventska kugla	50.000	58.300
24.	Adventski čaj	10.000	
25.	Adventska šalica	50.000	21.340
26.	Adventska čaša-papirnata	20.000	39.590
27.	NEPLANIRANO	50.000	8.893
	Šalice ZAGREB BE THERE		8.893
	UKUPNO	2.044.000	1.682.366

**PRILOG 9.- ANALIZA POSJEĆENOSTI STRANICA WWW.ZAGREB-TOURISTINFO.HR I
WWW.ZAGREB-CONVENTION.HR**

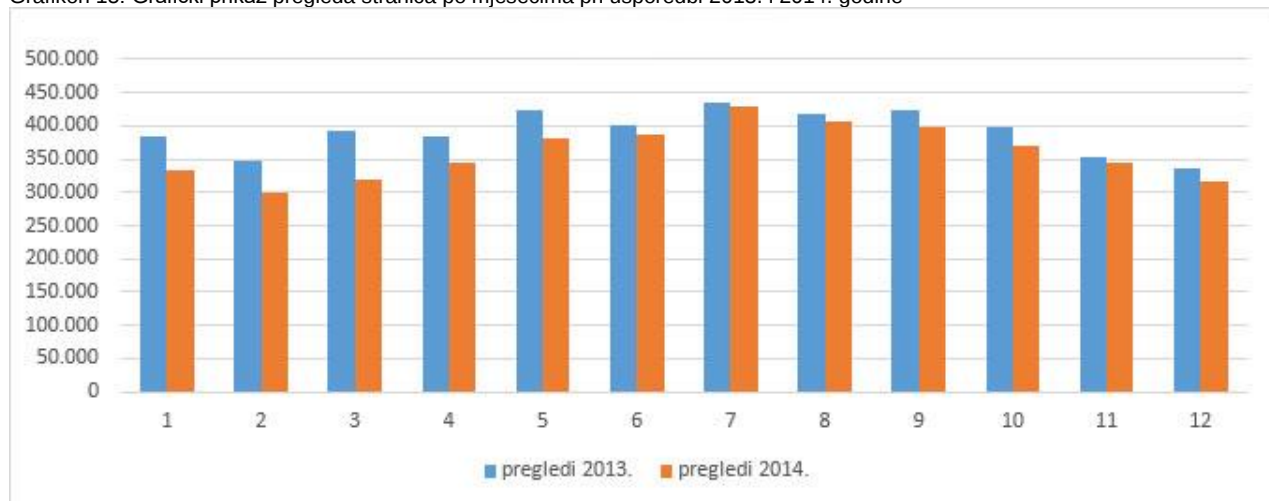
1. Statistika pregleda stranica internetske stranice www.zagreb-touristinfo.hr

Usporedba pregleda stranica po mjesecima u 2013. i 2014. godini

Mjesec	pregledi 2013.	pregledi 2014.
Siječanj	383.544	332.915
Veljača	346.786	298.442
Ožujak	391.233	319.847
Travanj	384.994	343.538
Svibanj	422.980	380.761
Lipanj	400.772	385.697
Srpanj	435.600	430.052
Kolovoz	418.995	407.211
Rujan	424.418	397.016
Listopad	399.304	370.621
Studen	354.313	345.543
Prosinac	335.578	317.475

Tablični prikaz upućuje da je došlo do blagog pada broja pregleda stranica tijekom svih mjeseci 2014. u odnosu na 2013. godinu, a to vizualizira i graf u nastavku. Najveća razlika vidljiva je u ožujku.

Grafikon 15. Grafički prikaz pregleda stranica po mjesecima pri usporedbi 2013. i 2014. godine

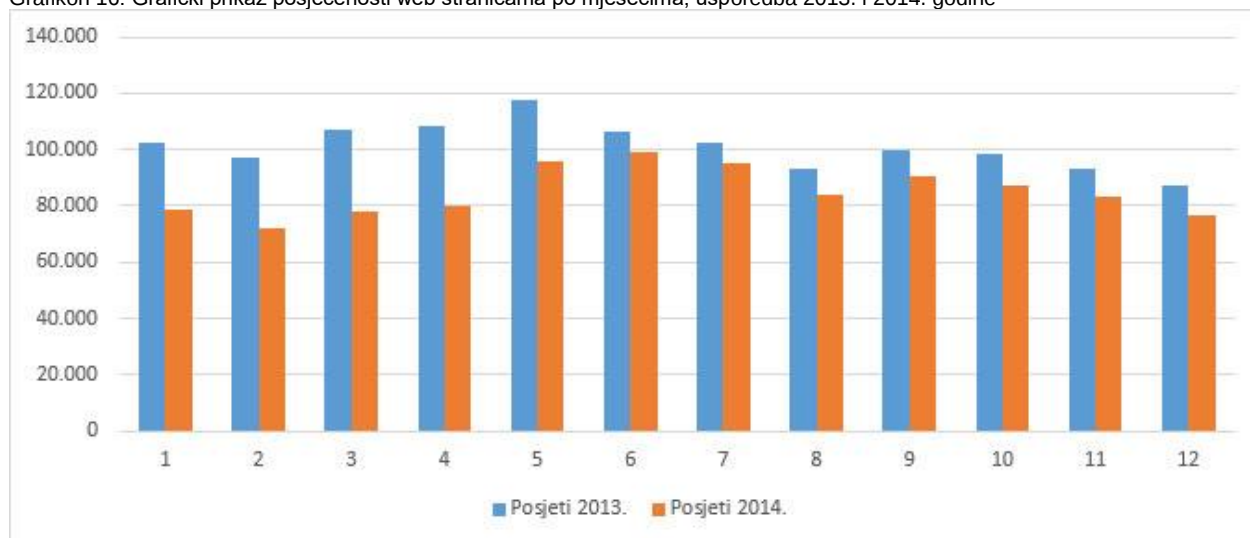


Usporedba broja posjeta web stranice po mjesecima 2014. u odnosu na 2013. godinu

Mjesec	Posjeti 2013.	Posjeti 2014.
Siječanj	102.588	78.602
Veljača	97.367	72.034
Ožujak	107.079	77.693
Travanj	108.704	79.919
Svibanj	117.527	95.537
Lipanj	106.339	99.086
Srpanj	102.771	95.207
Kolovoz	93.369	84.150
Rujan	100.126	90.503
Listopad	98.241	87.211
Studen	93.339	83.424
Prosinac	87.316	76.562

Tablica nam daje brojčani prikaz posjeta učinjenih po mjesecima i kazuje da je u 2014. godini posjećenost web stranica bila manja u usporedbi s 2013. godinom. Najintenzivnija posjećenost zabilježena je u svibnju i lipnju 2014. godine. Tablični prikaz popraćen je grafom broj 2.

Grafikon 16. Grafički prikaz posjećenosti web stranicama po mjesecima; usporedba 2013. i 2014. godine

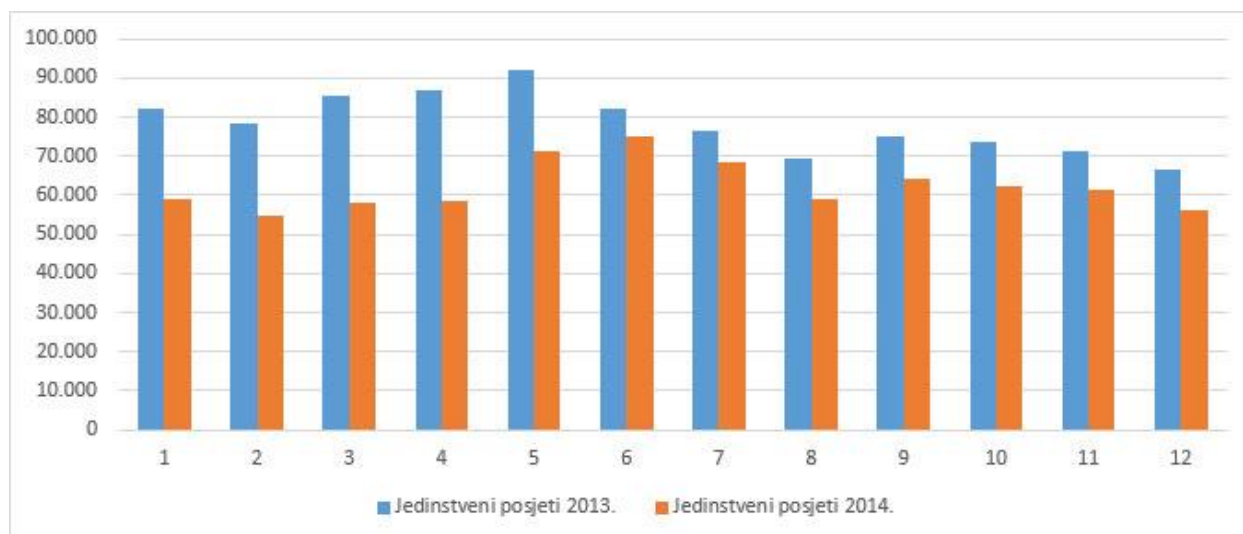


Usporedba 2013. i 2014. godine: Broj jedinstvenih posjeta po mjesecima u godinama koje se uspoređuju

Mjesec	Jedinstveni posjeti 2013.	Jedinstveni posjeti 2014.
Siječanj	81.948	59.160
Veljača	78.293	54.900
Ožujak	85.434	57.929
Travanj	86.725	58.648
Svibanj	92.232	71.242
Lipanj	81.993	75.176
Srpanj	76.491	68.242
Kolovoz	69.254	59.208
Rujan	75.024	64.412
Listopad	73.759	62.478
Studen	71.449	61.315
Prosinac	66.661	56.272

Tablica daje prikaz broja jedinstvenih posjeta pri usporedbi 2013. i 2014. godine. I ova usporedba daje jasnu sliku da je broj jedinstvenih posjeta u blagom padu u odnosu na 2013. godinu, posebno u prvih pet mjeseci 2014. Grafički prikaz objašnjenog daje se u nastavku.

Graf 3.: Grafički prikaz broja jedinstvenih posjeta po mjesecima; usporedba 2013. i 2014. godine



Google Analytics pokazuje da je u 2014. godini web stranicu www.zagreb-touristinfo.hr posjetilo ukupno 1.019.928 posjetitelja koji su pregledali 4.329.118 stranica.

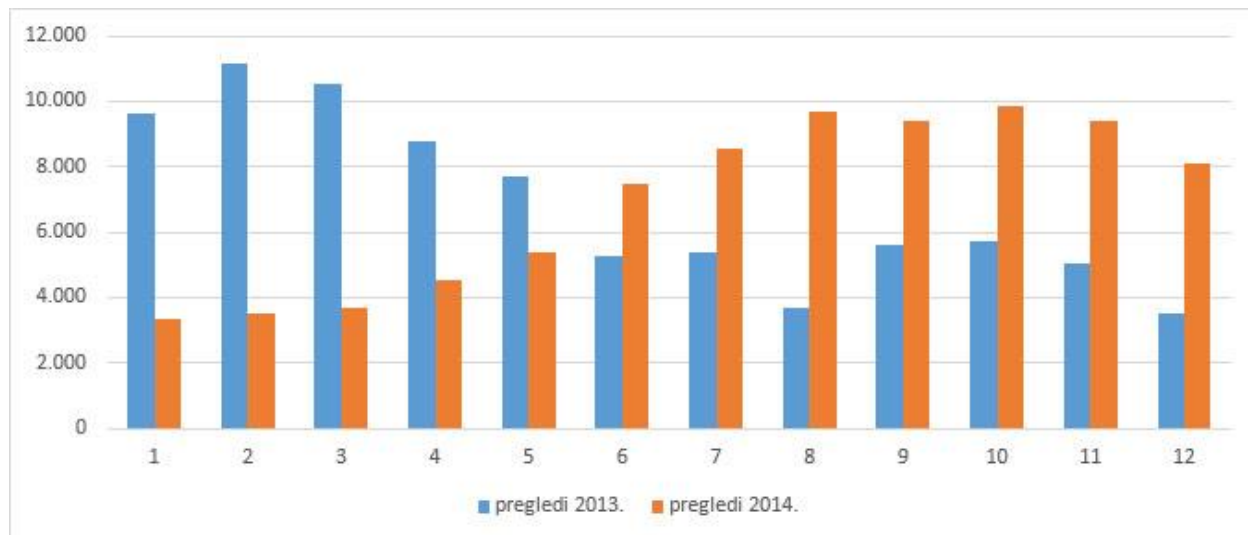
2. Statistika posjeta internetske stranice www.zagreb-convention.hr za 2014. godinu

Usporedba pregleda stranica po mjesecima u 2013. i 2014. godini

Mjesec	pregledi 2013.	pregledi 2014.
Siječanj	9.622	3.337
Veljača	11.163	3.522
Ožujak	10.528	3.660
Travanj	8.785	4.524
Svibanj	7.733	5.362
Lipanj	5.261	7.469
Srpanj	5.404	8.542
Kolovoz	3.696	9.688
Rujan	5.598	9.403
Listopad	5.748	9.868
Studen	5.045	9.428
Prosinac	3.498	8.097

Tablica pokazuje da je broj pregleda stranica prva tri mjeseca značajno podbacio u odnosu na 2013. godinu dok je od četvrtog mjeseca vidljiv oporavak i konstantni rast. Tada se u lipnju događa i porast u odnosu na 2013. godinu koji traje sve do kraja 2014. godine, što prikazuje i graf u nastavku.

Grafikon 17. Grafički prikaz pregleda stranica po mjesecima pri usporedbi 2013. i 2014. godine

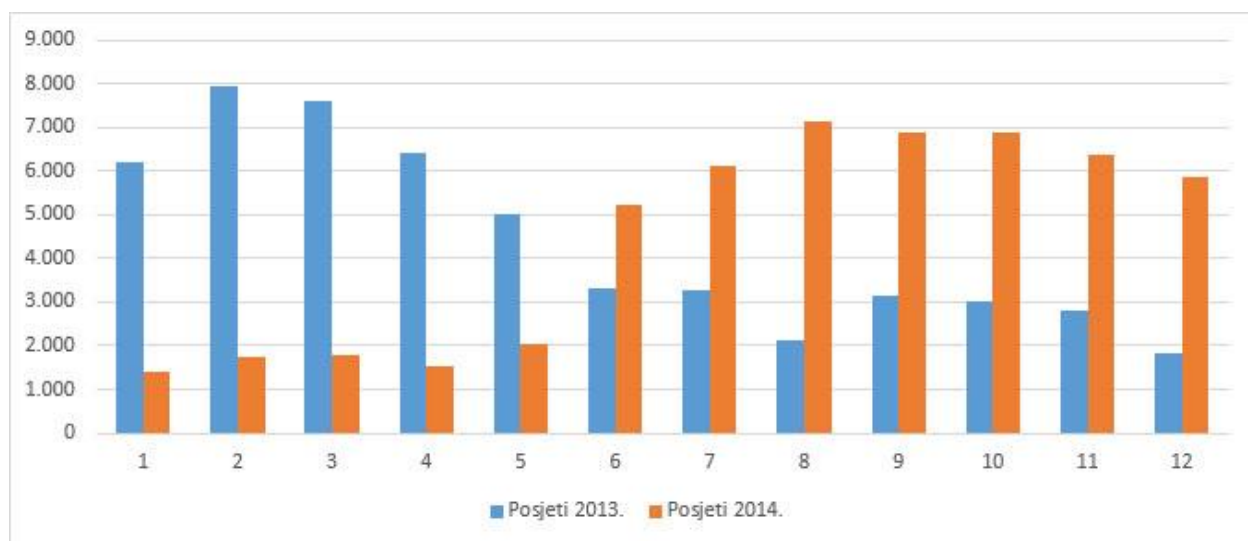


Usporedba ukupnog broja posjeta web stranice po mjesecima 2014. u odnosu na 2013. godinu

Mjesec	Posjeti 2013.	Posjeti 2014.
Siječanj	6.195	1.385
Veljača	7.956	1.742
Ožujak	7.613	1.788
Travanj	6.427	1.545
Svibanj	5.019	2.057
Lipanj	3.329	5.213
Srpanj	3.291	6.128
Kolovoz	2.127	7.154
Rujan	3.156	6.865
Listopad	3.012	6.864
Studen	2.803	6.361
Prosinac	1.812	5.872

Tablica daje prikaz ukupnog broja posjeta po mjesecima cjelokupne 2014. godine u odnosu na 2013. godinu. Vidljiv je pad broja posjeta u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu i to kroz prvih pet mjeseci, dok se nadalje bilježi značajan rast sve do kraja 2014. godine. Grafički prikaz slijedi u nastavku.

Grafikon 18. Grafički prikaz ukupnog broja posjeta po mjesecima; usporedba 2013. i 2014. godine

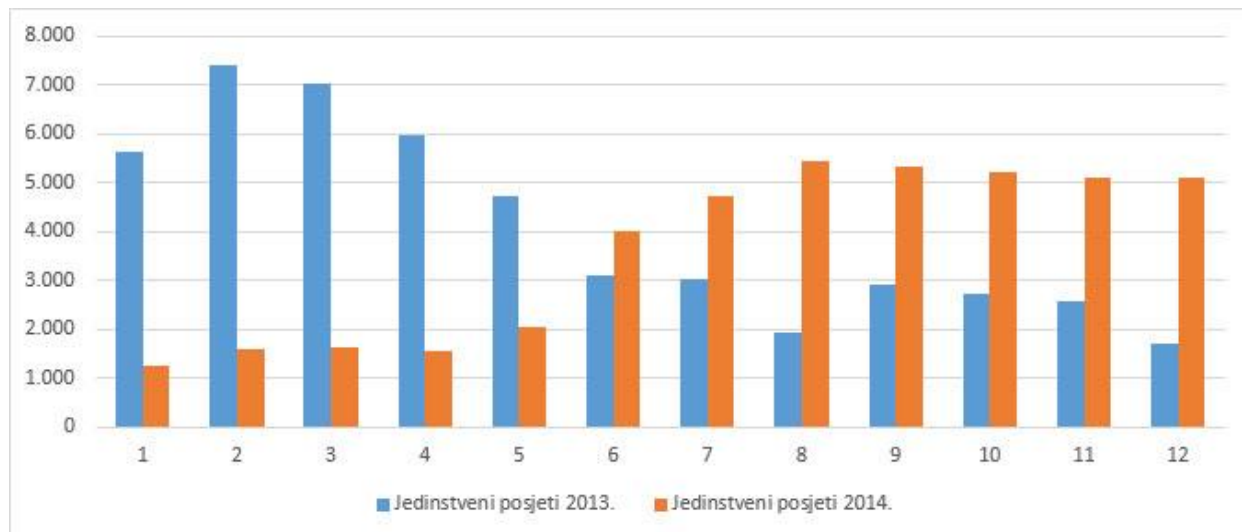


Usporedba 2013. i 2014. godine: Broj jedinstvenih posjeta po mjesecima u godinama koje se uspoređuju

Mjesec	Jedinstveni posjeti 2013.	Jedinstveni posjeti 2014.
Siječanj	5.637	1.265
Veljača	7.402	1.606
Ožujak	7.018	1.622
Travanj	5.960	1.568
Svibanj	4.703	2.035
Lipanj	3.102	3.988
Srpanj	3.018	4.724
Kolovoz	1.940	5.443
Rujan	2.921	5.307
Listopad	2.716	5.231
Studen	2.585	5.104
Prosinac	1.683	5.111

Tablica pokazuje značajan pad jedinstvenih posjeta u 2014. godini i to u prvih pet mjeseci dok je u drugoj polovici godine vidljiv značajan rast jedinstvenih posjeta. Grafički prikaz slijedi u nastavku.

Graf 19.: Grafički prikaz broja jedinstvenih posjeta po mjesecima pri usporedbi 2013. i 2014. godine



Google Analytics pokazuje da je u 2014. godini web stranicu www.zagreb-convention.hr posjetilo ukupno 52.974 posjetitelja koji su pregledali 82.900 stranica.

PRILOG 10. SAJMOVI I PREZENTACIJE
SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ

RB	Grad	Sajam	Datum		TZGZ m2	Plan 2014.	Ostvareno 2014.
AZERBAJDŽAN							
1.	Baku	AITF	3.-5.4.		9	70.000	69.618
BUGARSKA							
2.	Sofija	International Tourism Exhibition	14.-16.2.		12	47.000	46.326
BRAZIL							
3.	Sao Paolo	WTM Latin America	23.-25.4.		9	90.000	88.035
HRVATSKA							
4.	Zagreb	Place2go	ožujak			25.000	24.058
5.	Split	Interstas	studen		12	20.000	17.242
INDIJA							
6.	New Delhi	SATTE	29.-31.1.		12	75.100	75.094
7.	Mumbai	SATTE	3.-4.2.		12	71.000	70.507
ITALIJA							
8.	Rimini	TTG Incontri	9.-11.10.		12	50.000	54.666
IZRAEL							
9.	Tel Aviv	IMTM	11.-12.2.		9	73.900	73.833
KANADA							
10.	Toronto	Toronto's Ultimate Travel Show	25.-26.1.		9	55.000	54.755
KAZAHSTAN							
11.	Almaty	KITF	23.-25.4.		4	37.000	36.019
KINA							
12.	Shanghai	WTF	8.5.-11.5.		12	70.000	69.226
13.	Hong Kong	ITE	12.-15.6.		9	65.000	64.129
NJEMAČKA							
14.	Koln	RDA	15.-17.7.		12	44.000	43.757
RUMUNJSKA							
15.	Bukurešt	Romanian Tourism Fair	13.-16.3.		12	51.000	50.646
SAD							
16.	Los Angeles	Times Travel Show	17.-19.1.		9	53.000	52.696
17.	New York	Times Travel Show	28.2.-2.3.		9	57.000	56.920
ŠPANJOLSKA							
18.	Barcelona	SITC	4.-6.4.		6	37.000	36.166
SINGAPUR							
19.	Singapore	ITB Asia	listopad		9	90.000	106.750
TAJVAN							
20.	Taipei	ITF Taipei	7.-10.11.		12	80.000	73.429
UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI							
21.	Dubai	ATM	5.-8.5.		12	110.000	109.829

VELIKA BRITANIJA							
22.	London	City Fair	16.6.		6	24.000	25.369
23.	NEPLANIRANO					40.000	
	UKUPNO					1.335.000	1.299.071

NASTUPI S HTZ-om

RB	Grad	Sajam	Datum	HTZ m2	TZGZ m2	Plan 2014.	Ostvareno 2014.
AUSTRIJA							
1.	Beč	Ferienmesse	16.-19.1.		6	42.000	41.649
BELGIJA							
2.	Bruxelles	Vacances	6.-10.2.	60	6	34.000	33.047
FRANCUSKA							
3.	Paris	MAP	20.-23.3.	60	6	51.000	50.675
ITALIJA							
4.	Milano	BIT	13.-15.2.	120	6	35.000	35.349
JAPAN							
5.	Tokyo	JATA	rujan	20	6	70.000	44.712
KINA							
6.	Peking	COTTM	9.-11.4.		6	68.000	67.985
KOREJA							
7.	Seoul	KOTFA	29.5.-1.6.	24	6	70.000	32.942
MAĐARSKA							
8.	Budapest	UTAZAS	28.2.-3.3.	80	6	42.000	42.056
NJEMAČKA							
9.	Munchen	f.r.e.e.	19.-23.2.		6	45.000	45.067
10.	Berlin	ITB	5.-9.3.	70	6	60.000	59.208
RUSIJA							
11.	Moskva	MITT	19.-22.3.	120	6	76.000	75.872
SKANDINAVIJA							
12.	Helsinki – FIN	MATKA	16.-19.1.	35	6	34.000	33.813
SLOVENIJA							
13.	Ljubljana	Alpe Adria	29.1.-1.2.	80	6	25.000	24.677
SRBIJA							
14.	Beograd	IFT	27.2.-2.3.	80	6	25.000	24.794
ŠPANJOLSKA							
15.	Madrid	FITUR	22.-26.1.	80	5	45.000	44.808
		ŠVICARSKA					
16.	Zurich	FESPO	30.1.-1.2.	20	6	45.000	44.540
TURSKA							
17.	Istanbul	EMITT	30.1.-2.2.		6	58.000	56.049
VELIKA BRITANIJA							
18.	London	WTM	3.-7.11.	150	6	90.000	101.911
	UKUPNO NASTUPI S HTZ-om					915.000	859.152
	UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ + NASTUPI S HTZ-om					2.250.000	2.158.223

PRIOLOG 11. REZULTATI ANKETIRANJA TURISTIČKIH GRUPA NA KAPTOLU

	TRAVANJ-LISTOPAD 2014.			TRAVANJ-LISTOPAD 2013.		
	GRUPE			GRUPE		
Mjesec	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
TRAVANJ	19	191	210	74	219	293
SVIBANJ	103	382	485	99	378	477
LIPANJ	34	340	374	54	380	434
SRPANJ	3	409	412	8	355	363
KOLOVOZ	1	373	374	5	394	399
RUJAN	16	390	406	41	417	458
LISTOPAD	32	170	202	65	240	305
UKUPNO	208	2255	2463	341	2383	2724

	TRAVANJ-LISTOPAD 2014.			TRAVANJ-LISTOPAD 2013.		
	DOLASCI			DOLASCI		
Mjesec	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
TRAVANJ	851	6211	7062	3951	7617	11568
SVIBANJ	4883	12357	17240	4661	12616	17277
LIPANJ	1445	10773	12218	2470	12394	14864
SRPANJ	58	12692	12750	318	11993	12311
KOLOVOZ	30	11687	11717	182	13397	13579
RUJAN	792	12316	13108	2059	14546	16605
LISTOPAD	1442	5432	6874	3081	8290	11371
UKUPNO	9501	71468	80969	16722	80853	97575

	TRAVANJ-LISTOPAD 2014.			TRAVANJ-LISTOPAD 2013.		
	NOĆENJA			NOĆENJA		
Mjesec	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
TRAVANJ	0	3523	3523	0	3972	3972
SVIBANJ	50	7655	7705	0	8160	8160
LIPANJ	0	6894	6894	0	7450	7450
SRPANJ	9	9409	9418	0	7982	7982
KOLOVOZ	0	9547	9547	0	9448	9448
RUJAN	0	9084	9084	0	9110	9110
LISTOPAD	37	3137	3174	0	5486	5486
UKUPNO	96	49249	49345	0	51608	51608

RB	ORGANIZATOR PUTOVANJA	SJEDIŠTE	BROJ GRUPA
1.	KOMPAS	LJUBLJANA	213
2.	TRAVEL EUROPE	BEČ	193
3.	ŠKOLA	HRVATSKA	186
4.	KUONI	ZURICH	124
5.	UNILINE	PULA	70
6.	EUROSTAR	LONDON	69
7.	HAPPY TOUR	DOMŽALE	61
8.	GLOBAL PRAHA	PRAG	60
9.	T&T PROMET	LJUBLJANA	54
10.	HANATOUR	SEUL	51
11.	ITAKA	OPOLE	49
12.	EUROSCOPE	BEČ	47
13.	ATLAS	DUBROVNIK	46
14.	BOSCOLO	MILANO	45
15.	TRAFALGAR	LONDON	44
16.	EETS	BUDIMPEŠTA	37
17.	F-TOURS	SPLIT	35
18.	NAVE	DUBROVNIK	35
19.	FORTUNA	ZAGREB	33
20.	ELITE TRAVEL	DUBROVNIK	32
21.	PANORAMIC	LJUBLJANA	32
22.	INSIGHT VACATIONS	LONDON	31
23.	FEHERVAR TRAVEL	BUDIMPEŠTA	27
24.	ELIT 94	SOFIJA	24
25.	TULMARE	COPENHAGEN	23
26.	BOLDERMAN	VEENENDAL	21
27.	COSMOS	LJUBLJANA	21
28.	MIRAMAR TRAVEL	HONG KONG	21
29.	IN TOURS	LJUBLJANA	20
30.	BLAGUSS	BRATISLAVA	17
31.	RAINBOW TOURS	LODZ	16
32.	GULLIVER	DUBROVNIK	15
33.	INTOURS	LJUBLJANA	15
34.	MOLNAR TRAVEL	BJELOVAR	15
35.	ESHET	TEL AVIV	14
36.	MODE TOUR	SEUL	14
37.	ETILON	SEUL	12
38.	GLOBUS	ZURICH	12
39.	JTB	TOKYO	12
40.	OMNIA TRAVEL	BUKUREŠT	12
41.	SADSRO	ŽILINA	12
42.	ANA TOURS	BITOLA	11
43.	JV TOUR	OLOMONC	11
44.	KRT	KAOSHIUNG	11
45.	LOTTE TOUR	SEUL	11

46.	LEITNER	ALLERSBERG	9
47.	STEFAN	SKOPJE	9
48.	PTI PANORAMICA	ROSTOCK	8
49.	CENTRUM TRAVEL	LUDBREG	7
50.	DA RIVA	RIJEKA	7
51.	G2 TRAVEL	BUKUREŠT	7
52.	SZWAGROPOL	KRAKOW	7
53.	FLYING CARPET	TEL AVIV	6
54.	KATARINA LINE	OPATIJA	6
55.	OVEST VIAGGI	RIJEKA	6
56.	SUNSHINE TOURS	TAIPEI	6
57.	ALMATUR	OPOLE	5
58.	GREFIS HOLIDAYS	ATENA	5
59.	IMPERIAL	LJUBLJANA	5
60.	KUTI	BUDIMPEŠTA	5
61.	MIKI TRAVEL	PRAG	5
62.	SMART TRAVEL	BEOGRAD	5
63.	VEGA TOUR	PRAG	5
64.	XENOS TRAVEL	ATENA	5
65.	ZORPIDIS	THESSALONIKI	5
66.	OSTALI (manje od 5 grupa)		426
	UKUPNO		2.463

Godišnja analiza PR pojavnosti Turističke zajednice grada Zagreba & AVE događanja

Mediji: tisak, web, TV, radio
Razdoblje praćenja: 1.1. - 31.12.2014.
Zagreb, siječanj 2015.

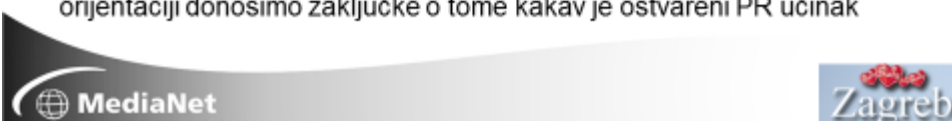
Izvještaji Media net-a namijenjeni su isključivo korisniku koji ih je naručio i ne smiju se neovlašteno umnažati, distribuirati, prodavati ili objavljivati.

Ciljevi analize

- Prema narudžbi klijenta cilj ove analize je utvrditi intenzitet medijske prisutnosti Turističke zajednice grada Zagreba u domaćem tisku & odabranim hrvatskim radio i TV programima (pojavnost) te AVE (Advertising Value Equivalent) događanja i tema od posebnog interesa za naručitelja
- U svrhu ostvarenja cilja poslužili smo se analizom sadržaja - objektivnom znanstvenom metodom koja omogućava da kvalitativne podatke, prema potrebama naručitelja, prevedemo u kvantitativne. Primjena ove metode, među ostalim, omogućava da izbjegnemo paušalne i često neutemeljene ocjene te da, prema potrebi djelujemo na "pravi" mjestima

Kako smo radili analizu

- U promatranom razdoblju (2014.) pregledali smo više od 300 novinskih naslova sa Presscutove liste praćenja koja uključuje hrvatski tisak i web, pregledali i preslušali odabrane TV i radio programe te selektirali sve objave koje se odnose na teme, subjekte i događanja od interesa za naručitelja
- Svakom prilogu pridružili smo sljedeće parametre: naslov, novine, datum objave, površinu u cm²/trajanje, vrijednost prema važećem cjeniku, autora, sadržaj, subjekt, status subjekta (glavni ili sporedni) i orijentaciju (negativna, neutralna i pozitivna)
- Ovisno o količini članaka, vrijednosti, statusu subjekata i njihovoj orijentaciji donosimo zaključke o tome kakav je ostvareni PR učinak



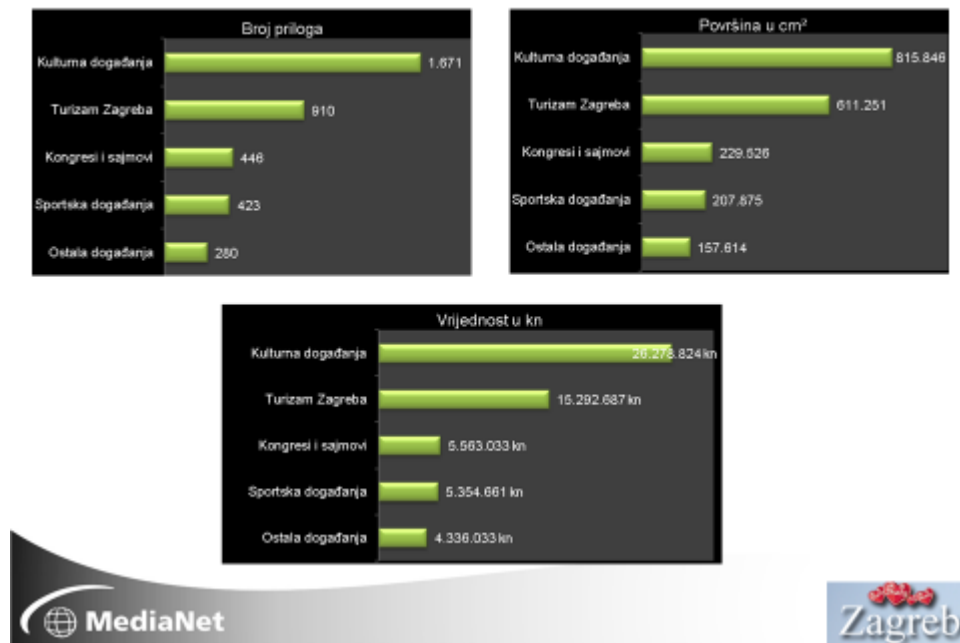
Tisak & Teme od interesa za naručitelja

- U promatranom razdoblju tisak je o temama od interesa naručitelja objavio
 - 3.704 članka
 - ukupne površine 1.948.206 cm²
 - ukupne vrijednosti 54.180.030 kuna
- Članci su objavljeni u 150 novinskih izdanja:

Pokrivost	Broj	Udio
Nacionalna	3.178	86%
Regionalna	374	10%
Lojalna	134	4%
Interno glasilo	18	<1%
Ukupno	3.704	100%
Nacionalna:	Broj	Udio
Dnevna	2.596	70%
Tjedna	573	15%
Mjesečna	212	6%
Dvomjesečna	141	4%
Dotjedna	133	4%
Kvartalna	19	1%
Povremena	18	<1%
Polugodišnja	10	<1%
Godišnja	2	<1%
Ukupno	3.704	100%



Broj, površina i vrijednost članaka po temama



Tisak & Turistička zajednica grada Zagreba

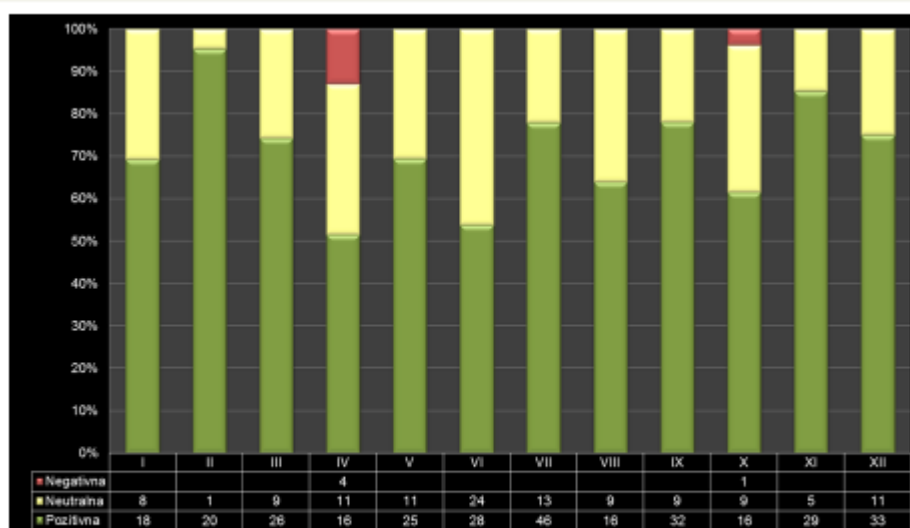
- O Turističkoj zajednici Zagreba tisak je objavio:
 - 430 članaka
 - ukupne površine 260.795 cm²
 - ukupne vrijednosti 6.323.088 kun (AVE)
- Članci su objavljeni u 71 novinskom izdanju
- Najviše članaka objavljeno je u Večernjem listu – 85



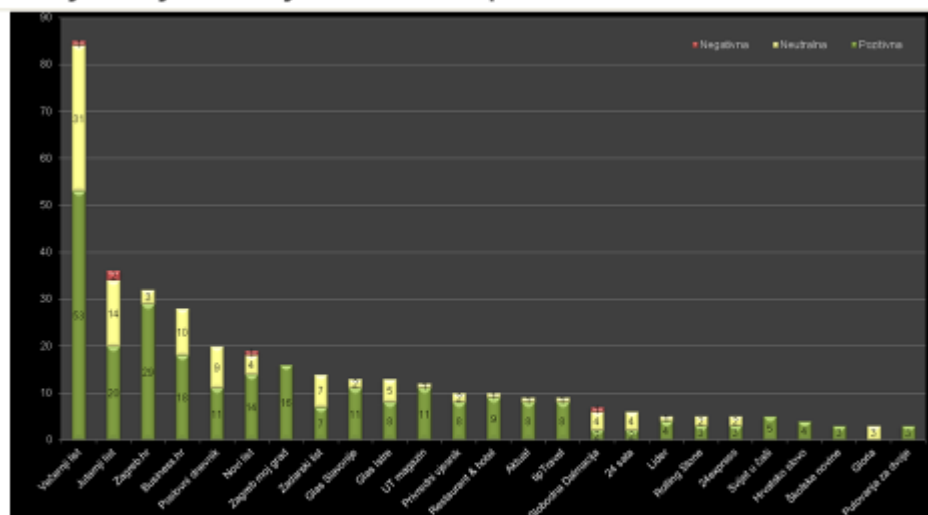
Broj, površina i vrijednost članaka po mjesecima



Orijentacija članaka po mjesecima



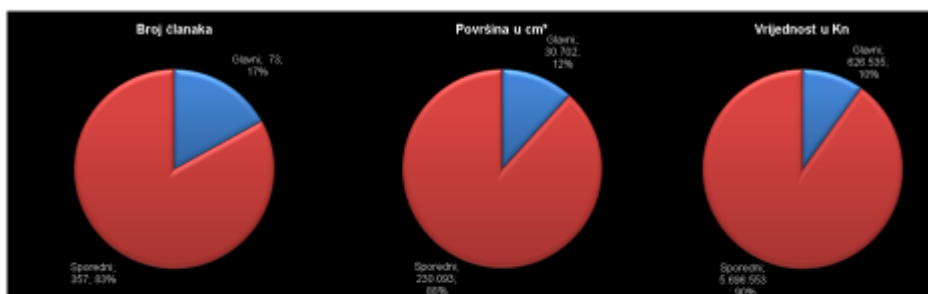
Broj i orijentacija članaka po novinama



- Slika prikazuje novine sa 3 ili više objava o Turističkoj zajednici grada Zagreba



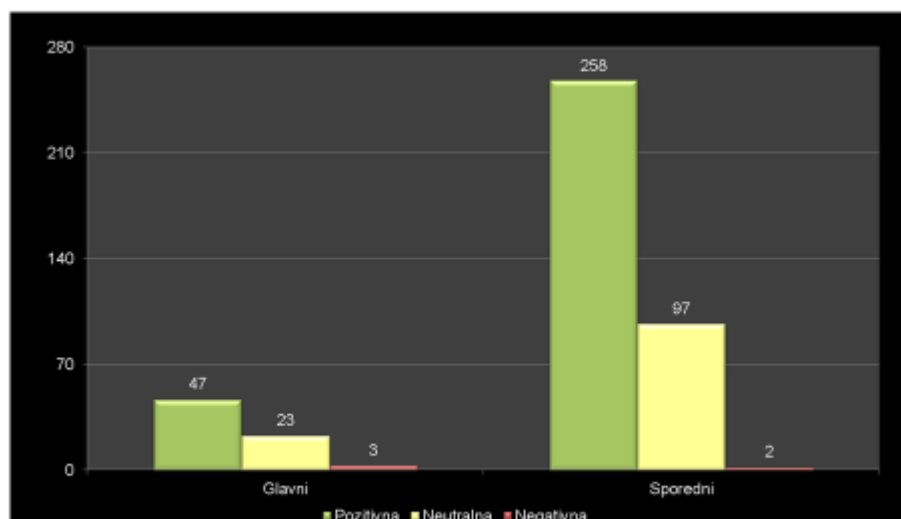
Turistička zajednica Zagreba prema statusu



- * Prilozi u kojima subjekt ima glavni status u cijelosti se (ili većim dijelom) odnose na promatrani subjekt.



TZGZ prema statusu i orijentaciji



PR učinak

- “Smjer” PR učinka procjenjujemo na temelju broja, površine/trajanja, vrijednosti i orijentacije priloga u kojima su subjekti po statusu glavni.
- Vrijednost PR učinka procjenjujemo tako da zbroju vrijednosti priloga u kojima je subjekt po statusu glavni, a po orijentaciji pozitivan i neutralan oduzmemo vrijednost negativnih članaka
- PR učinak za Turističku zajednicu grada Zagreba je u tisku za promatrano razdoblje POZITIVAN, procijenjene vrijednosti 610.701 kunu

Negativni članci

- Negativni članci odnose se na slučaj sukob interesa Milana Bandića i odluke Povjerenstva za sukob interesa o pokretanju postupka protiv njega jer mu je Turistička zajednica Grada Zagreba pogrešno isplaćivala novac
- U prvoj polovici godine, negativni su članci objavljivani u periodu od 17.4. – 22.4.2014. kada se Turistička zajednica Grada Zagreba, uoči sjednice Povjerenstva za odlučivanje o sukobu interesa, na kojoj se odlučivalo o slučaju zagrebačkoga gradonačelnika Milana Bandića, koji je primao novac i kao predsjednik TZ-a, upozorila da Bandić više nije na njenoj platnoj listi
- U drugoj polovici godine, TZGZ je u negativan subjekt u 1 objavi u listopadu – kritički članak u Jutarnjem listu o turizmu u Zagrebu – TZGZ je spomenuta u kontekstu slabih aktivnosti oko brendiranja Zagreba („...Strani mediji uporno ne primjećuju da je Zagreb glavno kulturno središte zemlje, za što svakako valja okriviti lokalnu promidžbenu industriju....“)



Važnije akcije/događanja od interesa za TZGZ

Događaj	Broj	Površina u cm²	Vrijednost
Aktivisti u srcu Zagreba	144	99.132	2.833.488 kn
Zigbi Indoon	141	68.582	1.757.788 kn
Handek memorial	118	50.864	1.254.354 kn
Režina Lovosopodilica događanja	99	57.285	1.768.728 kn
Zagreb Film Festival	78	47.248	1.531.784 kn
Nač. muzeja	69	47.588	1.189.932 kn
Sređna knjižica	57	36.946	1.061.642 kn
Lido na Sironu	46	26.586	1.001.462 kn
Međunarodni festivali i koncerti u lipnju	30	11.479	304.852 kn
Nač. kupaćih	30	11.875	374.514 kn
Deaf is a Beat	28	19.336	546.878 kn
Zagrebački koncerti	23	21.584	590.488 kn
Festival	22	12.285	269.276 kn
Međunarodna smotra folklor	19	12.571	332.742 kn
Zagrebački festival	17	14.173	575.182 kn
Zlatna priroda	15	9.594	194.781 kn
Ljetna scena umreženo	14	7.519	295.743 kn
Dan Grada Zagreba	14	9.896	321.875 kn
Svečani koncert u skladu	12	4.909	179.311 kn
Manov sajam	9	3.217	57.553 kn
Međunarodni festival volumena	8	7.369	292.526 kn
Međunarodni festivali i koncerti u srpnju	8	6.072	243.888 kn
Muzički koncerti Zagreb	7	13.484	394.875 kn
Gornji grad u proljeće	6	7.547	100.888 kn
Prosvjedni koncert na Zrinjevcu	5	2.540	65.347 kn
Festival Sv. Ilarke	4	1.668	83.578 kn
Festival mladih mozgov	4	479	15.723 kn
Gornji grad u proljeće	4	2.364	69.366 kn
Nač. nač. festival	4	4.013	87.580 kn
Ulica osuđenih festival	3	3.408	82.432 kn
Marin je u Zagrebu	3	2.067	38.867 kn
Predstava događanja	3	2.092	55.554 kn
Folklorna scena subotom	3	2.113	53.237 kn
Srednjoškolski festivali i koncerti	2	826	31.308 kn
Iskustvo	2	958	18.474 kn
Zlatni medved	2	1.468	16.020 kn
Svečani dan turizma	2	999	6.673 kn
Kapetan memorial Zagreb	1	1.768	58.195 kn
Zagrebački vokal	1	797	21.811 kn
Još u Zagrebu	1	3.281	118.818 kn
Zlatna igla	1	1.704	19.320 kn



Web & Teme od interesa za naručitelja

- U promatranom razdoblju odabrani su Web portali o temama od interesa za naručitelja objavili 2.384 priloga
- Ukupne vrijednosti 47.475.381 kuna
- Prilozi su objavljeni na 96 web portala
- Najviše ih je objavljeno na www.tportal.hr – 310
- Negativne objave odnose se na 2 teme:
 - Prvo polugodište: negativni članci vezani uz sukob interesa Milana Bandića
 - Drugo polugodište: protest udruge Vigilare zbog korištenja naziva za Božić (Xmas)



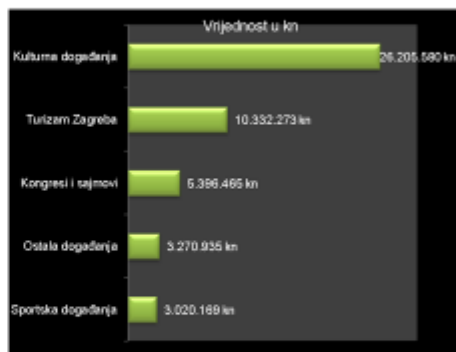
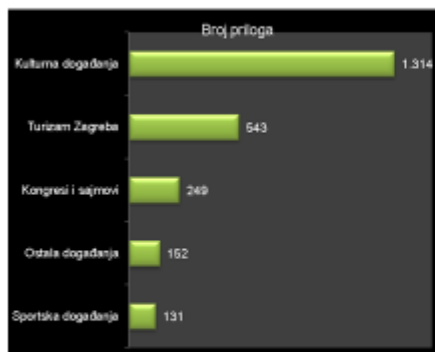
Web & Teme od interesa za naručitelja

Portali sa 2 ili više objava

Web	Broj priloga	AVE u HRK	Web	Broj priloga	AVE u HRK
www.tportal.hr	310	7.076.648 kn	www.glasista.hr	9	169.587 kn
www.vecernji.hr	309	7.302.944 kn	www.kulturgupci.hr	7	188.688 kn
www.dalje.com	251	4.172.014 kn	www.mozzagreb.info	6	114.581 kn
www.politikaplus.com	163	3.249.757 kn	www.ozadar.hr	5	188.784 kn
www.jutarnji.hr	129	2.995.561 kn	www.hr.n1info.com	5	171.058 kn
www.index.hr	125	2.788.647 kn	www.poslovnigids.com	5	85.540 kn
www.culturenet.hr	93	1.031.967 kn	www.zagreb.hr	5	52.325 kn
www.poslovni.hr	89	1.863.284 kn	www.story.hr	4	134.452 kn
www.24sata.hr	72	1.469.738 kn	www.zagrebonline.hr	4	67.502 kn
www.novist.hr	70	1.746.760 kn	www.jal.govac.com	4	61.103 kn
www.glas-slavonske.hr	69	1.262.237 kn	www.fashion.hr	4	257.628 kn
www.zagrebancija.com	66	897.958 kn	www.limon.hr	4	50.984 kn
www.hrt.hr	64	951.623 kn	www.d.hr	4	64.895 kn
www.soundset.hr	62	895.785 kn	www.wish.hr	3	89.446 kn
www.spebis.eu	57	1.082.493 kn	www.poslovniturnizam.com	3	69.569 kn
www.business.hr	46	830.645 kn	www.ether.hr	3	100.852 kn
www.dnevnik.hr	43	749.754 kn	www.film-magazin.hr	3	59.575 kn
www.net.hr	38	764.016 kn	www.mdc.hr	3	27.929 kn
www.tjedno.hr	25	294.371 kn	www.vikendplanet.hr	2	20.416 kn
www.slobodnadruštva.hr	24	611.737 kn	www.varaždinski-vijesti.hr	2	30.217 kn
www.dnvo.hr	23	559.808 kn	www.h-alter.org	2	25.277 kn
www.iderpress.hr	23	473.630 kn	www.hrportfoli.com	2	33.713 kn
www.suvremena.hr	21	352.689 kn	www.bug.hr	2	44.450 kn
www.metro-portal.hr	21	367.805 kn	www.mušica.hr	2	21.336 kn
www.urbancult.hr	15	233.508 kn	www.zagreb-touristinfo.hr	2	22.586 kn
www.aktualno.hr	11	243.598 kn	www.antena Zagreb.hr	2	46.190 kn
www.monitor.hr	11	86.861 kn	www.hrtportal.hr	2	22.418 kn
www.uhpa.hr	10	73.127 kn	www.prilmedni.hr	2	31.025 kn
			www.kupus.net	2	21.328 kn
			www.puteholici.com	2	47.225 kn
			jutarnji.varaždinski.si	2	13.637 kn



Broj i vrijednost web objava po temama



Web & Turistička zajednica grada Zagreba

- O TZGZ web portali su objavili 644 priloga ukupne vrijednosti 11.523.519 kuna (AVE)
- TZGZ je u 482 priloga pozitivna, u 146 neutralna i u 16 negativna
- TZGZ je u 146 priloga glavni subjekt i u 498 sporedani

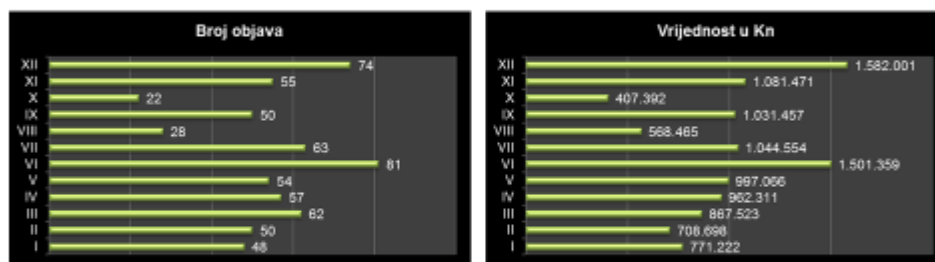
Web	Broj priloga	AVE u HRK
www.vicem.hr	56	2.031.862 kn
www.daje.com	53	909.434 kn
www.jutro.hr	52	1.052.361 kn
www.ve.com	52	1.059.232 kn
www.24sata.hr	41	915.441 kn
www.pobor.hr	35	587.297 kn
www.pobor.hr	34	523.426 kn
www.zagreb.hr	29	462.823 kn
www.balkan.hr	25	426.778 kn
www.jutro.hr	23	500.366 kn
www.kup.hr	22	313.264 kn
www.bf.hr	15	163.188 kn
www.srbija.hr	14	202.284 kn
www.net.hr	14	236.775 kn
www.novosti.hr	11	192.489 kn
www.licenz.hr	11	246.164 kn
www.dnevnik.hr	9	149.488 kn
www.dubrovnik.hr	8	113.249 kn
www.dubrovnik.hr	8	167.399 kn
www.glas-slovenije.hr	7	139.588 kn
www.ijg.hr	7	58.156 kn
www.mreza-pet.hr	7	117.484 kn
www.hr.hr	7	148.784 kn
www.slovenija.hr	6	88.257 kn
www.kobor.hr	4	83.817 kn
www.slovenija.hr	3	84.308 kn
www.zagreb.hr	3	27.873 kn
www.mreza.hr	3	33.507 kn

Web	Broj priloga	AVE u HRK
www.zagreb.hr	2	27.146 kn
www.hr.hr	2	23.584 kn
www.jutro.hr	2	45.588 kn
www.ve.com	2	29.853 kn
www.daje.com	2	85.383 kn
www.ijg.hr	2	17.529 kn
www.pobor.hr	1	12.856 kn
www.jutro.hr	1	14.271 kn
www.hr.hr	1	19.428 kn
www.mreza.hr	1	11.288 kn
www.kup.hr	1	19.129 kn
www.glas.hr	1	35.115 kn
www.kup.hr	1	16.814 kn
www.novosti.hr	1	10.488 kn
www.kup.hr	1	14.838 kn
www.glas.hr	1	8.550 kn
www.pobor.hr	1	5.510 kn
www.ijg.hr	1	40.195 kn
www.hr.hr	1	22.451 kn
www.kup.hr	1	18.338 kn
www.kup.hr	1	32.388 kn
www.pobor.hr	1	10.874 kn
www.kup.hr	1	23.458 kn
www.kup.hr	1	17.313 kn

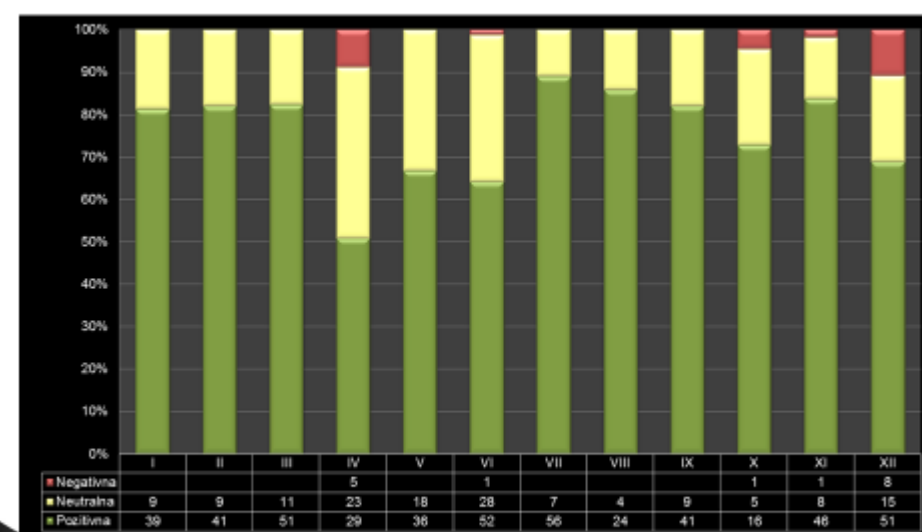
- PR učinak je **POZITIVAN** i procijenjen na 2.007.470 kuna



Broj i vrijednost članaka po mjesecima



Orijentacija članaka po mjesecima



Važnija akcije/događanja

Događaji	Broj	Vrijednost
Advent u sruu Zagreba	140	2.827.751 kn
Zagreb Film Festival	126	2.776.203 kn
Božićna i novo godišnja događanja	67	1.313.439 kn
Noć muzeja	56	1.306.244 kn
Međunarodni festival kazališnih lutaka	55	1.060.780 kn
Hajduk memorijal	50	1.091.884 kn
Srpska kraljica	39	902.061 kn
Noć kazališta	39	828.068 kn
Cestis d'Best	26	443.358 kn
Zagrebački vremenoplov	22	512.643 kn
Dan Grada Zagreba	21	476.584 kn
Zig Indoors	17	334.372 kn
Flirtart	15	265.028 kn
Ljetna scena Amadeo	11	244.458 kn
Međunarodna smotra folklora	10	172.316 kn
Međunarodni festival vatrometa	9	145.624 kn
Srednjovjekovni dani na Medvednici	8	93.695 kn
Ljetni na Struju	8	207.514 kn
Svjetski kup u skijanju	7	110.361 kn
Promenadni koncert na Zrinjescu	7	128.509 kn
Svjetski dan kulinarnosti	6	160.631 kn
Meštrovi skulpture	6	117.001 kn
Corru grad u prošlosti	6	97.697 kn
Zagrebački salon	5	95.809 kn
Festival jednakih mogućnosti	5	79.816 kn
Muzički biennale Zagreb	4	109.572 kn
Folklorna scena subotom	3	46.683 kn
Jazzarella	3	44.181 kn
Zlatni medved	3	181.623 kn
Festival Sv. Marka	2	27.496 kn
Međunarodni festival komorne glazbe	2	25.258 kn
Corrugradsko glazbeno vedute	2	34.179 kn
Večeri Petrica Kerempuha	2	27.044 kn
Jesen u Zagrebu	1	15.283 kn
Produsorska događanja	1	20.395 kn
Martin je u Zagrebu	1	11.237 kn



Televizija & Teme od interesa za naručitelja

- U promatranom razdoblju odabrani su TV programi o temama od interesa za naručitelja objavili 503 priloga
- Ukupne vrijednosti 33.731.590 kuna

Televizija	Broj priloga	Udio
Z1	124	25%
HRT1	112	22%
Jabuka TV	77	15%
Nova TV	55	11%
RTL Televizija	39	8%
Mreža TV	35	7%
HRT4	32	6%
24 sata TV	15	3%
N1	8	2%
HRT2	6	1%
Ukupno	503	100%

Televizija	AVE u HRK	Udio
HRT1	12.078.400	36%
Nova TV	7.862.000	23%
RTL Televizija	6.607.210	20%
Z1	2.936.660	9%
Jabuka TV	1.571.190	5%
HRT4	1.257.000	4%
HRT2	465.900	1%
Mreža TV	438.030	1%
N1	326.500	1%
24 sata TV	188.700	1%
Ukupno	33.731.590	100%



Broj i vrijednost TV objava po temama



Televizija & Turistička zajednica grada Zagreba

- O Turističkoj zajednici grada Zagreba televizija je objavila 93 priloga ukupne vrijednosti 4.781.685 kuna (AVE)
- TZGZ je u 55 priloga pozitivna i u 38 neutralna
- TZGZ je u 32 priloga glavni subjekt i u 61 sporedni

Televizija	Broj priloga	Udio
Z1	24	26%
Jabuka TV	18	19%
Mreža TV	14	15%
HRT1	13	14%
HRT4	10	11%
Nova TV	7	8%
RTL Televizija	6	6%
24 sata TV	1	1%
Ukupno	93	100%

Televizija	Vrijednost	Udio
HRT1	1.437.900	30%
Nova TV	868.000	18%
RTL Televizija	854.225	18%
Z1	686.560	14%
HRT4	471.600	10%
Jabuka TV	285.600	6%
Mreža TV	165.600	3%
24 sata TV	12.200	0%
Ukupno	4.781.685	100%

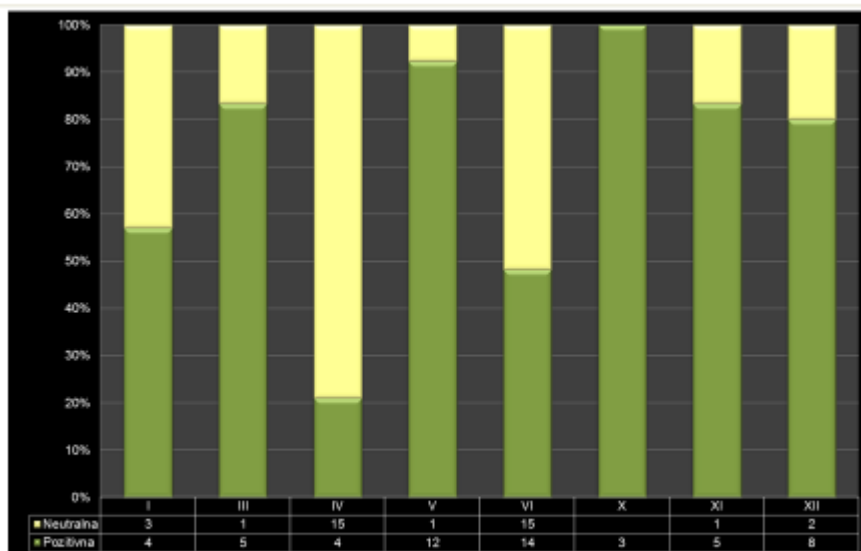
- PR učinak je **POZITIVAN** i procijenjen na 1.402.780 kuna



Broj i vrijednost objava po mjesecima



Orijentacija objava po mjesecima



Važnija akcije/događanja

Događaj	Broj priloga	Vrijednost
Advent u srcu Zagreba	63	4.509.925 kn
Floraart	13	681.705 kn
Snježna kraljica	8	689.500 kn
Cestis d'Best	8	722.800 kn
Dan Grada Zagreba	8	465.705 kn
Božićna i novogodišnja događanja	5	197.000 kn
Zagrebački vremeplov	5	673.010 kn
Markov sajam	5	76.045 kn
Ljeto na Štrošu	4	115.300 kn
Zlatna pirueta	3	250.400 kn
Martin je u Zagrebu	1	19.350 kn
Gornji grad u prošlosti	1	63.810 kn
Promenadni koncert na Zrinjevcu	1	63.810 kn
Međunarodni festival komorne glazbe	1	51.950 kn
Zagreb Film Festival	1	9.350 kn
Hanžek memorijal	1	5.650 kn
Festival Sv. Marka	1	66.100 kn
Međunarodni festival Vatrometa	1	5.450 kn
Noć muzeja	1	27.950 kn



Radio & Teme od interesa za naručitelja

- U promatranom razdoblju odabrani radijski programi objavili su o temama od interesa za naručitelja 859 priloga
- Ukupne vrijednosti 2.242.138 kuna

Radio	Broj priloga	Udio
Radio Sljeme	270	31%
Radio Antena Zagreb	149	17%
Pri radio	101	12%
HR1	100	12%
Soundset Plavi	49	6%
Radio 101	45	5%
Enter Zagreb	43	5%
HR2	33	4%
Narodni radio	26	3%
Totalni FM - Zagreb	21	2%
Hrvatski katolički radio	12	1%
Otvoreni radio	9	1%
Radio Kaj	1	0%
Ukupno	859	100%

Radio	Vrijednost	Udio
Radio Sljeme	957.499	43%
HR1	469.067	21%
Radio Antena Zagreb	220.192	10%
HR2	159.482	7%
Radio 101	156.343	7%
Soundset Plavi	98.369	4%
Narodni radio	62.484	3%
Pri radio	50.394	2%
Enter Zagreb	27.261	1%
Otvoreni radio	14.625	1%
Hrvatski katolički radio	13.163	1%
Totalni FM - Zagreb	12.519	1%
Radio Kaj	750	0%
Ukupno	2.242.138	100%



Broj i vrijednost radio objava po temama



Radio & Turistička zajednica grada Zagreba

- O Turističkoj zajednici grada Zagreba odabrani radio programi objavili su 46 priloga, ukupne vrijednosti 166.828 kuna (AVE)
- TZGZ je u 24 priloga pozitivna i u 22 neutralna
- TZGZ je u 18 glavni i 28 sporedan

Radio	Broj priloga	Udio
Radio Sljeme	28	61%
Radio Antena Zagreb	6	13%
Narodni radio	4	9%
HR1	3	7%
HR2	3	7%
Totalni FM - Zagreb	1	2%
Prvi radio	1	2%
Ukupno	46	100%

Radio	Vrijednost	Udio
Radio Sljeme	91.039	55%
HR1	38.729	22%
HR2	16.214	10%
Narodni radio	11.320	7%
Radio Antena Zagreb	10.320	6%
Prvi radio	900	1%
Totalni FM - Zagreb	306	0%
Ukupno	166.828	100%

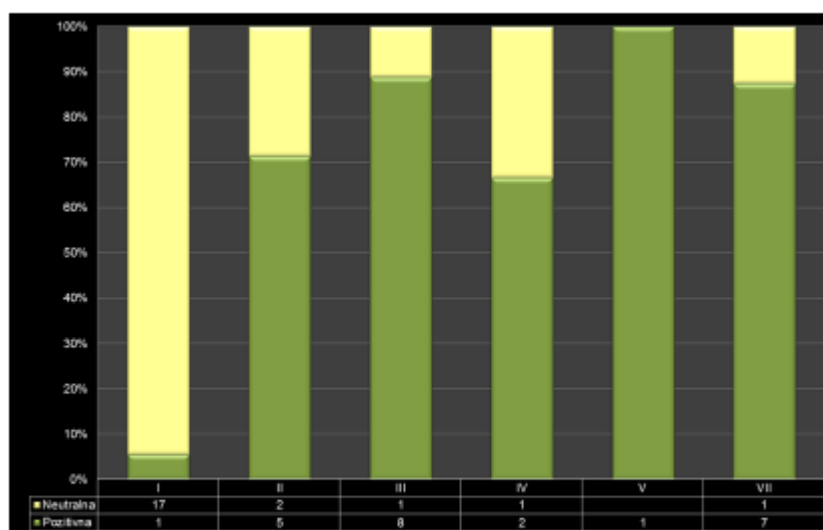
- PR učinak je **POZITIVAN** i procijenjen na 39.019 kuna



Broj i vrijednost objava po mjesecima



Orijentacija objava po mjesecima



Događaj	Broj priloga	Vrijednost
Noć muzeja	11	15.489 kn
Međunarodna smotra folklor	5	18.972 kn
Snježna kraljica	3	4.830 kn
Supermaraton Zagreb-Čazma	2	4.477 kn
Ljeto na Štrošu	2	2.949 kn
Božićna i novogodišnja događanja	2	3.111 kn
Zagrebački vremeplov	1	1.163 kn
Advent u srcu Zagreba	1	1.753 kn



Sažetak

- Analitički korpus ove analize obuhvaća ukupno
 - **7.450** priloga
 - ukupne vrijednosti **137.629.139 kn**
- Prema medijima:

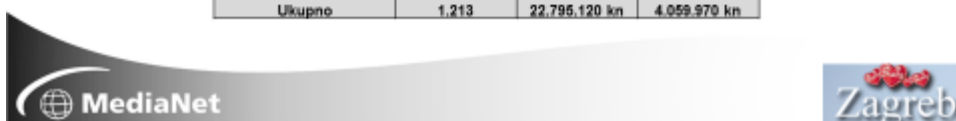
Medij	Broj priloga	Vrijednost
Tisak	3.704	54.180.030
Web	2.384	47.475.381
TV	503	33.731.590
Radio	859	2.242.138
Ukupno	7.450	137.629.139 kn



Mediji & Turistička zajednica grada Zagreba

- Mediji su javnosti, u promatranom razdoblju odaslali 1.213 priloga u kojima je TZGZ subjekt što znači da je medijska javnost imala priliku informirati se o poslovanju i aktivnostima koje se provode/planiraju u toj instituciji posredovanjem približno 3 priloga svakog dana
- Negativni članci odnose se na 3 teme:
 - slučaj sukob interesa Milana Bandića
 - protest udruge Vigilare zbog korištenja naziva za Božić (Xmas)
 - Kritika rada TZGZ u Jutarnjem listu (1 članak u listopadu) zbog slabih aktivnosti oko brendiranja Zagreba
- U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2014. Turistička zajednica grada Zagreba ostvarila je u promatranim medijima AVE od 22.795.120 kn i POZITIVAN PR učinak procijenjene vrijednosti 4.059.970 kn

TZGZ	Broj priloga	Vrijednost	PR
Tisak	430	6.323.088 kn	810.701 kn
Web	844	11.523.519 kn	2.007.470 kn
TV	83	4.781.685 kn	1.402.780 kn
Radio	46	166.828 kn	39.019 kn
Ukupno	1.213	22.795.120 kn	4.059.970 kn



AVE za promatrane akcije u svim medijima

Događaj	Broj	Vrijednost
Advent u srcu Zagreba	348	10.172.818 kn
Zagrebački Film Festival	204	4.316.317 kn
Rođinski i neuspješni događanja	173	3.289.279 kn
Harleki koncerti	161	2.351.888 kn
Zagrebački muzeji	159	2.092.888 kn
Noć muzeja	137	2.539.815 kn
Srednja izlaska	107	2.658.828 kn
Međunarodni festival kazališnih lutaka	85	1.365.582 kn
Noć kazališta	68	1.200.582 kn
Čestita djeci	62	1.113.828 kn
Leto na Struji	54	1.307.242 kn
Zagrebački vjenčanje	51	1.777.216 kn
Floraart	50	1.246.816 kn
Dan Grada Zagreba	43	1.264.284 kn
Međunarodna smotra folklora	34	524.030 kn
Leto sretne dječice	25	548.201 kn
Zagrebački salon	22	575.992 kn
Bladno saloni	20	245.599 kn
Svjetski tupo i škrti	19	288.672 kn
Međunarodni festival Valerone	19	444.000 kn
Zabava srazila	18	445.191 kn
Čorna snila u priči	13	262.495 kn
Priznanje kazališnog Zrinskog	13	427.066 kn
Ilustracijski biennale Zagreb	11	844.547 kn
Međunarodni festival karmena slobode	11	328.816 kn
Srednjovjekovni dani na Medvednici	11	125.003 kn
Festival jednake mogućnosti	9	95.539 kn
Svjetski san lica	8	187.304 kn
Festival Sv. Marka	7	177.174 kn
Omogućavanje slobode vedute	6	94.536 kn
Folklori, scena i sublim	6	99.838 kn
Jazzartile	5	54.855 kn
Zlatni medvedi	5	197.643 kn
Marin je u Zagrebu	5	70.554 kn
Dal, ml, ml, festival	4	87.585 kn
Prokuratorski događanja	4	75.845 kn
Wine gourmet festival	3	92.432 kn
Supermarke Zagreb-Carma	2	4.477 kn
Jazas u Zagrebu	2	134.093 kn
Voleti Petrice Kerenski	2	27.844 kn
Zlatna slika	1	19.328 kn
Kapetov memorial Zagreb	1	50.155 kn
Zagrebački vjenčanje	1	21.811 kn



Godišnja analiza PR pojavnosti Turističke zajednice Grada Zagreba u inozemnom tisku

Mediji: odabrani inozemni tisak
Razdoblje: 01.01. do 31.12.2014.

Zagreb, veljača 2015.

Izveštaji Media net-a namijenjeni su isključivo korisniku koji ih je naručio i ne smiju se neovlašteno umnažati, distribuirati, prodavati ili objavljivati.

Ciljevi analize

- Prema narudžbi klijenta cilj ove analize je utvrditi intenzitet medijske prisutnosti tema od interesa za naručitelja - Turističku zajednicu Grada Zagreba - u odabranom inozemnom tisku
- U svrhu ostvarenja cilja poslužili smo se analizom sadržaja - objektivnom znanstvenom metodom koja omogućava da kvalitativne podatke, prema potrebama naručitelja, prevedemo u kvantitativne. Primjena ove metode, među ostalim, omogućava da izbjegnemo paušalne i često neutemeljene ocjene te da, prema potrebi djelujemo na "pravi" mjestima

Kako smo radili analizu

- U promatranom razdoblju (2014. godini) pregledali smo odabrane inozemne novinske naslove sa Presscut-ove liste praćenja te selektirali sve objave koje se odnose na teme od interesa za naručitelja
- Svakom prilogu pridružili smo sljedeće parametre: naslov, novine, datum objave, površinu u cm², vrijednost u kunama (za neke tiskovine), autora, sadržaj, temu, učestalost pojavljivanja novina na tržištu i zemlju porijekla novina



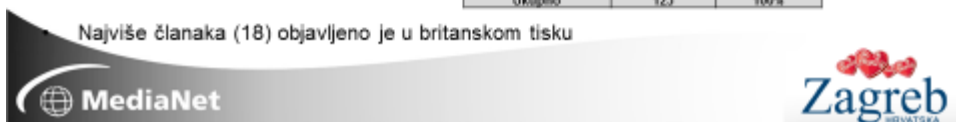
Inozemni tisak & Teme od interesa za naručitelja

- U promatranom razdoblju inozemni tisak je o temama od interesa za naručitelja objavio 123 članka
- Ukupne površine 109.973 cm²
- Članci su objavljeni u 97 novinskih naslova
- Procijenjena vrijednost iznosi 14.032.954 kn

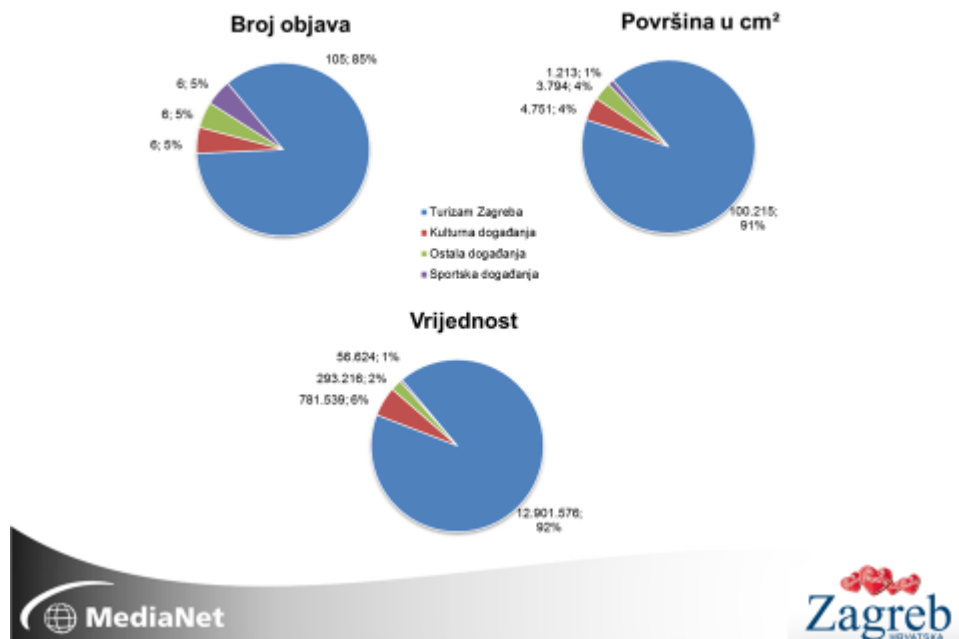
Učestalost	Broj članaka	Udio
Mesečna	42	34%
Dnevna	41	33%
Tjedna	25	20%
Dvomjesečna	7	6%
Dvotjedna	4	3%
Povremena	2	2%
Kvartalna	1	1%
Polugodišnja	1	1%
Ukupno	123	100%

Zemlja	Broj članaka	Udio
Velika Britanija	18	15%
Njemačka	17	14%
Francuska	16	13%
Grčka	15	12%
Indija	14	11%
Nozemska	9	7%
SAD	7	6%
Švicarska	6	5%
Austrija	5	4%
Italija	4	3%
Švedska	3	2%
Australija	2	2%
Luxemburg	2	2%
Irska	1	1%
Belgija	1	1%
Norveška	1	1%
Argentina	1	1%
Maldivi	1	1%
Ukupno	123	100%

Najviše članaka (18) objavljeno je u britanskom tisku



Broj, površina i vrijednost članaka po temama



Velika Britanija

Velika Britanija	Broj članaka	Površina u cm²	Vrijednost u KN
Travel One	2	2.081	451.668
Wales on Sunday	2	522	113.346
Shropshire Star	1	24	5.041
Hampshire Society Magazine	1	1.457	316.106
Sunday Mercury	1	20	4.284
High life	1	2.625	803.250
Select Traveller	1	627	131.043
Market Drayton Advertiser	1	26	5.675
South Shropshire Journal	1	21	4.603
Mid Wales Journal	1	22	4.683
The Sun	1	42	9.192
Easyjet Traveller Inflight Magazine	1	126	44.100
Yorkshire Post	1	14	3.142
Newport Advertiser	1	21	4.529
Bridgnorth Journal	1	22	7.623
Prima	1	1.728	529.110

Francuska

Francuska	Broj članaka	Površina u cm ²	Vrijednost u KN
Bus & Car	3	2.735	180.510
Ouest France	2	720	29.472
BeauxArts	1	2.955	195.052
The good life	1	1.163	76.758
Air France Magazine	1	6.846	1.026.900
Le Parisien	1	1.292	52.886
Meet & Travel Mag	1	208	8.514
Cosmopolitan	1	1.820	34.580
Relaxnews	1	411	27.126
Edith	1	479	19.607
Touring	1	2.301	112.749
Femme Actuelle	1	901	59.466
La Croix	1	1.174	48.056



Njemačka

Njemačka	Broj članaka	Površina u cm ²	Vrijednost u KN
Reisemagazin	4	2.377	515.872
Clever Reisen	3	3.278	711.252
Eurobus	3	611	132.689
Travel Talk	2	89	19.365
De Volkskrant	1	1.153	250.127
Rhein-Zeitung	1	286	62.092
Badische Zeitung	1	765	166.005
Passauer Neue Presse	1	459	99.499
Omnibus Revue	1	41	8.897



Grčka

Grčka	Broj članaka	Površina u cm ²	Vrijednost u KN
Kathimerini	2	2.666	122.626
Makedonia Kyriakis	2	1.419	65.274
PATRIS IRAKLIU	1	152	6.987
ELEFTHERI ORA	1	184	8.453
Agelloforos Kyriakis	1	595	27.371
Eleftheros Typos	1	317	14.564
KRITIKI EPITHEORISI	1	280	12.874
Elle	1	1.556	32.672
METROSPORT	1	189	8.706
Estia	1	151	6.942
Typos Chalkidikis	1	150	6.910
EVDOMI	1	194	8.931
I PRASINI	1	189	8.692



India

India	Broj članaka	Površina u cm ²	Vrijednost u KN
OPEN magazine	3	5.374	355.099
Mid-day	2	1.088	71.862
India Today - Travel Plus	2	1.181	78.053
Pune Mirror	1	959	63.377
The Hindu	1	395	26.116
Sunday Herald	1	540	35.667
The Tribune	1	1.661	109.744
Mumbai Mirror	1	585	38.633
Mail Today	1	951	62.822
Preeti Times Life	1	114	7.512



Nizozemska

Nizozemska	Broj članaka	Površina u cm²	Vrijednost u KN
KoffieToacao	2	3.516	177.817
Primo TV Gids	1	15	763
Grazia	1	930	47.034
Touring	1	2.809	609.553
TravelPro	1	1.159	58.615
Travmagazin	1	472	23.871
De Ster	1	334	16.892
Metro	1	48	2.928



SAD, Italija i Austrija

SAD	Broj članaka	Površina u cm²	Vrijednost u KN
Washington Post	3	1.655	715.902
The Boston Globe	2	773	334.173
Camper Life	1	3.487	1.507.806
Washington Post Sunday	1	93	40.217
Italija	Broj članaka	Površina u cm²	Vrijednost u KN
Turismo all'aria aperta	1	126	97.163
Travel Quotidiano	1	803	16.063
AutoWeekend	1	226	173.794
Bell' Europa	1	67	51.523
Austrija	Broj članaka	Površina u cm²	Vrijednost u KN
Tiroler Tageszeitung	1	2.381	111.899
TIP Travel Industry Professional	1	456	21.432
Salzburger Nachrichten	1	374	18.782
Wirtschaftsblatt	1	196	13.524
Traveller	1	71	2.698



Ostale zemlje

Zemlja/Novine	Broj članaka	Površina u cm ²	Vrijednost u KN
Švedska	3	620	29.136
Vi Bilagare	2	605	28.426
Norran	1	15	711
Švicarska	2	3.175	428.521
NZZ Stil	1	2.157	215.700
Migros magazin	1	1.018	212.821
Bielier Tagblatt	1	514	79.388
Schweiz am Sonntag	1	457	70.659
Touring - izdanje na njemačkom	1	380	58.716
20 Minuten	1	291	44.943
Australija	2	1.918	358.668
Virgin Voyeur	1	1.054	197.066
Est magazine	1	864	161.602
Luxemburg	2	1.115	557.400
Tageblatt	2	1.115	557.400
Irska	1	19	4.101
The Irish Sun	1	19	4.101
Belgija	1	3.861	193.063
Feeling	1	3.861	193.063
Norveška	1	184	9.300
GATA	1	184	9.300
Argentina	1	13.677	642.817
Lugares	1	13.677	642.817
Maldivi	1	1.440	59.040
Primeru	1	1.440	59.040

Sažetak

- O temama od interesa za Turističku zajednicu Grada Zagreba promatrani mediji su objavili 123 članka, ukupne površine 109.973 cm² i ukupne vrijednosti 14.032.954 kn
- Prilozi su objavljeni u 97 novinskih naslova
- Promatrani mediji porijeklom su iz 18 zemalja
- Najčešća tema o kojoj su izvještavali strani promatrani mediji je turizam Zagreba, koja je prisutna u 105 priloga (85% od ukupnog broja priloga)

PRILOG 13. SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2014.	Ostvareno 2014.
1.	Ljubljana	Conventa	22.-23.1.	4	23.000	19.802
2.	Pariz	Meedex	2.-3.4.	4	53.000	52.868
3.	Moskva	MICE Forum	17.3.	6	33.500	33.308
4.	Frankfurt	IMEX	20.-22.05.	4	127.000	126.404
5.	London	The Meetings Show	08.-10.07.	6	58.500	58.109
6.	Las Vegas	IMEX America	14.-16.10.	4	135.000	63.634
7.	Barcelona	EIBTM	18.- 20.11.	4	180.000	132.257
8.	NEPLANIRANO				50.000	
	UKUPNO				660.000	486.383

PRILOG 14. POPIS ODRŽANIH SKUPOVA PREMA EVIDENCIJI TZGZ

1	Rotaract European Meeting (REM)
2	Step up
3	Adria Hotel Forum
4	Savjetovanje voditelja glavnih meteoroloških postaja
5	Znanost je in
6	3. hrvatski rinološki kongres s međunarodnim sudjelovanjem
7	7. međunarodni kongres o hemodinamskom monitoriranju
8	Seminar "Action! Forum Theatre"
9	Model Europske Unije Zagreb 2014
10	Prva konferencija Tempus projekta "Lifelong learning for sustainable agriculture in Alps-Danube-Adriatic Region"
11	WELMEC / EURAMET međunarodni seminar
12	Konferencija: Dan za maloprodaju
13	Boomerang konferencija
14	Grand Course - The Cardiovascular Disease Continuum in the Era of Evidence Based Medicine
15	Osnove poslovanja operacijama u Svjetskoj banci
16	Regionalni poslovni susret Biznis plus
17	HTI konferencija industrije zdravstvenog turizma
18	Skup Hrvatske kontrole zračne plovidbe
19	2. simpozij Esencija sestrinstva - kvaliteta
20	Skup: Transpozij
21	15. međunarodni simpozij o kvaliteti
22	Međunarodni sastanak "Tjedan borbe protiv neplodnosti"
23	11. međunarodni studentski filozofski simpozij
24	Peta nacionalna konferencija o DOP-u
25	Korištenje podzemnog prostora Zagreba
26	Konferencija ARTUR - Arhitektura i turizam
27	Međunarodni simpozij Zagreb Underground
28	Skup: Primjena biomaterijala i in vivo oslikavanja u istraživanju matičnih stanica
29	66. sastanak Odbora za politiku organizacije EUMETSAT
30	Sinergija dionika u kongresnoj industriji
31	Konferencija : "Outsourcing Day" - Kako vanj-ski partneri mogu pomoći Vašem poslovanju?
32	Završna konferencija na projektu "Europe electric car"
33	7. Rodina mliječna konferencija i PrePOROD 2014
34	Konferencija udruge ISOP "Proactive Pharmacovigilance and Risk Management in the Era of Personalised Medicine
35	VII simpozij hrvatske liječničke komore
36	NLP konferencija
37	Radionica radne grupe za konvekciju
38	Međunarodna MCCE konferencija zemalja članica NATO-a
39	Međunarodni kongres filozofije i ekologije
40	EDUCATHE "Edukativni teatar kao mjesto nadilaženja diskriminacije osoba s posebnim potrebama
41	Deseta godišnja međunarodna konferencija o hrvatskom tržištu nekretnina
42	4.festival hrvatskih digitalizacijskih projekata (DFEST) / Dan Europeane
43	21. savjetovanje o zaštiti materijala i industrijskom finišu
44	15. hrvatski simpozij o aritmijama i elektrostimulaciji srca
45	1. hrvatski kongres kliničke farmacije s međunarodnim sudjelovanjem
46	8. simpozij srednje europskih dijamologa
47	Međunarodni kongres studenata Edukacijsko-rehabilitacijskog fakulteta
48	Simulacija međunarodnog kaznenog suda Zapadni Balkan
49	6th European College Day
50	Znanstveno-stručno savjetovanje Znanost i razvitak prometa, ZIRP 2014

51	Psihoziji
52	4. Brown Forum
53	Radionica o primjeni derogacija za objekte u kojima se proizvode tradicionalni proizvodi
54	Seminar sudaca sinkroniziranog plivanja
55	OMG commerce konferencija o Internet poslovanju
56	Konferencija Akupunktura grada
57	11. međunarodna konferencija studija konzervacije - restauracije
58	Međunarodni simpozij ARS CHORALIS
59	28. znanstveni skup: Višejezičnost kao predmet multidisciplinarnih istraživanja
60	AUTOR 6. međunarodna konferencija o dizajnu automobila
61	Skup: Prisjećanje na 1914.: promišljanje o nasljeđu Prvog svjetskog rata
62	2. nacionalni stručni skup sekcije botaničkih vrtova i arboretuma RH
63	1. RFID konferencija - Povratak u budućnost
64	COST project TD1101: "A Collaborative European Network on Rabbit Genome Biology
65	Dani Europske unije 2014.
66	Hrvatska i Slovačka: povijesne paralele i veze (od 1780. do danas)
67	Međunarodni znanstveni skup: Zaštita kulturne baštine od katastrofa
68	5. kongres hrvatskih dermatovenerologa s međunarodnim sudjelovanjem
69	Znanstvena konferencija "6th Central and Eastern European Forum for Young Legal, Political and Social Theorists
70	Međunarodna konferencija "Održivost je u našim rukama - umrežavanje"
71	Sjednica Izvršnog odbora European Youth Card Association
72	4th Virtual World Congress of Dental Students
73	Seminar CAMP (Program za održavanje i primjenu računarskih kodova)
74	Skup: PASSIVHAUS - iskorak u održivu gradnju
75	Međunarodna konferencija "Ulaganje u budućnost - održiva energetska rješenja svjetskih grdova"
76	Teacher Education Policy in Europe Network (TEPE) 2014 Conference
77	Konferencija: Pokreni nešto dobro - poduzetničkim pothvatom do društvenog cilja
78	30. konferencija European Youth Card Association
79	Empirijska istraživanja u primijenjenoj lingvistici
80	Izazovi suvremene dentalne medicine - nove tehnologije, postupci i materijali
81	Generalna godišnja skupština Europskog foruma osoba s invaliditetom
82	Konferencija COSMOS 2014
83	Mehanizam za poticanje inovacija u Jugoistočnoj Europi - sastanak projektnog tima
84	Znanstveni kolokvij: Multikulturalizam: značenje i koncept hrvatske kulture
85	4. dani zagrebačke arhitekture
86	FINNO Meeting - Mechanism for fostering innovation in South East Europe
87	EBA - EXBRL radionica
88	Globalna jedinica za kupce DT
89	3. dan moderne logistike
90	Regionalna konferencija Europskog društva za intenzivnu medicinu
91	3. godišnja ZŠEM-ova financijska konferencija - Emerging Markets after the Quantitative Easing
92	FATE radionica
93	11. OLAF kompjutorski forenzički trening
94	Međunarodna konferencija Sigurnost kulturne baštine - SIGArt 2014.
95	Međunarodna konferencija: Misija mira i aktivnosti Prof. Edeha sa Sveučilišta Madonna iz Nigerije
96	The UEMO Meeting in Zagreb
97	Sastanak za EU projekt (FP7)
98	Godišnji sastanak "ASPHER Deans' and Directors? Retreat
99	Konferencija međunarodnog udruženja odvjetničkih ureda (ADVOC)
100	I Regionalni kongres o ultrazvuku u ginekologiji i obstetriciji
101	2. kongres Hrvatske komore zdravstvenih radnika
102	Inter Relocation Group Meeting

103	Konferencija ESPAD projekta (European School Survey project on Alcohol and Other Drugs)
104	Međunarodna stručna radionica "CroApps"
105	4. kongres Hrvatskog torakalnog društva
106	Master Class "Međunarodno upravljanje projektima"
107	Europski forum o rezidencijalnim programima
108	Kongres Europskih Mladih Liberala - Zagreb 2014.
109	Konferencija: Medijska pismenost u digitalno doba - kulturna, ekonomska i politička perspektiva
110	Godišnji multidisciplinarni europski simpozij o fenilketonuriji
111	Sastanak Konzorcija europskih botaničkih vrtova
112	Euroguidance seminar
113	OECD Seed schemes Annual Meeting
114	15. plenarni i 5. koordinacijski sastanak Europske mreže politika cjeloživotnog profesionalnog usmjeravanja
115	Međunarodna konferencija EDEN o e-učenju u Europi
116	3. Think Space Nekonferencija
117	Međunarodna konferencija na temu specificiranja i kontrole svojstava trajnosti betona (RILEM)
118	Završna konferencija na projektu ENPSYGE - obrazovna mreža za psihogerijatriju
119	Adriatic EUS Workshop & ERCP
120	OLAF - Sastanak mreže komunikatora Europskog ureda za borbu protiv prijevara
121	Međunarodna znanstvena konferencija: Prema europskom društvu? Granice, rubovi, prepreke
122	2. međunarodni znanstveni skup anatomije i fiziologije - temelji medicine
123	PAC World Conference 2014
124	OpenFOAM konferencija
125	Međunarodna konferencija "Hrvatska u Europskoj Uniji godinu poslije - Mir i socijalna pravda u Europi stoljeće poslije"
126	Međunarodni tjedan Zagreb 2014.
127	VI. Međunarodni studij hagioterapije i antropološke medicine
128	Radionica: Dostojanstven rad za radnike u graditeljstvu
129	CEPOL konferencija
130	Dunavski inAktion projekt
131	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu 2014.
132	7. SIH - stručno savjetovanje za lektore Hrvatskog kao inog jezika
133	AEGEE Ljetna škola 2014.
134	Radionica - razmjena iskustva o modeliranju i planiranju energetskog sustava
135	Ljetna škola stresa
136	Konferencija o digitalnim dokazima i digitalnoj forenzici
137	Druga međunarodna skupština Franjevačke mladeži
138	Europsko debatno sveučilišno prvenstvo
139	16. međunarodni simpozij dentalne morfologije i 1. kongres Međunarodnog društva za paleostomaologiju
140	PIAAC regionalni sastanak
141	Neodoljiva Hrvatska - kongres
142	Regionalni koordinacijski sastanak za zemlje mediterana i Crnog mora
143	ECC PTI - Electronic Communications Committee Project Team 1
144	CPG PTD - Conference Preparatory Project Team D
145	Skup: Poljoprivredna proizvodnja hrane - žila kucavica ruralnog razvoja
146	Europska međuparlamentarna konferencija o održivom turizmu
147	31. World Flower Council Summit
148	IBD dan u KBC Zagreb
149	Znanstveni piknik
150	Stručna misija: Daljnje jačanje AFCOS sustava u suradnji s Bugarskim AFCOS-om
151	MenEngage Europa - regionalni sastanak članstva i trening izgradnje kapaciteta na temu Muškarci i briga
152	Konferencija "Gradovi i regije - generatori razvoja"
153	Konferencija povodom 80. godišnjice anglistike u Zagrebu

154	Povijest koja povezuje
155	GEC 2 Croatia 2014
156	CEPOL Tečaj: Rad na mjestu događaja
157	ELI projektna konferencija i Generalna skupština
158	Radionica u okviru projekta TransStar
159	Konferencija: Balkan Network for Euro Protection
160	Gospodarenje otpadom II - Primarna selekcija otpadom
161	3. projektna radionica "Praćenje energetske učinkovitosti u EU
162	Međunarodna radionica književnog prevođenja
163	Profil dionika u geodeziji 2: Poslovne prakse u geodeziji
164	6. balkanski simpozij o povrću i krumpiru
165	Hospitality E-commerce & Revenue management Conference 2014
166	Državni stručni skup za voditelje županijskih stručnih vijeća vjeronauka
167	XIV. Kongres HDOD - HLZ
168	Globalna okolina, profil dionika i korporativno upravljanje u geodeziji
169	Sastanak Odbora za energetiku , zaštitu okoliša i vode Parlamentarne skupštine za Mediteran
170	Eurovision - konferencija kontakt inženjera
171	Kongres žena Europske pučke stranke
172	10. jubilaro međunarodno savjetovanje o kartografiji i geoinformacijama
173	Fertility Care edukacija
174	12 OLAF kompjuter forenzički trening
175	Seminar: Uloge geodezije i geoinformatike u održivom razvoju
176	4. međunarodna konferencija o učenju za poduzetništvo 2014 (ICEI4)
177	Međunarodna konferencija: Zagreb Forum 2014 Creative Cities & Europe: Poticanje razvoja gradova kroz pametne odluke, e-upravu i energetske održivost
178	Glazbene migracije u rano moderno doba: ljudi, tržišta, modeli i stilovi
179	Sastanak u okviru FP7 projekta SPRITE
180	Međunarodna konferencija ICME - "Muzeji i inovacije"
181	Znanstveni skup: 1914. - prva godina rata u Trojednoj Kraljevini i Austro - Ugarskoj Monarhiji
182	Završna konferencija projekta: Europska mreža gradova za poticajnije poduzetničko okruženje
183	MAGROS 2014. "Turizam kao osnova strategije izvozne ekspanzije"
184	Ivan Zajc (1832 -1914): Glazbene migracije i kulturni transferi u srednjoj Europi i šire u "dugom" 19. stoljeću
185	Skup UNESCO ASP koordinatora
186	Quintessence kongres
187	5. međunarodna konferencija "Alternativno rješavanje sporova- suradnja uprave i pravosuđa s gospodarstvom"
188	Seminar DGIZ - Aktualna građevno - tehnička regulativa
189	UNIGIS Business Meeting
190	28. međunarodna E.S.PKU konferencija
191	Međunarodna konferencija o energetske statistici - INOGATE
192	Kongres Hrvatskog društva za maksilofacijalnu i oralnu kirurgiju
193	Inkluzivno obrazovanje u praksi
194	3. ultrazvučni tečaj za reumatologe
195	Sastanak Europskog radničkog vijeća kompanije Heineken
196	Sastanak Smart MED Parks
197	III. Međunarodni kongres studenata povijesti umjetnosti
198	3. kongres HDIR "From Bench to Clinic"
199	XIII međunarodni simpozij gospodarenja otpadom
200	Sastanak Hrvatskog društva za prevenciju od moždanog udara i CEESS-a
201	2. svjetski kongres predsjednika udruga turističkih agencija
202	10. kongres Hrvatskog kardiološkog društva s međunarodnim sudjelovanjem i 5. kongres Hrvatske udruge kardioloških medicinskih sestara s međunarodnim sudjelovanjem
203	CEEA 3. tečaj: Intenzivna i hitna medicina, krv i transfuzija krvi
204	XXXVIII simpozij intenzivne medicine

205	Skup: Četvrt stoljeća transformacije (1989-2014): iskustva demokratizacije u Hrvatskoj i Poljskoj
206	Sastanak Europske mreže društava Crvenog križa za suzbijanje trgovanja ljudima
207	10. Europska konferencija o menadžmentu, liderstvu i upravljanju
208	Međunarodna medicinska izobrazba iz magnetske rezonancije glave i vrata
209	Radionica: Algoritmi u gastrointestinalnoj endoskopiji i endoskopskom ultrazvuku
210	Poslijediplomski tečaj "Škola hitne medicine"
211	7. simpozij i godišnji sastanak hrvatskog društva za internističku onkologiju HLZ-a i 8. radni sastanak radne grupe HFD-a
212	Glavna skupština Federacije euro-azijskih burzi
213	56. Plenarni sastanak CEN/TC 155
214	Seminar u okviru projekta "Building Social Capital by Improving Multicultural Competence in Higher Education and Labour Market"
215	Carnetova konferencija
216	28. Businet konferencija
217	7. kongres Hrvatskog neurokirurškog društva
218	ZIMS - međunarodni medicinski znanstveni kongres
219	Seminar za roditelje i Forum mladih SDDH
220	8. smotra E - medicine
221	EU program kreativna Europa - projekti književnih prijevoda
222	URBACT info dan - Gradovi nositelji razvoja
223	Konferencija Quality and Safety Culture
224	ITS - Tehnička pomoć statistici Gruzije
225	Kongres održivog ekološkog turizma
226	ELSA Mid IFP konferencija: Sloboda izražavanja
227	1. nacionalni stručni skup kreatora i korisnika numeričkih atmosferskih medela
228	XVII. Kongres hotelijera
229	XI kongres HDMFK i V kongres HDOK
230	Skup: Kako definirati i implementirati energetske politiku
231	Skup: Postmedijske i izvaninstitucionalne umjetničke prakse od 60ih godina nadalje
232	Radionica iz teorije brojeva i algebre
233	Sastanak Ministarstava financija Srbije i Hrvatske - Službe za suzbijanje nepravilnosti i prijevara
234	3. Forum hrvatske kongresne industrije
235	Zimski sastanak Upravnog odbora BEST-a
236	Radionica o gospodarenju otpadnim tvarima koje oštećuju ozonski sloj u RH
237	35.AEFCA simpozij
238	Nautički trening 2014
239	XIX. Hrvatski simpozij osoba s invaliditetom
240	Simpozij: Negativci - ozloglašene i omražene povijesne osobe iz druge perspektive
241	Peti međunarodni znanstveni skup Hrvatski kao drugi i strani jezik - V. HIDIS