



**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED**

**IZVJEŠĆE O RADU DIREKTORA I  
TURISTIČKOG UREDA O IZVRŠENJU  
PROGRAMA RADA I FINANCIJSKO  
IZVJEŠĆE  
ZA 2015. GODINU**

**Zagreb, veljača 2016.**

## Sadržaj

Uvod.....	03
1. Struktura marketing miksa	
I.    Administrativni rashod.....	08
II.   Dizajn vrijednosti.....	09
III.  Komunikacija vrijednosti.....	14
IV.  Distribucija i prodaja vrijednosti.....	20
V.   Interni marketing.....	25
VI.  Marketinška infrastruktura.....	26
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.....	48
Prilog 5. Potpora razvoju DMO-a.....	57
Prilog 6. Volim Zagreb.....	58
Prilog 7. Oglašavanje.....	59
Prilog 8. Brošure i suveniri.....	62
Prilog 9. Analiza posjećenosti web stranica.....	64
Prilog 10. Sajmovi i prezentacije.....	78
Prilog 11. Rezultati anketiranja turističkih grupa na Kaptolu..	80
Prilog 12. Press Cut analize.....	85
Prilog 13. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama...	110
Prilog 14. Popis održanih skupova prema evidenciji TZGZ....	111

## UVOD

Izvešće o radu direktora, ostvarenju Programa rada i financijsko izvješće Turističke zajednice grada Zagreba (TZGZ), prikaz je obavljenih aktivnosti tijekom 2015. godine, ostvarenih u skladu s Programom rada i sukladno odlukama Turističkog vijeća, Nadzornog odbora i Skupštine.

Turistički dolasci i noćenja u 2015. godini ostvareni su i realizirani iznad predviđanja, (predviđeno 1.000.000 dolazaka i 1.750.000 noćenja, realizirano 1.023.126 dolazaka i 1.777.936 noćenja) te pokazuju rast u odnosu na 2014. godinu od 12% u dolascima i 13% u noćenjima. U dolascima su na prvom mjestu gosti iz Koreje, zatim slijede gosti iz Njemačke, SAD-a i Italije. Značajnije promjene u poretku dolazaka bilježimo za posjetitelje iz Kine koji su se s 13. mjesta pomaknuli na 7. mjesto te za posjetitelje iz ostalih azijskih zemalja koji su se s 25. mjesta pomaknuli na 19. mjesto.

U odnosu na 2014. godinu bilježi se povećan interes za organizaciju skupova i događanja vezanih uz poslovni segment. Interes je vidljiv kako u zemljama EU tako i na dalekim tržištima, osobito u SAD-u, Kini i Indiji. 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 2015. godine povećani su za 3,17% u odnosu na 2014. godinu i to 7,69% u hotelima s 5 zvjezdice, 0,82 % u hotelima s 4 zvjezdice, 7,21 % u hotelima s 3 zvjezdice dok u hotelima s 2 zvjezdice smještajni kapaciteti padaju za 18,55%. Smještajni kapaciteti u hotelima s 4/3 zvjezdica ostali su nepromijenjeni. Do ovih razlika došlo je uslijed otvaranja novih hotela s 3 zvjezdice (Hotel Raca i Hotel The Loop), promjene kategorizacije (Hotel Antunović Sessete iz 2 u 3 zvjezdice), te promjene smještajnih kapaciteta nakon provedenog upravnog postupka ponovne kategorizacije (Hotel Westin, Hotel Antunović Zagreb, Hotel Doubletree by Hilton Zagreb, Hotel Dubrovnik i Hotel Central).

### SMJEŠTAJNI KAPACITETI:

SMJEŠTAJNI KAPACITETI						
HOTELI	2015		2014		index'15./'14	
	Sobe i ap.	Postelje	Sobe i ap.	Postelje	Sobe i ap.	Postelje
5*	863	1.540	806	1.430	107,07	107,69
4*	1.750	3.092	1.762	3.067	99,32	100,82
4/3*	14	37	14	37	100,00	100,00
3*	1.219	2.215	1.160	2.066	105,09	107,21
2*	131	281	160	345	81,88	81,45
<b>Ukupno:</b>	<b>3.977</b>	<b>7.165</b>	<b>3.902</b>	<b>6.945</b>	<b>101,92</b>	<b>103,17</b>

U 2015. godini broj privatnih smještajnih objekata povećao se za 46,38% u odnosu na 2014. godinu, a njihovi smještajni kapaciteti povećali su se za 41,53% u odnosu na 2014. godinu.

PRIVATNI SMJEŠTAJ	2015		2014		index'15./'14	
	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje
	931	3.476	636	2.456	146,38	141,53
<b>Ukupno:</b>	931	3.476	636	2.456	146,38	141,53

U 2015. godini zabilježeno je smanjenje broja hostela za 2,27% i njihovih smještajnih kapaciteta za 2,58% u odnosu na 2014.g.

HOSTELI	2015		2014		index'15./'14	
	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje
	43	2.074	44	2.129	97,73	97,42
<b>Ukupno:</b>	43	2.074	44	2.129	97,73	97,42

Strategije marketinške politike TZGZ u 2015. 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 2015. 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 30 turističkih sajмова i 9 kongresnih burzi u 24 zemlje, od toga na 17 turističkih sajмова samostalno, a 13 u suradnji s HTZ-om. U suradnji s predstavništvima HTZ-a, veleposlanstvima RH, Croatiom Airlines ili samostalno održano je 32 prezentacija / poslovnih radionica u 19 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. Po dolascima i noćenjima iz zemalja u kojima su vođene kampanje za određena razdoblja u godini se može vidjeti izrazita uspješnost vođenih kampanja.

Potrebno je istaknuti da je u 2015. godini prema statistikama i analizi objavljenog materijala u stranom tisku objavljeno 150 članka o Zagrebu u 118 novinskih naslova, ukupne vrijednosti 11.817.800 kn. U 2015. godini TZGZ je ugostila ukupno 483 turistička agenta te 246 novinara iz 37 različitih zemalja.

U 2015. 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. Zbog velikog broja dolazaka i noćenja korejskih gostiju, u 2015. godini brošura Korak po korak prevedena je na korejski jezik. Aktualizirane su i otisnute brošure Gornji grad, brošura Muzeji i galerije na hrvatskom i engleskom jeziku, Kulturni vodič, letak Kumice s Dolca, brošura Glazba u zagrebačkim crkvama, brošura Zagrebački vremeplov, Smještaj u Zagrebu, Weddings in Zagreb i mjesečni Program priredaba. Novost su turističke novine pod nazivom Zagreb4You koje se izdaju na hrvatskom i engleskom jeziku jednom mjesečno i koje svojim novim modernim pristupom u prezentaciji turističkog sadržaja inozemnim i domaćim posjetiteljima donose razne zanimljivosti i korisne informacije vezane uz atrakcije, događanja i život grada. Ostvarena je i suradnja s britanskim časopisom Time Out koji je izdao godišnji vodič Zagreba magazinskog tipa Time Out Zagreb, s posebnim naglaskom na bogatu kulturnu, gastronomsku i ugostiteljsku ponudu grada.

Ostvarenje ciljeva 5. i 6.

S ciljem sustavnog razvoja Zagreba kao poželjne i sadržajima atraktivne destinacije nastavljeno je s uspješnim projektom Zagrebački vremeplov koji je osuvremenjen novom vizurom, a u okviru kojega se od proljeća do jeseni održava niz, za posjetitelje potpuno besplatnih manifestacija: Promenadni koncerti i Plesne večeri na Zrinjercu, Promenadni koncerti Puhačkog orkestra ZET-a nedjeljom na Zrinjercu, Promenadni koncerti u parku Maksimir, Tkalčijana, Kumice s Dolca, Gornji grad u prošlosti, Smjena straže Počasne satnije Kravat pukovnije, Folklorna scena, Gornjogradske glazbene vedute i Gornji grad u prošlosti. I ove godine podržani su projekti kao što su Ljeto na Štrosu, INmusic festival, interaktivna noćna tura Tajne Griča, Zagrebačke ljetne večeri, Cest is d'best, 50. Floraart, 49. Međunarodna smotra folklor kao najstarije manifestacije i dr. Tijekom jeseni pokrenut je i novi festival pod nazivom „Vintage Zagreb festival“, po uzoru na veliki broj sličnih festivala koji su posljednjih godina pokrenuti u mnogim europskim i svjetskim destinacijama.

Slijedom višegodišnjih napora uložениh u promociju i sadržaje, projekt Advent u Zagrebu razvio se u cjeloviti i najjači turistički proizvod Grada Zagreba. Ovogodišnji Advent donio je rekordnu posjećenost gradu tijekom prosinca zahvaljujući do sada najbogatijim sadržajima i jakim promidžbenim aktivnostima u Hrvatskoj i inozemstvu. Postojeće lokacije u gradu tijekom Adventa kontinuirano unapređuju svoju ponudu i program te sukladno tome podižu razinu kvalitete cjelokupnog projekta, pri čemu se prije svega ističe klizalište, Ledeni park na Tomislavom trgu, koji je u 2015. godini unaprijeđen novim atraktivnim ledenim vidikovcem. Fuliranje se programski, uz već postojeću Tomićevu ulicu, proširilo na Kurelčevu ulicu čineći tako uz Europski trg novi

urbani prostor za adventska događanja. S velikim uspjehom pokrenut je niz novih atraktivnih projekata kao što je Adventski kalendar koji se odnosio na revitalizaciju i oživljavanje četiri zapuštena i neotkrivena dvorišta i prolaza Donjeg grada adventskim vikend događanjima, kao i Festival božićnih kolača i kolačića te „Zagrebačka božićna bajka“ na Trgu bana Josipa Jelačića. Advent u Zagrebu se proširio i na Gornji grad manifestacijom Božić starog Zagreba u Galeriji Klovićevi dvori čiji je program upotpunila izrada ledene skulpture na platou Gradec te prigodna iluminacija samog platoa. U svakom slučaju treba spomenuti i aktivnosti organizatora Božićne bajke na Trgu bana Jelačića što je posebno istaknulo atraktivnost središnjeg gradskog prostora i upotpunilo sva adventska događanja.

U sklopu tradicionalnog darivanja božićnog bora europskim metropolama, ove godine bor je darovan gradu Sarajevu, što je ujedno bila prigoda za promidžbu Adventa u Zagrebu kao i cjelokupne turističke ponude grada.

Sve navedene aktivnosti doprinijele su izboru Zagreba za 2016 European Best Christmas Market u sklopu izbora nezavisnog internet portala European Best Destinations koji je proveden među samim turistima i posjetiteljima.

- 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 12% u odnosu na 2014. godinu u dolascima i 13% u noćenjima. Prema podacima o boravišnoj pristojbi, u 2015. godini u Zagrebu je zabilježeno ukupno 1.023.126 dolazaka i 1.777.936 noćenja. U 2015. godini je prvi puta od statističkih mjerenja ostvareno 1.000.000 dolazaka u gradu Zagrebu.

- 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 sustavnom edukacijom potaknuti mlade na promišljanje o vlastitom gradu kao poželjnoj turističkoj destinaciji. Također, projektom se kod učenika želi podići svijest o učincima turizma i u konačnici svijest o tome da su svi lokalni stanovnici, a samim time i učenici, značajni dionici uspješnosti Zagreba kao turističke destinacije.

- Ostvarenje cilja 10.

Pod okriljem Turističke zajednice grada Zagreba funkcionira pet turističkih informativnih centara koje je tijekom godine posjetilo 450.397 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 - nagrada Best Christmas Market 2016. za Advent u Zagrebu, organizacija European Best Destinations, Bruxelles, Belgija, 2015,
- TZGZ - Grad Zagreb – 6. najbolja destinacija u Europi prema organizaciji European Best Destinations, Bruxelles, Belgija, 2015,
- TZGZ – Grad Zagreb – nagrada „New Travel Routes Award 2015 - Most Cultural Spirit Journey“, od časopisa „U Magazine“ (hongkonški vodeći turistički magazin), Hong Kong, 2015.,

- TZGZ - Best digital award za aplikaciju „Zagreb Be There“ na prvom Europskom festivalu turističke promocije, Rueil Malmaison, Francuska, 2015.,
- TZGZ - nagrada MIXX za najbolju mobilnu aplikaciju „Zagreb Be There“ na festivalu tržišnih komunikacija „Dani komunikacija“, Rovinj, 2015.,
- TZGZ – priznanje za inovaciju godine za aplikaciju „Zagreb Be There“ , Dani hrvatskog turizma, Poreč, 2015.,
- TZGZ – nagrada Simply the Best za aplikaciju „Zagreb Be There“ u kategoriji Inovativni projekt u turizmu, Trakošćan, 2015.

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

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

Sukladno usvojenom Programu rada za 2015. 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 2015. godinu sredstva su utrošena za Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika, izdatke za prijevoz i ostale rashode za radnike.

### 2. Rashodi ureda

Ured Turističke zajednice grada Zagreba u 2015. godini je provodio sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Zagreba i koordinirao izvršenje Programa rada i financijskog plana u 2015. godinu.

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

### 3. Rashodi TIC - evi

Temeljni poslovi prikupljanja, ažuriranja i davanja informacija u izravnom kontaktu s posjetiteljima kao i putem telefona te elektronske pošte, obavljani su u svim info-centrima tijekom 2015. godine. Jednako tako, informacije koje se odnose na najrazličitija događanja u našem gradu, redovito su prikupljane te pripremane i publicirane u mjesečniku „Program priredaba“.

Prethodno opisani poslovi obavljani su putem pet stalnih info-centara (Trg bana J. Jelačića 11, Međunarodna zračna luka Zagreb, Autobusni i Glavni željeznički kolodvor te kula Lotrščak) tijekom cijele godine. Ovakva raspoređenost info-centara ukazuje da na svim najznačajnijim prometnim punktovima tzv. „ulazima“ u Zagreb postoji i djeluje turistički info-centar kako bi svi posjetitelji mogli na što jednostavniji način doći do željenih informacija. Radno vrijeme svih info-centara je svakodnevno tijekom cijele godine, a svega četiri dana u godini info-centri nisu dostupni posjetiteljima.

Osim navedenog, u skladu s potrebama u posebnim prigodama uspostavljeni su i dodatni privremeni info-punktovi (Međunarodna zračna luka Zagreb, Zagrebački velesajam, pojedini hoteli), koji su u pravilu bili potpora nekim značajnijim kongresnim skupovima te sportskim natjecanjima.

Na velikom elektronskom panelu (215 x 130 cm), postavljenom u središnjem izlogu svakodnevno se najavljuju najznačajnija događanja u gradu, a ujedno se i emitiraju promotivni turistički filmovi o Zagrebu.

Početak 2015. godine u manjem dijelu izloga koji je okrenut prema Trgu bana Jelačića postavljen je tzv. „multitouch kiosk“, putem kojeg posjetitelji mogu sami tijekom 24 sata doći do željenih turističkih informacija. Ovakvim tehnološkim rješenjima postignut je najviša razina ažurnosti u istodobnoj najavi većeg broja događanja kao i u dostupnosti informacija.

U skladu s potrebama, kroz godinu su povremeno za rad u svim info-centrima korištene i usluge studenata osposobljenih za poslove informatora.

Tijekom cijele godine u svim info-centrima vođena je i dnevna statistika o broju inozemnih i domaćih posjetitelja koji su došli i osobno zatražili neku od informacija. Značajno je istaknuti da je u tri navrata tijekom godine u središnjem TIC-u evidentirano više od 2.000 posjetitelja dnevno i to prvog i posljednjeg dana u mjesecu kolovozu (2.400 i 2.050). Posebno je vrijedan podatak da je najveći broj posjetitelja TIC-a evidentiran 1. prosinca i da je bilo 2.797 osoba. Iz toga proizlazi da je svaki od informatora toga dana u prosjeku opslužio 466 stranaka. Uz ove podatke vrijedno je spomenuti i da je najveći broj ino-posjetitelja evidentiran također u središnjem TIC-u i to na dan 1. kolovoza (1.600).

Prema već višegodišnjoj uhodanoj praksi i tijekom 2015. godine turistima, ali i svim građanima Zagreba na usluzi su bili – „hodajući 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. U razdoblju od travnja do listopada (4 para), svakodnevno su turistima, gostima grada i Zagrepčanima pomagali u snalaženju i izravno davali tražene informacije.

Obrađeni statistički podaci o broju posjetitelja u svakom pojedinom info-centru, prikazani su tabličnim i grafičkim prikazima. **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 košarice oplemenjuju turistički atraktivne lokacije te turistima čine boravak u Zagrebu ugodnijim stvarajući ugođaj kontinentalnog grada s mediteranskim, opuštenim šarmom i klimu dobrodošlice. Cvjetne su košarice i u 2015. godini postavljene u centru grada – na rasvjetnim stupovima, zidnim svjetiljkama i kandelabrima.

### **2. Potpora događanjima**

Zagreb je kulturno, znanstveno, gospodarsko, političko i administrativno središte Republike Hrvatske te se u njemu tijekom godine održavaju brojne manifestacije i projekti međunarodnog karaktera, koji svojim programima obogaćuju turističku ponudu, generiraju dolaske i noćenja, rezultiraju povećanom turističkom potrošnjom i u konačnici doprinose pozicioniranju grada Zagreba kao atraktivne turističke destinacije.

Navedenim projektima i manifestacijama pristupa se s posebnom pažnjom te im se u cilju obogaćivanja turističke ponude i poboljšanja uvjeta boravka gostiju pruža savjetodavna, promidžbena, logistička i financijska potpora.

Potpore su se dodijelile za posebne projekte, sport, u koordinaciji s gradom, zatim za božićna i novogodišnja događanja, kulturu, modu, festivale, suradnju sa sustavom TZ, suradnju s udrugama, suradnju s KUD-ovima, donacije u kulturi, projekte TZGZ te projekt Volim Zagreb.

Potpore posebnim projektima prvenstveno se odnose na tematske razglede grada, niz tematskih manifestacija kojima se obogaćuje eno i gastro ponuda grada te ostale individualne projekte. Većina planiranih projekata je realizirana, dok su uslijed objektivnih razloga otkazani projekti Zagrebačkim krovovima, Izbor najljepše terase, okućnice, ulice i parka, Klopa s klupa, eno projekt Zagrebačkim ulicama, Zagrebački festival vina, Barmen cup i Parking za kampere. Sredstva za Festival hrane i vina nisu doznačena zbog neispunjavanja obveza organizatora. Tijekom godine iz stavke neplanirano pružena je potpora uređenju brdsko biciklističke staze na Medvednici, gostovanju umjetnice Iris Brosch i za World Top Model Croatia.

Sredstva se odvajaju za potpore sportskim događanjima koja prvenstveno utječu na povećanje dolazaka i noćenja, budući da se radi o manifestacijama čiji sudionici dolaze izvan Zagreba i Hrvatske. Prvenstveno se radi o nizu tradicionalnih međunarodnih natjecanja, odnosno prvenstava za koja grad Zagreb dobije domaćinstvo organizacije. Potpore su dodijeljene za natjecanja u sljedećim sportovima: skijanje, tenis, judo, ženski nogomet, mačevanje, maraton, badminton, plivanje, nogomet, jedrenje, squash, skijanje na vodi, biciklizam, kanuing, odbojka na pijesku, stolni tenis, tenis u kolicima, ribolov, hokej na travi, taekwondo, klizanje, mali nogomet, hokej na ledu, triatlon, karate, kickboxing, speedminton, a održano je i svjetsko prvenstvo u preciznoj orijentaciji. Međunarodno natjecanje u sinkroniziranom klizanju Trofej Zagrebačkih pahuljica nije održano, dok se suradnja nije realizirala za Zagrebačku biciklijadu. Neplanirana potpora tijekom godine pružena je za manifestacije 20. Međunarodna žumberačka utrka, XIII. Zagreb karate Fest Top Ten, Međunarodni kickboxing turnir Croatia Open i Balon klub Zagreb-sudjelovanje na svjetskim zračnim igrama.

Dio predviđenih potpora dodjeljivao se 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 prerastao je u najznačajniji turistički projekt grada Zagreba, a epilog višegodišnjeg truda te znatnog ulaganja u promociju i sadržaje je proglašenje zagrebačkog Adventa najboljom božićnom manifestacijom u Europi. Realizirano je niz manifestacija, u suradnji i koordinaciji TZGZ realizirano je gotovo trideset projekata. Od novih projekata izdvajaju se izrada ledene skulpture na Platou Gradec i Božić starog Zagreba u Klovićevim dvorima, čime je nakon nekoliko godina ponovno napravljen iskorak u širenju adventskih sadržaja na Gornji grad. Iako nisu realizirani projekti Klasika i jazz na Cvjetnom, Veseli božićni tramvaj, novogodišnji projekt Playground NYE, Advent u MUO i Kapulica i lampioni, Advent je bio bogat sadržajima. Iz neplaniranih sredstava pokriven je trošak postavljenja još dvije adventske kugle te su pružene potpore za Božićni koncert Klinaca s Ribnjaka, projekt Discover Zagreb udruge AIESEC, najveću maketu željeznice JI Europe u adventskom izdanju, Barbarinje u Rudama, Božićni koncert u katedrali te spomenuti projekt Božić starog Zagreba u Klovićevim dvorima i iluminaciju platoa Gradec u sklopu istog. Šesti po redu božićni bor, nakon Beča, Rima, Berlina, Budimpešte i Ljubljane, grad Zagreb darovao je gradu Sarajevu. Interes medija bio je izniman te se radi o možda najuspješnijem predstavljanju Adventa u europskim metropolama. Rezultati spomenutog predstavljanja Adventa u Zagrebu vidljivi su i u statističkim podacima za prosinac

2015. godine, budući da su gosti iz Bosne i Hercegovine na drugom mjestu u dolascima (porast od 44%) i noćenjima (porast od 38%).

Podržana su tradicionalna događanja od posebnog kulturnog i turističkog značaja kao što su: međunarodna vrtna izložba Floraart koja je u 2015. godini obilježila 50. obljetnicu održavanja, 49. međunarodna smotra folklor, AMADEO ljetna kazališno-glazbena scena, Ljetne noći Teatra Exit, jubilara deseta Noć muzeja pod nazivom „Izumi i otkrića-Nikola Tesla univerzalni um“, a podržani su i Gastro dani Udruženja ugostitelja Zagreba. U okviru festivala Francuske u Hrvatskoj („Rendez-vous“), koji je obuhvaćao višemjesečni program u različitim područjima, podržane su manifestacije Bijela noć i Veliki francuski piknik u Maksimiru što je dodatno obogatilo kulturnu ponudu grada Zagreba. Isto tako podržan je novi atraktivni projekt u kuli Lotrščak, radiofonični teatar HOERSPIEL: mala igra za slušanje i gledanje.

Sredstva za projekte Gourmingle, Glazbeni salon Gvozdanović, Dan Uspinjače, Kolaž umjetnosti u Miškecovom prolazu-umjetnost nije prolazna, Krave u gradu, Čuvaj se' i 'Ljubav je što želiš', izložbe Sophie Calle i Tracy Emin u sklopu 8. Zagrebi! Festivala, Izložba i gostovanje Daniela Libeskinda 'Never say the Eye is Rigid: Architectural Drawings', Cool Zagreb, Zagreb Living Room, Winter Comedy Fair-Lisinski se smije, nisu ostvarena zbog tehničke nemogućnosti realizacije projekata ili iz nedostatka financijskih sredstava iz drugih izvora financiranja.

Udruzi Pimp my pump pružena je potpora za oslikavanje i očuvanje starih zagrebačkih pumpi „železni franceki“ na frekventnim lokacijama u gradu i izložbu na Glavnom kolodvoru koju je Udruga dodatno organizirala te obogatala turističku ponudu svojim zanimljivim programom.

Neplanirana sredstva u kulturi ostvarena su za koncert „Vivalthis, 4seasons by Matej Meštrović“ na Bundeku, izložbu fotografija „Zagreb-Simfonija fontana“ i za izložbu „Remek-djela iz zbirke Farnesina“ koja se održala u Muzeju suvremene umjetnosti.

Od modnih događanja podržan je Fashion Week Zagreb koji se etablirao kao modni događaj na nivou najpoznatijih svjetskih Fashion Weekova na kojem sudjeluju domaći i strani dizajneri.

Festivalska ponuda je kao i prethodnih godina bila iznimno bogata te su realizirani filmski, glazbeni, plesni i kazališni festivali. Uz već tradicionalno uspješne festivale poput Festivala vatrometa, Festivala sv. Marka, Cest is d' Best-a, Ljeta na Štrošu, Ljetnog kina Gradec, Zagrebačkih ljetnih večeri, Zagreb film festivala, Festivala turističkog filma, Fantastik Zagreb festivala, prvo izdanje Vintage Zagreb festivala zasigurno je obilježilo bogatu festivalsku sezonu Zagreba. VIP jazz festival nije realiziran, dok su neplanirana sredstva dodijeljena za Martinje i Cro-a-Porter.

TZGZ već niz godina uspješno surađuje s turističkim zajednicama unutar sustava pružajući im potpore za predstavljanje njihovih manifestacija u Zagrebu ili za turistički atraktivne programe na njihovom području kao što su primjerice međunarodna Unska regata, Unske noći i Kestenijada u Hrvatskoj Kostajnici. U 2015. godini pružena je potpora TZG Lepoglave za predstavljanje Međunarodnog festivala lepoglavске čipke u Zagrebu i TZG Nove Gradiške za prezentaciju turističke ponude Nove Gradiške u Zagrebu. Predstavljanja drugih turističkih zajednica u Zagrebu upoznaju građane grada Zagreba i turiste s bogatstvom i raznolikošću kulturne, povijesne i tradicijske baštine tih područja.

TZGZ pruža potporu nizu udruga u Zagrebu koje promoviraju tradicijske vrijednosti, odnosno čije su aktivnosti neposredno povezane sa turizmom. Potpora je tako u 2015. godini pružena Društvu turističkih vodiča Zagreba, Udruzi Plemička mladež za Jelačić bal kao i udruzi nastavnika u djelatnosti ugostiteljskog obrazovanja. Nastavljena je i suradnja s Narodnim sveučilištem Sesvete na nizu manifestacija koje se ostvaruju na području Gradske četvrti Sesvete. Udruga Svijet tišine nije ostvarila predviđena sredstva dok su neplanirana sredstva izdvojena za 11. Susedgradske jeseni i nastup Hrvatskog kulturnog društva iz Aucklanda u Zagrebu pod nazivom „Ujedinjeni u hrvatskoj pjesmi“.

Bogato tradicijsko nasljeđe Zagreba i okolice čuvaju brojna kulturno-umjetnička društva s područja grada Zagreba prikazujući ga kroz svoje običaje, plesove i pjesme, ali i edukativne radionice, stoga se istima pruža potpora za različite programe tijekom godine.

Putem donacija u kulturi pružena je potpora institucijama koje doprinose promidžbi grada Zagreba u Hrvatskoj i u inozemstvu te obogaćivanju turističke ponude grada Zagreba kao što su Ansambl Lado, Zagrebačke mažoretkinje, Hrvatsko narodno kazalište, Park prirode Medvednica, Javna ustanova „Maksimir“ i Botanički vrt PMF-a. Kao važnim nositeljima kulturne ponude grada Zagreba, muzejima, godišnja potpora pružena je za njihove programe rada, ali i za značajne izložbe u 2015. godini. Potpore su ostvarili: Muzej grada Zagreba, Muzejsko-memorijalni centar Dražen Petrović, Etnografski muzej, Galerija Klovićevi dvori, Muzej suvremene umjetnosti, Muzej prekinutih veza, Moderna galerija, Hrvatski prirodoslovni muzej, Tehnički muzej, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika te Muzej automobila Ferdinand Budicki.

U ovoj godini održane su i značajne izložbe koje su privukle velik broj posjetitelja i obogatile turističku ponudu grada Zagreba, u Muzeju za umjetnost i obrt izložba „Herman Bollé-graditelj

hrvatske metropole“ te u Umjetničkom paviljonu izložba „Rodin u Meštrovićevom Zagrebu“ za što su također dodijeljena sredstva. U 2015. godini otvoren je i atraktivni Muzej iluzija, a sredstva su ostvarena i za uređenje Domitrovićeve kule u okviru Zagrebačke katedrale radi njenog otvaranja za javnost i turiste.

U donacijama u kulturi dodijeljena su neplanirana sredstva za Etnografski muzej tj. za projekt pozicioniranja istog kao *Pet Friendly* muzejske destinacije, prvog muzeja u Zagrebu i Hrvatskoj koji je otvoren posjetiteljima s kućnim ljubimcima.

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.

Sportski klubovi oglašavanja:

HK Medveščak	375.000
NK Dinamo	3.562.500
RK Zagreb	562.500
VK Mladost	328.125
KK Cibona	562.500
KK Cedevita	375.000

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

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

Projekti TZGZ odnose se na projekte i manifestacije koji se održavaju na otvorenom, na gradskim ulicama i trgovima. Ti projekti iz godine u godinu izazivaju pozitivne reakcije Zagrepčana koji slobodno vrijeme žele provesti na trgovima i ulicama svoga grada, a kao posebnost to zapažaju i sve brojniji turisti koji prepoznaju ovakav način prezentacije kulturnog, povijesnog i folklornog nasljeđa grada Zagreba. Ovi projekti rezultat su prijedloga i ideja djelatnika Turističkog ureda TZGZ i sugrađana, a provode se u suradnji sa stručnim organizacijama, društvima i udrugama.

Zbog povećanog interesa građana za besplatne razglede grada za Zagrepčane sredstva su povećana u odnosu na planirana.

U okviru Zagrebačkog vremeplova uspješno su realizirani svi projekti u razdoblju od travnja do početka listopada, a završetak projekta obilježen je tradicionalno na Zrinjvcu na Svjetski dan turizma uz prisustvovanje velikog broja Zagrepčana i turista. Sredstva za Svjetski dan turizma nisu u potpunosti utrošena budući da se nije pokazala potreba za dodatnim sadržajima u okviru programa.

Projekt Promenadni koncerti na Zrinjvcu u 2015. godini osvježen je novim vizualnim identitetom, a i izrađeni su i novi kostimi za sudionike projekta te obnovljeni stari, a odstupanje od predviđenih sredstava pojavilo se uslijed povećanja troškova zbog obilježavanja Dana Europe na Promenadnom koncertu i Urban bike piknika u okviru Europskog biciklističkog izazova 2015.

Za potrebe projekta Zagrebački vremeplov tiskana je brošura u dva izdanja: proljeće/ljeto te ljeto/jesen. Sukladno osvježenju vizualnog identiteta Promenadnih koncerata osvježen je i vizual brošure.

U 2015. godini nastavljeno je s projektom „Dvorišta“ kojim se otkrivaju neki od najljepših privatnih i javnih vrtova i dvorišta gornjogradske palače i tako na nov, zanimljiv i inovativan način promovira jedinstveni povijesno-urbani kompleks Gornjega grada. U odnosu na 2014. godinu kada je projekt pokrenut, novitet i posebna atrakcija u 2015. godini bilo je uključivanje u projekt kultnog dvorišta u Basaričekovoj 11 u kojemu je sniman film „Tko pjeva zlo ne misli“.

I u 2015. godini tiskana je brošura „Glazba u zagrebačkim crkvama“.

Novogodišnja folklorna večer za 2015. godinu održana je 1. siječnja 2015. godine u Gradskom kazalištu „Komedija“ te su se troškovi iste uobičajeno knjižili u 2015. godini, a zbog promjene lokacije održavanja Novogodišnjeg koncerta na istoj stavci knjižen je i trošak realizacije Novogodišnjeg koncerta: „Valceri, polke i druge špelancije“ koji se održao 1.1. 2016. godine u HNK u Zagrebu što je rezultiralo odstupanjem od planiranog.

Kako bi uljepšala blagdane Zagrepčanima i turistima, TZGZ je u suradnji s poduzećem Zrinjevac povodom Uskrsa postavila tri velike pisanice s prigodnim hortikulturnim uređenjem na Kaptolu, ispred Katedrale, a tradicionalno je na uskršni ponedjeljak održana i Uskršnja folklorna večer u Gradskom kazalištu „Komedija“ okupivši mnogobrojne turiste koji su uskršne blagdane proveli u Zagrebu.

Posebno je obilježen Dan grada Zagreba već tradicionalnim besplatnim programima za Zagrepčane i turiste kao što su razgledi grada i programi u okviru Zagrebačkog vremeplova. Tom prilikom podijeljena su i licitarska srca sudionicima razgleda grada. Sredstva za koncert Zagrebačke filharmonije (KDZ) te ostale programe na toj stavci nisu utrošena. Ostali projekti unutar Projekata TZGZ provedeni su prema planiranom.

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

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

S ciljem stvaranja i osmišljavanja novih turističkih proizvoda te veće prisutnosti turističke ponude grada Zagreba u prodajnim programima i katalozima domaćih i inozemnih organizatora putovanja, TZGZ je i u 2015. godini financijski podržala inicijative DMK, turoperatora, nacionalnog avio prijevoznika Croatia Airlines i ostalih avio prijevoznika.

Zagrebačkim destinacijskim menadžment kompanijama dana je potpora za nastup na turističkim sajmovima u organizaciji HTZ-a, 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, DMK Paraiso Mediterraneo i DMK Kompas Zagreb za izradu promotivnih materijala u kojima je poseban naglasak dan na grad Zagreb, DMK Adria putovanja za organizaciju posebne prezentacije turističke ponude grada Zagreba u Moldaviji te DMK Puh Tours za organizaciju programa Zagreb Day Trips koji je s garantiranim jednodnevnim izletima u okolicu obogatio turističku ponudu Zagreba. Nastavljena je uspješna suradnja s Croatia Airlines u svrhu promocije avio linija za Zagreb. Uz financijsku potporu, nacionalnom prijevozniku omogućen je i zajednički nastup na sajmu SITC Barcelona te je zajednički realizirano studijsko putovanje „Zagreb city break“ za agente iz Velike Britanije.

Uspješno je nastavljena suradnja i s korejskim turoperatorom Kal Tour - Hanjin Travel Service kojemu je, uz organizaciju dočeka charter letova, dana i financijska potpora za promociju na korejskom tržištu.

Navedene aktivnosti su doprinijele ostvarenju cilja - veće prisutnosti zagrebačke turističke ponude na turističkim sajmovima i u prodajnim katalozima DMK što je pridonijelo povećanju broja dolazaka i noćenja s ciljanih tržišta (npr. Južna Koreja +33% u dolascima; povećanje broja noćenja agencijskih gostiju +7% ).

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

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 2015. godini Kongresni ured je evidentirao 233 takvih skupova (241 u 2014. godini) s ukupno 44.586 sudionika (29.592 u 2014. godini). Državni zavod za statistiku je sukladno svojim poslovnim planovima obustavio praćenje poslovnih skupova, tako da za 2015. godinu nije moguće dobiti usporedive podatke s prethodnim razdobljem.

U skladu s Programom rada i financijskim planom za 2015. godinu Kongresni ured Turističke zajednice grada Zagreba pružio je pomoć organizatorima pri podnošenju 14 kandidatura, i dao potporu za organizaciju 91 skupa. Zagreb je u 2015. godini dobio 9 kandidatura za skupove koji će se održati u razdoblju od 2016.-2019. godine.

Kandidature za međunarodne skupove, kao i potpore za održavanje skupova i posebnih događanja uključuju savjetodavnu pomoć i financijska sredstva. Prema potrebi, a kada to predstavlja obvezu budućeg grada domaćina, sudjeluje se u organizaciji posebnih prezentacija.

#### **PRILOG 14.: Popis održanih skupova prema evidenciji TZGZ.**

#### **6. Projekt : Volim Zagreb**

Projekt „Volim Zagreb“ ima za cilj poticanje unapređenja turističkog okruženja, očuvanje turističkog prostora, zaštitu čovjekova okoliša kao i kulturnog, etnološkog i povijesnog nasljeđa.

TZGZ je u okviru projekta u 2015. godini nastavila suradnju sa ekološko-edukativnim udrugama koje svoje djelovanje temelje na podizanju svijesti o zaštiti okoliša i u konačnici o Zagrebu kao zdravoj i poželjnoj životnoj sredini, odnosno turističkoj destinaciji. Također, ostvarena je suradnja s Policijskom upravom Zagrebačkom i Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i sport. Nastavilo se i s poticanjem i sudjelovanjem u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora i to s posebnim naglaskom na djecu predškolske i školske dobi, kroz programe škole u prirodi, a u cilju razvijanja svijesti mlađe populacije o važnosti i učincima turizma za naš grad.

TZGZ je provela i natječaj za najbolje likovno i literarno djelo za osnovne škole i dječje vrtiće pod nazivom „Volim Zagreb“. U okviru projekta djeca od najranije dobi usvajaju saznanja o odgovornom ponašanju prema svome gradu, okolišu kao i važnosti turizma za svoj grad.

Nakon završetka natječaja organizirana je prigodna dodjela nagrada za djecu i profesore.

#### **PRILOG 6.: Volim Zagreb**

## **7. Maketa grada Zagreba**

Sredstva planirana u 2015. godini za moguće potrebe održavanja trajne makete postavljene u središtu Zagreba nisu utrošena.

## **8. Kulturni Turizam**

Kroz aktivnosti kulturnog turizma nastoji se potaknuti suradnja 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. Godišnji Kulturni vodič Zagreba sadrži datume održavanja najznačajnijih događanja u gradu Zagrebu tijekom godine - od kulturnih, zabavnih, umjetničkih do sportskih i drugih manifestacija. Vodič se tiskao na engleskom jeziku s dodatkom najvažnijih događanja na njemačkom jeziku. Letak „Jeste li znali?“ nije realiziran budući da se tijekom godine nije pokazala potreba za istim.

Brošura „Muzeji, galerije i zbirke“ nije u konačnici redizajnirana, kako je planirano, već su ažurirane informacije u odnosu na 2014. godinu i to u hrvatskoj i engleskoj jezičnoj mutaciji. Planirani redizajn odgođen je za 2016. godinu sukladno planiranom unificiranju vizualnog identiteta promidžbenih brošura TZGZ.

Brošure i vodiči distribuirani su na sajmovima na kojima je TZGZ nastupila, kao i u svim Turističkim informativnim centrima.

### **Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza**

Ostvarena je potpora za gostovanje Muzeja prekinutih veza u Švicarskoj, u Baselu. Švicarskoj publici prikazao se putujući postav Muzeja u Povijesnom muzeju Basela kao originalni turistički sadržaj što je doprinijelo afirmaciji Zagreba kao atraktivne turističke destinacije s jedinstvenim muzejom u svijetu, a ujedno to je bila švicarska premijera Muzeja.

### **Susreti s partnerima**

Održana su dva susreta 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 2015. 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-partneri Google-a), a s kojim 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. U prvim mjesecima 2015. godine oglašavanje putem Google Adwords provedeno je smanjenim intenzitetom zbog prilagodbe na novi dizajn internet stranica i promjene domene istih što se na kraju odrazilo na ostvarivanje planiranih sredstava. Informacije vezane uz Google AdWords kampanje nalaze se u prilogu.

Oglašavanje putem popularnog Googleovog video servisa YouTube službeno je dostupno u Hrvatskoj i u ostatku regije od 2014. godine. Ovaj oblik oglašavanja donosi razne mogućnosti oglašivačima za povezivanje i s lokalnom i međunarodnom publikom, što u praksi znači da se oglasi korisnicima prikazuju i prilikom pretraživanja video sadržaja i prilikom njegovog gledanja ili postavljanja.

TZGZ je na servisu YouTube oglašavala i ove godine s dva video uradka: Zagreb Summer Tour 2015. koji je pregledalo 485.740 korisnika, i Advent Zagreb Magic koji je pregledalo 1.126,105 korisnika.

Promocija niza događanja u Zagrebu provedena je kroz ljetnu (nazvanu Zagreb Summer Tour) i zimsku (nazvanu 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, željeznicom i direktnim letovima, posjet web stranicama i društvenim mrežama te značajnost tržišta.

Zagreb Summer Tour kampanja provedena je na portalima i na mrežama portala u Njemačkoj, Austriji, Italiji, Velikoj Britaniji, Švicarskoj, Španjolskoj i Mađarskoj, a Advent in Zagreb kampanja provedena je na portalima i mrežama portala u Njemačkoj, Austriji, Italiji, Velikoj Britaniji, Francuskoj, Belgiji, Sloveniji i Srbiji. Promocija na internet portalima i mrežama portala odvijala se putem banner, advertorijala 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 posječenu stranicu koja također služi kao servis za informiranje drugim portalima.

TZGZ je ove godine kreirala i tzv. „Social Hub“ na web adresi [www.lovezagreb.hr](http://www.lovezagreb.hr), koji je posvećen korisnicima i objedinjava sadržaj generiran od strane korisnika te tematske blog postove posvećene zagrebačkim atrakcijama, običajima, delicijama i slično.

Također, u 2015. godini u suradnji s agencijom Bruketa i Žinić nastavljen je rad na aplikaciji za mobilne uređaje ZagrebBeThere. Aplikacija posjetiteljima Zagreba predlaže različite tematske puteve za obilazak grada uz pomoć „pametnih“ telefona. Nova verzija aplikacije ove godine nudila je čak šest mogućih ruta. Refreshing ruta zamijenjena je sa dvije nove, Arty i New Zagreb. Svaka ruta predstavlja Zagreb na ponešto drugačiji način poput Space Explorer rute, na kojoj se nalaze lokacije svih prizemljenih planeta sunčevog 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 iz serije Pimp my Pump. Na ruti Indie Zagreb nalaze se primjerice Galerija Greta, sajam antikviteta na Britancu ili spomen-ploča Tomislavu Gotovcu *Zagreb, volim te* u Ilici. Uz spomenute rute tu je još i ruta 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 prijavljuju (check in) se na njih, a u obilasku im pomaže karta grada Zagreba. Kada se turisti prijave, na većini lokacija iz rute otključavaju jednu od nagrada, poput popusta na ulaznice ili 2-za-1 ponude za unajmljivanje bicikala. Partneri projekta su Muzej prekinutih veza, Lauba, Tehnički muzej, NextBike i Zoološki vrt grada Zagreba. Aplikacija se može preuzeti s mikrostranice [betherezagreb.com](http://betherezagreb.com) ili putem QR koda na lecima koji se mogu pronaći na svim važnijim turističkim punktovima u Zagrebu. Za potrebe proširenja adventske ponude, u ZagrebBeThere aplikaciju dodana je kroz mjesec prosinac i tzv. Adventska ruta, Foodie Zagreb i Christmas Heritage ruta koje su korisnike vodile kroz najznačajnija adventska događanja u gradu. Za potrebe aplikacije provedene su i marketinške kampanje na društvenim mrežama Facebook, YouTube, Instagram i Twitter.

Time Out Zagreb aplikacija za IOS nadograđena je novim sadržajem dok je izrađena i verzija aplikacije za Android.

Zbog korištenja „responsive“ tehnologije, koja omogućava prilagodbu stranica za sve vrste uređaja, prilikom izrade turističkih i kongresnih internet stranica nije napravljena prilagodba ZagrebPlaces i Meet in Zagreb aplikacija za tablet uređaje, što je utjecalo na ostvarivanje planiranih sredstava.

Za potrebe info kioska ( koji se nalazi u izlogu Turističkog informativnog centra na Trgu bana Josipa Jelačića 11) kreirana je aplikacija kojom se prezentiraju sve osnovne turističke informacije u Zagrebu što omogućuje korisnicima cjelodnevni pristup informacijama za vrijeme posjete Zagrebu. Također, dio aplikacije poseban naglasak stavlja na događanja u Zagrebu.

Nastavljeno je i s održavanjem postojećih profila TZGZ na društvenim mrežama: Facebook, Twitter, Flickr, Google+, LinkedIn, Pinterest, Instagram, a YouTube profil konstantno je nadopunjavan novim filmovima, dok je Blogspot profil nadopunjavan novim tekstovima i fotografijama.

**Instagram** - Početkom 2015. broj fanova je bio 625, dok je početkom 2016. broj fanova 2 397 te je i dalje u porastu. Instagram profil TZGZ povezan je i s ostalim društvenim mrežama, na kojima je TZGZ zabilježila porast fanova u trenutku podjele postova s Instagrama na istima. Otvaranje profila na Instagramu se pokazalo odličnim za još bolje povezivanje s fanovima, odnosno turistima i građanima grada Zagreba.

**Facebook** - na Facebook-u se bilježi konstantan porast broja fanova. Početkom 2015. godine broj fanova je bio 34.365, a početkom 2016. 38.593 s konstantnom tendencijom rasta. 128.475 ljudi se prijavilo na Facebook stranicu TZGZ. Fanovi dolaze ponajviše iz: Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Njemačke, SAD, Italije, Srbije, Makedonije, Austrije, Slovenije, Mađarske. 58% fanova čine žene, a 41% 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 2016. godine je 6.245, što je porast od 1.972 followera u odnosu na početak 2015. godine. Dnevno se na Twitteru objavljuje prosječno 15 postova, od kojih je svaki u prosjeku retweetan 20 puta, a mjesečne impresije tweetova su u prosjeku 100 tisuća. Twitter također bilježi porast, kako u broju followera (pogotovo stranih korisnika), tako i u povećanju komunikacije i prepoznatljivosti od strane korisnika te društvene mreže, pogotovo nakon objave Zagreba kao najbolje adventske destinacije.

#### 1.1.1. Newsletter i B2B Alert obavijesti

Osnovna funkcija newslettera TZGZ je redovito obavještanje i komuniciranje s novinarima, ali i s ostalim ciljnim skupinama poput veleposlanstava, putničkih agencija, hotela, predstavništava Hrvatske turističke zajednice, turoperatora itd., kao i sa korisnicima koji su se sami prijavili za primanje newslettera. Lista primatelja newslettera na engleskom i hrvatskom jeziku broji više od 14.000 adresa, a isti se šalje jednom mjesečno.

B2B Alert (Zagreb Travel News) ima osnovnu funkciju pravodobnog obavještanja stranih agencija i turoperatora o najvažnijim događanjima u Zagrebu. Isti se šalje jednom do dva puta mjesečno na više od 14.000 adresa.

Zbog količine planiranih projekata i izrade novog CMS-a (Content Management System) za turističke i kongresne stranice planirani potpuni redizajn Newslettera prebačen je na sljedeću godinu što se odrazilo na ostvarivanje planiranih sredstava.

#### 1.2. Internet stranica i upravljanje internet stranicama

U 2015. godini [www.zagreb-touristinfo.hr](http://www.zagreb-touristinfo.hr) i [www.zagreb-convention.hr](http://www.zagreb-convention.hr) prebačene su na nove domene [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) odnosno [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr). Sukladno tome sve e-mail adrese zaposlenika TZGZ prebačene su na odgovarajuće domene.

Završen je potpuni redizajn kongresnih stranica [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr), kojima se upravlja iz posebno razvijenog web administratora – CMS-a (Content Management System) tzv. Tourist Info CMS. 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. Web administrator – CMS (Content Management System) tzv. Tourist Info CMS za [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) stranice unaprijeđen je kako bi se olakšalo upravljanje sadržajem i uređivanje stranica. Nove [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) stranice u potpunosti su prevedene na 5 jezika (engleski, njemački, talijanski, španjolski i francuski), dok se za ostale jezike počelo s kreiranjem mikro stranica. Dio projekta prebačen je u sljedeću godinu, što se odrazilo na potrošnju planiranih sredstava. U 2015. godini napravljene su i nove web stranice [www.tzgz.hr](http://www.tzgz.hr) vezane za ustroj i rad Turističke zajednice grada Zagreba. Sadržaj [www.adventzagreb.com](http://www.adventzagreb.com) adventskih web stranica konstantno je preveden na četiri jezika: engleski, talijanski, španjolski i njemački te je konstantno nadopunjavan novim sadržajima.

Google Analytics statistički alat, koji koristi TZGZ za obradu podataka, pokazuje da je u 2015. godini web stranicu [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) posjetilo ukupno 1.859,790 posjetitelja koji su pregledali

4.931.670 stranica, web stranicu [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr) posjetilo je ukupno 52.326 posjetitelja koji su pregledali 82.237 stranica. Razlog rasta broja pregleda stranica u odnosu na prethodnu godinu je u većoj atraktivnosti i funkcionalnosti novih redizajniranih stranica i povećanom turističkom interesu za grad Zagreb. Također, razlog povećanog broja posjeta stranicama su i povećani naporu u promociji turističke ponude grada Zagreba.

Specijalizirane stranice i mikrostranice u vlasništvu TZGZ kao [www.adventzagreb.com](http://www.adventzagreb.com), [www.zagrebplaces.com](http://www.zagrebplaces.com), [www.betherezagreb.com](http://www.betherezagreb.com), [www.citybreak.infozagreb.hr](http://www.citybreak.infozagreb.hr), [www.zagreb-movies.com](http://www.zagreb-movies.com) održavane su i nadopunjivane novim sadržajima (tekstovi, video, fotografije) tijekom cijele godine.

Detaljne informacije vezane za posjet web stranicama TZGZ nalaze se u prilogu 9.

## 2. Offline komunikacije

S ciljem privlačenja i informiranja potencijalnih posjetitelja, Turistička zajednica grada Zagreba je u 2015. godini oglašavala turističku ponudu grada Zagreba kroz offline komunikacijske kanale: televizija, radio, časopisi, novine, billboard i citylight 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

Kako bi se što učinkovitije promovirala zagrebačka turistička ponuda te fokusiralo na tržišne segmente od interesa za zagrebačku turističku industriju, 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, hostel Arena, hotel President Pantovčak, hotel Delminivum, Swanky Mint hostel), DMK agencijama, organizatorima događanja i avioprijevoznicima (Croatia Airlines, Germanwings, Norwegian Air shuttle, Uniline, Konoko, Wayoudo, Vibro limes-INmusic) realizirala zajedničke promotivne kampanje.

Uspješnost zajedničkih promotivnih kampanja potvrđuju statistički podaci - veća popunjenost hotelskih kapaciteta u 2015.godini (+8% noćenja u hotelima 5\*, + 17% noćenja u hotelima 4\*, +24% noćenja u hostelima), povećanje broja agencijskih gostiju (+7% noćenja) te rekordna posećenost INmusic festivala (oko 80.000 posjetitelja iz cijelog svijeta).

Ostvarene su i samostalne promotivne offline kampanje tijekom proljeća-ljeta i zime. Proletno-ljetna kampanja pod nazivom „Zagreb Summer Tour“ ostvarena je tijekom proljeća-ljeta i lipnja putem billboard i citylight oglašavanja u Hrvatskoj, Srbiji, Sloveniji i BiH, radio kampanje na Soundset mreži u BiH tijekom srpnja te oglašavanjem zagrebačke turističke ponude na oglasnim panoima na hrvatskim plažama od lipnja do kraja rujna. Statistički podaci o porastu broja dolazaka i noćenja iz Hrvatske te s ciljanih tržišta tijekom ljetnih mjeseci su najbolji pokazatelj učinkovitosti kampanje (npr. kolovoz 2015. :+35% dolazaka i +43% noćenja domaćih gostiju, +49% dolazaka i +52% noćenja gostiju iz Srbije, +55% dolazaka i +78% noćenja gostiju iz BiH, +32% dolazaka i +30% noćenja gostiju iz Slovenije).

Zimska offline kampanja pod novim nazivom „Advent u Zagrebu“ ostvarena je tijekom studenog i prosinca putem billboard i citylight oglašavanja u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Austriji, BiH i Italiji te putem radio kampanje Advent u Zagrebu koja je realizirana u Hrvatskoj i BiH. Dodatna sredstva su uložena za dodatni zakup billboard površina i radio kampanju u Italiji što je rezultiralo povećanjem broja talijanskih gostiju od +27% u dolascima i +24% u noćenjima tijekom prosinca, a odlični rezultati zabilježeni su i s ostalih tržišta (+41% dolazaka i +51% noćenja domaćih gostiju, +44% dolazaka i +38% noćenja gostiju iz BiH, +16% dolazaka i +10% noćenja gostiju iz Slovenije, +5% dolazaka i +2% noćenja gostiju iz Srbije).

S ciljem promocije Adventa u Zagrebu na dalekim tržištima, ostvarena je suradnja s aviokompanijom Turkish Airlines. Advent u Zagrebu uključen je u newsletter Turkish Airlinesa koji se distribuira kroz njihovu mrežu i prosinačko izdanje inflight magazina Skylife, a tijekom prosinca su zajednički organizirana studijska putovanja za ukupno 26 novinara iz Turske, Malezije, Japana, Tajvana, Koreje i Brazila.

Posredstvom PR agencije Hills Balfour je ostvarena suradnja s britanskom producerskom kućom Thumbs Up Productions koja je u Zagrebu od 2.- 4. listopada snimila jednu od epizoda popularne britanske TV emisije Britain's Next Top Model.

Epizoda je premijerno prikazana na britanskom TV kanalu LifetimeTV 11. veljače 2016. godine, a bit će reprizirana te prikazana na više TV kanala diljem svijeta. Popularnost ove emisije te visoka gledanost na jednom od najznačajnijih emitivnih tržišta, odlična su platforma za dodatnu promociju Zagreba mladoj i urbanoj publici željnoj novih iskustava koje im Zagreb može ponuditi. Dodatno, slijedom kontakta ostvarenog za vrijeme turističkog sajma KOTFA 2014., producerska kuća E.Planet iz Koreje odlučila je u srpnju snimiti novu reality emisiju Friends u Zagrebu i Hrvatskoj. Turistička zajednica grada Zagreba ugostila je TV ekipu te korejskim producentima pružila logističku potporu.

Tijekom godine je u blizini Međunarodne zračne luke Zagreb je zakupljena bigboard površina na

koju je aplicirana pozdravna poruka posjetiteljima Zagreba na odlasku, s natpisom „doviđenja“ na više stranih jezika.

## **2.2. Promotivni pano i displeji**

Za potrebe oglašavanja u blizini Međunarodne zračne luke Zagreb izrađena je pozdravna poruka posjetiteljima Zagreba na odlasku, s natpisom „doviđenja“ na više stranih jezika, koja je tiskana na tzv. big board platnu.

Također je naručena izrada grafike za pop up konstrukciju s motivima Zagreba i Hrvatske koja je korištena pri zajedničkom predstavljanju Turističke zajednice grada Zagreba i Hrvatske turističke zajednice u Milanu, a u okviru izložbe fotografija Davora Rostuhara „Hrvatska i Zagreb iz zraka“. Osim toga, naručeni su i promotivni panoi za potrebe promocije Adventa u Zagrebu – izrađena je grafika za tzv. veliki banner za prezentaciju te manifestacije u Zagrebu te dodatno roll up banner s adventskim vizualom na talijanskom jeziku za potrebe posebne prezentacije koja je održana u Rimu.

## **2.3. Promotivni pano i displeji / kongresni ured**

Za aktivnosti u 2015. godini, osim ranije izrađenih promotivnih panoa producirana su i dva nova roll up banner (kongresni i incentive) za korištenje na kongresnim burzama i radionicama.

## **2.4. Idejna rješenja novih oglasa / kongresni ured**

Za potrebe Kongresnog ureda dizajnirana je serija od tri kongresna oglasa, za prvenstvenu primjenu kod offline oglašavanja.

## **2.5. Opće oglašavanje**

Promocijske aktivnosti usmjerene su k suradnji s medijima kroz objavljivanje oglasa u tisku, 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 i događanja u svrhu djelotvorne promidžbe i stvaranja prepoznatljivog imidža grada.

### **2.5.1. Oglašavanje u tisku**

S ciljem informiranja o događanjima u Zagrebu te stvaranja pozitivne slike o Zagrebu kao turističkoj destinaciji, Turistička zajednica grada Zagreba je tijekom 2015. godine objavljivala oglase i PR tekstove u domaćim i stranim tiskanim medijima. Većina oglasa bila je popraćena i besplatnim PR člancima o Zagrebu.

Objavljeni su oglasi u značajnim strukovnim publikacijama kao što su: Reise Aktuell, Bus Blicpunkt 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 Travel Weekly (namijenjeni putničkim agencijama i turoperatorima na području Velike Britanije).

Turistička ponuda grada Zagreba (posebno proljetno-ljetna događanja te Advent u Zagrebu) predstavljeni su i u inozemnim tiskanim medijima namijenjenima širokoj publici. Tako je u svibanjskom izdanju magazina Conde Nast Traveller UK izašao advertorial o Zagrebu s najavom najvažnijih događanja, a u listopadu je objavljen oglas Adventa u Zagrebu u prilogu Reisen njemačkih dnevnih novina Die Welt. Od posebnog značaja je i objava oglasa u travanjskom izdanju inflight magazina KLM-a Holland Herald te svibanjskom izdanju Lufthansa inflight i Lufthansa Exclusive magazina čiji je ukupni doseg više od 1,5 milijuna čitatelja mjesečno.

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

S obzirom da je u 2015. godini ostvaren veći broj noćenja s tržišta na kojima se TZGZ intenzivnije oglašavala (npr. Njemačka +11%, SAD +28%, Slovenija +10% ) te da je povećan broj noćenja i agencijskih (+7%) i individualnih posjetitelja (+16%) ocjenjujemo da je oglašavanje bilo uspješno.

### **PRILOG 7.: Oglašavanje**

#### **2.5.2. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni ured**

Kongresni ured oglašavao je u 20 kongresno-incentive publikacija i online izdanja koja 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 prisutnosti najvećeg broja asocijacija i korporacija kojima se nastoji predstaviti Zagreb.

### **PRILOG 7.: Oglašavanje**

#### **2.5.3. TV Oglašavanje**

Emitiranje promidžbenih emisija TZGZ-a tijekom 2015. godine 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.

## 2.6. **Brošure i ostali tiskani materijal**

Prema Programu rada i financijskom planu tijekom 2015. godine provedene su aktivnosti vezane uz planiranje i izradu različitih tiskanih promotivnih materijala koji su korišteni u promociji turističke ponude Zagreba kako u inozemstvu tako i u Hrvatskoj. Materijali su se koristili pri predstavljanju Turističke zajednice grada Zagreba na brojnim turističkim i kongresnim sajmovima te posebnim prezentacijama, a posjetiteljima Zagreba također su distribuirani putem turističko-informativnih centara, smještajnih objekata te posredstvom raznih organizacija, saveza, sportskih klubova, državnih institucija, udruga i drugih organizatora događanja u gradu ili prilikom njihovih predstavljanja u inozemstvu.

Kao i prethodnih godina nastavljen je dotisak brošura s osnovnim informativnim sadržajem o Zagrebu i okolici, tako da su tijekom godine obavljani dotisci brojnih jezičnih varijanti brošura „Zagreb – sve boje grada“, „Korak po korak“ i „Zagrebačka okolica“. Najveći broj brošura tiskan je na jezicima zemalja čiji gosti u Zagrebu ostvaruju najveći broj dolazaka i noćenja: engleski, njemački, talijanski, korejski, španjolski i francuski jezik, ali i na hrvatskom, bugarskom, kineskom, japanskom i ostalim jezicima. Budući da su korejski gosti nastavili ostvarivati najveći broj dolazaka u Zagreb odlučeno je da se, osim do tada aktualnih brošura „Zagreb – sve boje grada“ i „Zagrebačka okolica“, i brošura „Korak po korak“ objavi na korejskom jeziku. Organiziran je prijevod teksta na korejski, a krajem godine započet je proces narudžbe tiska same brošure.

Nastavljena je produkcija odnosno kupnja i ostalih tiskanih materijala koji su se tijekom godina pokazali iznimno korisnima za posjetitelje Zagreba ili pak traženim promotivnim artiklom pri predstavljanju turističke ponude na sajmovima i prezentacijama – višekratno su naručivani letci – planovi grada; svaki mjesec prikupljani su podaci za sada već tradicionalno izdanje-mjesečnik „Program priredaba“ kojeg Turistička zajednica grada Zagreba izdaje u engleskoj i hrvatskoj jezičnoj varijanti te dijeli gostima kroz vlastite informativne centre, ali i putem brojnih hotela i hostela, a tiskano je i novo izdanje dvojezične brošure „Gornji grad“ koja je korištena za vrijeme trajanja manifestacije Zagrebački vremeplov. Pored navedenog naručena je i određena količina turističkog vodiča na engleskom jeziku u digitalnom obliku „CD-ROM Zagreb Tourist Guide“ te su organizirana umnožavanja na DVD mediju promotivnih filmova autora Marka Vrdoljaka: „Zagreb - Pulse of the city“ te novi adventski promo film „Color Your Christmas with Zagreb“.

Za potrebe VIP gostiju, turističkih novinara i agenata na studijskim putovanjima, tiskana je manja količina tzv. image brošure-monografije „Zagreb - grad i ljudi“ i to samo u najtraženijim jezičnim varijantama (engleski i hrvatski jezik). U veljači je otisnuta brošura „Weddings in Zagreb“ koja svojim sadržajem promovira Zagreb kao atraktivnu destinaciju za organizaciju vjenčanja te je iz tog razloga korištena na sajamskim nastupima i poslovnim radionicama u zemljama koje su ranije iskazale interes za ovakvom vrstom ponude (Indija, Hong Kong, Singapur).

S obzirom na sve veću ponudu smještajnih kapaciteta izrađena je nova verzija brošure „Smještaj u Zagrebu“ u kojoj su prikazane sve vrste smještajnih mogućnosti, od hotela i hostela, pansiona do sve brojnijih jedinica privatnog smještaja. Brošura je napisana na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku i otisnuta u 10.000 primjeraka.

Potporom je podržan novi projekt na tržištu pod nazivom „Zagreb4You“. Radi se o turističkim novinama koje se izdaju na hrvatskom i engleskom jeziku jednom mjesečno i koje svojim formatom, kao i novim modernim pristupom u prezentaciji turističkog sadržaja inozemnim i domaćim posjetiteljima donose razne zanimljivosti i korisne informacije vezane uz povijest, atrakcije, događanja i život grada. U suradnji s izdavačem organizirana je i distribucija određene količine novina kroz turističko-informativne centre TZGZ-a.

Ostvarena je i suradnja s britanskim časopisom Time Out koji je izdao godišnji vodič Zagreba magazinskog tipa „Time Out Zagreb“, s posebnim naglaskom na bogatu kulturnu, gastronomsku i ugostiteljsku ponudu grada. Određeni broj tiskanih primjeraka TZGZ distribuirao na sajmovima, posebnim prezentacijama i prilikom gostovanja stranih delegacija i VIP gostiju.

## **PRILOG 8.: Brošure i suveniri**

### 2.7. **Suveniri i promo materijali**

Promocija grada na turističkim sajmovima i prezentacijama u inozemstvu, studijski posjeti novinara i agenata te brojni posjeti stranih i domaćih gostiju upotpunjeni su kontinuiranom organizacijom narudžbe suvenirskog i ostalog promotivnog materijala. Tijekom godine naručivani su suveniri čiji se dizajn vezuje direktno na već prepoznati zagrebački i hrvatski suvenir licitarsko srce koje je također sadržano u logotipu Turističke zajednice grada Zagreba pa su tako u suvenirski program uključeni licitari s natpisom „Zagreb“, označivač za knjige, USB stick, podložak za miša, nova vrsta privjeska od metala – sve u obliku srca, dok su neki drugi predmeti naručeni s dotiskom logotipa TZGZ-a (kemijske olovke, vezice za mobitel i akreditacije, dio eko vrećica te manja količina šilt kapa).

Pored toga, sa željom da se poveća promocija mobilne aplikacije Zagreb Be There, izrađen je novi suvenir TZGZ-a – silikonska oznaka za prtljagu s natpisom Zagreb Be There. Isti logotip iskorišten je i pri narudžbi jednog dijela eko non-woven vrećica te za pamučne majice s dotiskom koje su naručene u dvije boje. Za potrebe darivanja poslovnih partnera i posebnih prezentacija u prosincu naručeni su prigodni artikli: zidni i stolni kalendari, rokovnici, džepni planeri, a umjesto planiranih adventskih šalica realizirana je narudžba adventskog čaja i čokolade u posebno dizajniranim pakiranjima s vizualima Adventa u Zagrebu. Dodatno za promociju Adventa i pripremu promotivnih aktivnosti na sajmovima u idućoj godini organizirana je kupnja dvije vrste suvenira –magneta, također s logotipom Adventa u Zagrebu .

#### **PRILOG 8.: Brošure i suveniri**

##### **2.8. Zagreb Card**

Tijekom 2015. godine na ukupno 18 prodajnih mjesta prodano je 1.942 kartica od 72 sata i 863 kartica od 24 sata. U odnosu na broj prodanih kartica u 2014. godini ostvareno je povećanje u prodaji od 9,7% za Zagreb Card 72h i 3,5% za Zagreb Card 24h. 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 te uključen u ECM-ove promotivne aktivnosti u kampanji We love city cards (web, Facebook).

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

Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije tijekom 2015. 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 dodijeljeno je i 13 nagradnih putovanja u Zagreb. Na filmskim festivalima te međunarodnim skupovima, TZGZ je u 2015. godini osvojila:

1. TZGZ - Grad Zagreb – 6. najbolja destinacija u Europi prema organizaciji European Best Destinations, Bruxelles, Belgija, 2015.
2. TZGZ - nagrada MIXX za najbolju mobilnu aplikaciju „Zagreb Be There“ na festivalu tržišnih komunikacija „Dani komunikacija“, Rovinj, 2015.
3. TZGZ - Best digital award za aplikaciju „Zagreb Be There“ na prvom Europskom festivalu turističke promocije, Rueil Malmaison, Francuska, 2015.
4. TZGZ – Grad Zagreb – nagrada „New Travel Routes Award 2015 - Most Cultural Spirit Journey“, od časopisa „U Magazine“ (hongkonški vodeći turistički magazin), Hong Kong, 2015.
5. TZGZ – priznanje za inovaciju godine za aplikaciju „Zagreb Be There“ , Dani hrvatskog turizma, Poreč, 2015.
6. TZGZ – nagrada Simply the Best za aplikaciju „Zagreb Be There“ u kategoriji Inovativni projekt u turizmu, Trakošćan, 2015.
7. TZGZ – nagrada Best Christmas Market 2016. za Advent u Zagrebu, organizacija European Best Destinations, Bruxelles, Belgija, 2015.

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

### **1. Sajmovi**

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

Ciljevi sudjelovanja Turističke zajednice grada Zagreba na turističkim sajmovima su uspostavljanje kontakata s partnerima (posebno turističkim agencijama i turoperatorima), promocija turističke ponude grada Zagreba prema profesionalnoj i širokoj publici te izgradnja imidža grada Zagreba kao turističke destinacije.

U 2015. godini Turistička zajednica grada Zagreba je sudjelovala na ukupno 30 sajmova u 24 zemlje, od kojih 17 samostalno, a 13 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, agenciji Atlantis travel za nastup na sajmu FITUR Madrid, agenciji Uniline za nastup na sajmovima WTM London i FITUR Madrid, agenciji Azur Tours za nastup na sajmu ITB Berlin, agenciji Ban Tours za nastup na sajmovima ITB Berlin i WTM London; HUP-u Zagreb za nastup na sajmovima FITUR Madrid, WTM London i ITB Berlin), te im je omogućen besplatan nastup u okviru samostalnih sajamskih nastupa TZGZ-a (agenciji Atlantis za nastup na sajmovima SATTE New Delhi, COTTM Peking, ATM Dubai, KOTFA Seoul, ITE&MICE Hong Kong, ITB Asia; agenciji Obzor putovanja za nastup u Sofiji, TTR Bukurešt, COTTM Peking, ATM Dubai, ITE&MICE Hong Kong; agenciji Ban Tours za nastup na COTTM Peking, WTM Sao Paulo, ATM Dubai; agenciji Penta za nastup na EMITT Istanbul, ATM Dubai; agenciji Abacus Tours za nastup na EMITT Istanbul i ITB Asia, agenciji Paraiso Mediterraneo za nastup na B-travel Barcelona i WTM Sao Paulo, agenciji Hana Travel za nastup JATA Tokio; agenciji Great Line za nastup na ITF Taipei),

Nastupi na turističkim sajmovima, posebice onima na dalekim tržištima (SAD, Indija, Brazil, Singapur, 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.

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 dostavljeni promotivni materijali.

#### **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 devet kongresno-incentive burzi. S ciljem povećanja broja skupova i incentive putovanja, Kongresni ured je pružio potporu svojim članicama, agencijama i hotelijerima kroz sufinanciranje zakupa izložbenog prostora na burzama IMEX Frankfurt, IBTM Barcelona.

#### **PRILOG 13.: Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama**

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

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

Turistička zajednica grada Zagreba je u 2015. godini predstavila turističku ponudu grada Zagreba na ukupno 32 prezentacija i poslovnih radionica u 19 zemalja. Posebne prezentacije i radionice održane su u suradnji s HTZ-om (Sell Croatia), hrvatskim diplomatskim predstavništvima, stranim PR agencijama te samostalno u svrhu promocije Zagreba kao turističke destinacije i susreta s inozemnim turističkim partnerima. Posebno se ističu prezentacije turističke ponude grada Zagreba koje su održane u Torontu (26. veljače zajednička prezentacija s HTZ-om, najava direktnog leta Toronto-Zagreb), Barceloni (17. travnja Zagreb je predstavljen u sklopu press konferencije na temu festivalskog turizma), Beogradu (21. travnja zajednička prezentacija proljetno-ljetne turističke ponude s HTZ-om), Dubaiu (5. svibnja održana je zajednička prezentacija s HTZ-om povodom otvaranja direktnog leta Dubai-Zagreb), Budimpešti (19.-21. svibnja već tradicionalno predstavljanje zagrebačke proljetno-ljetne ponude), Londonu (10. lipnja u suradnji s PR agencijom Hills Balfour), Seoulu (10. lipnja je održana zajednička prezentacija s HTZ-om), Milanu (posebna prezentacija zdravstvenog turizma 10. ožujka, prezentacija u sklopu izložbe D. Rostuhara „Hrvatska i Zagreb iz zraka“ 14.-30. lipnja, 18. listopada prezentacija u sklopu EXPO-a), Rueil Malmaisonu (3.-6. lipnja prezentacija na 1. Europskom festivalu turizma u okviru kojeg je TZGZ osvojila 1. mjesto za najbolju mobilnu aplikaciju „Zagreb Be There“), Bakuu (23. lipnja prezentacija za agente u sklopu Europskih igara), Chicagu (2. prosinca USTOA konferencija - u suradnji s HTZ-om) te promocije manifestacije Advent u Zagrebu (Pariz 13.

listopada, Ljubljana 19. studenog, Rim 10. prosinca , Sankt Petersburg 14.-16. prosinca). Povećana aktivnost u promociji putem posebnih prezentacija i poslovnih radionica (4 više u odnosu na 2014. godinu) rezultirala je i prekoračenjem planiranog budžeta, no porast broja dolazaka i noćenja s ciljanih tržišta pokazuje da su dodatna ulaganja u promociju na ciljanim tržištima opravdana (npr. Španjolska +6 % dolazaka, Italija +5% dolazaka, Kanada +22 % dolazaka, SAD +22 % dolazaka, Južna Koreja +33 % dolazaka). S obzirom na povećani interes partnera za uključenje 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 Successful Meetings University (New York), ICJ MICE Advantage Workshop (Minhen), C&IT Forum (Waybridge, UK). 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 i drugih gradova. Time su nastavljene promotivne aktivnosti na ovom izuzetno kompleksnom i značajnom tržištu.

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

Studijska putovanja novinara organizirana su u najvećoj mjeri u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, kao i izravno od strane Turističke zajednice grada Zagreba. Tijekom 2015. godine Zagreb je posjetilo 103 studijskih grupa s ukupno 246 novinara iz 37 različitih zemalja, a najviše ih je bilo iz: Južne Koreje, Nizozemske, Austrije, Turske i Velike Britanije. Od ukupnog broja studijskih posjeta, bilo je 8 TV ekipa sa 63 osobe.

Posebnost u 2015. godini ističe Zagreb kao domaćina svečane dodjele nagrada *Zlatna penkala*, koju je Hrvatska turistička zajednica (HTZ) dodijelila 11. put zaredom stranim novinarima i blogerima za najbolje medijske objave o Hrvatskoj i njejoj turističkoj ponudi. Strani novinari iz 18 zemalja u Zagrebu su boravili 12. – 14. lipnja u pratnji 16 direktora stranih predstavništava HTZ-a, a svečanost dodjele nagrada održana je u palači Dverce. U organizaciji Turističke zajednice grada Zagreba priređen im je i prigodni program u kojem su obišli zagrebačke atrakcije.

Valja istaknuti i suradnju s aviokompanijom Turkish Airlines koja se tijekom Adventa uključila u organizaciju studijskih putovanja za ukupno 26 novinara iz Turske, Malezije, Japana, Tajvana, Koreje i Brazila.

Detaljan popis novinara po zemljama prikazan je u tablici.

DRŽAVA	BROJ STUDIJSKIH POSJETA	BROJ OSOBA
Argentina	1	2
Austrija	7	15
Belgija	2	4
BIH	1	1
Brazil	3	5
Danska	1	1
Češka	3	8
Čile	1	1
Francuska	4	4
Hrvatska	1	1
Indija	2	7
Indonezija	1	1
Italija	4	4
Izrael	1	1
Japan	4	11
Kanada	1	6
Kina	2	4
Koreja	5	48
Malezija	1	3
Mađarska	1	1
Nizozemska	9	17

Njemačka	5	14
Norveška	2	2
Poljska	3	3
Portugal	1	1
Rusija	3	12
SAD	7	10
Slovenija	1	2
Srbija	1	3
Španjolska	6	8
Švedska	2	2
Švicarska	4	9
Tajland	2	4
Tajvan	1	3
Turska	2	13
UAE	1	2
Velika Britanija	7	13
<b>UKUPNO</b>	<b>103</b>	<b>246</b>

<b>ZLATNA PENKALA</b>	<b>55 osoba</b>
-----------------------	-----------------

<b>UKUPNO NOVINARI + ZLATNA PENKALA</b>	<b>301 osoba</b>
---	------------------

Od ukupnog broja studijskih posjeta bilo je 8 tv ekipa sa 63 osobe:

DRŽAVA	BROJ TV EKIPA	BROJ OSOBA
Indija	1	5
Japan	2	7
Koreja	3	42
Nizozemska	1	4
Rusija	1	5
<b>UKUPNO</b>	<b>8</b>	<b>63</b>

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

Za domaće novinare organizirane su 3 konferencije za tisak s ciljem upoznavanja javnosti s planovima za 2015. godinu, zatim s programom manifestacije Advent u Zagrebu te svečanim obilježavanjem milijuntog dolaska u Zagreb. Također, u suradnji s Gradom Zagrebom, domaći novinari su posjetili EXPO Milano kada je Zagreb imao posebnu prezentaciju te su sudjelovali svečanoj dodjeli božićnog bora gradu Sarajevu.

#### 4. Studijska putovanja agenata

Tijekom 2015. 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 483 turističkih agenata iz 35 zemalja. U suradnji s NOOR DMC ugošćeni su agenti iz Saudijske Arabije (15.-16. svibanj i 20.-21. svibanj), u suradnji s Abacus Tours organiziran je studijski boravak španjolskih agenata u Zagrebu (ACAVE-Udruženje katalonskih putničkih agencija – 17. listopada), u suradnji s DMK Uniline podržan je studijski boravak u Zagrebu agenta iz Malezije (28.-30. listopada), u suradnji s američkim TO Mediterra ugošćeni su agenti iz SAD-a (22. rujna i 8. listopada), a u suradnji s Nur Holidays i Halal Travel & Tourism od 2.-6. prosinca ugošćeni su agenti s Bliskog istoka za koje je tom prilikom održana i prezentacija Zagreba i zagrebačke turističke ponude.

Valja istaknuti studijska putovanja Buy Croatia Zdravstveni turizam od 21.-25. travnja (ostvareno u suradnji s HTZ-om), studijsko putovanje za agente iz Velike Britanije ostvareno od 7.-10. svibanj u suradnji s Croatia Airlinesom, Buy Croatia Brazil od 25.-26. rujna (ostvareno u suradnji

s HTZ-om) u sklopu kojeg je organizirana i B2B radionica s predstavnicima zagrebačke turističke industrije koja je ocijenjena kao veoma uspješna. Studijsko putovanje za agente iz Austrije, Švicarske i Njemačke ostvareno je u suradnji s PR agencijom Gretz Communications u razdoblju od 11.-14. rujna, a studijsko putovanje Advent u Zagrebu za agente iz Velike Britanije ostvareno je od 4.-6. prosinca u suradnji s PR agencijom Hills Balfour. Agenti iz Velike Britanije bili su oduševljeni zagrebačkom turističkom ponudom tijekom Adventa i planiraju Advent u Zagrebu uvrstiti u svoje programe za 2016. godinu.

U tablici je prikazan detaljan popis turističkih agenata koji su 2015. godini u organizaciji TZGZ-a boravili u Zagrebu.

<b>Država</b>	<b>Broj studijskih posjeta</b>	<b>Broj osoba</b>
Australija	1	2
Austrija	2	14
Azerbajdžan	1	2
Bliski Istok	1	17
Brazil	2	14
Češka	1	1
Francuska	3	5
Italija	1	2
Iran	1	15
Izrael	1	10
Japan	1	26
Južna Koreja	2	12
Južnoafrička Republika	1	2
Kenija	1	
Kina	2	36
Malezija	1	12
Meksiko	2	25
Moldavija	1	20
Nizozemska	2	3
Norveška	1	1
Novi Zeland	1	2
Njemačka	3	10
Portugal	2	2
Rumunjska	1	3
Rusija	2	8
SAD	7	45
Saudijska Arabija	2	13
Slovačka	1	1
Španjolska	2	71
Švedska	2	4
Švicarska	1	6
Tajvan	5	82
Turkmenistan	1	1
UAE	1	2
Ujedinjeno Kraljevstvo	6	21
<b>Ukupno:</b>	<b>35</b>	<b>483</b>

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

Kongresni ured je organizirao ili sudjelovao u organizaciji u suradnji s agencijama 19 inspekcijskih putovanja za kongresne organizatore s ukupno 64 osobe. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, organizirano je studijsko putovanje organizatora kongresa - hosted buyera s jedne od najvećih svjetskih kongresnih burzi - IBTM. U sklopu njihova boravka u Zagrebu, organizirana je i poslovna radionica za predstavnike hrvatske kongresne industrije.

**6. Suradnja sa stranim PR agencijama**

Za promidžbu na tržištima Velike Britanije, Njemačke, Švicarske, Austrije i Indije Turistička zajednica grada Zagreba je u 2015. godini ostvarila suradnju sa stranim PR agencijama .

Promocija na njemačkom govornom području ostvarena je suradnjom sa švicarskom PR agencijom „Gretz Communications AG“ iz Berna. Suradnja se ogledala u organizaciji individualnih i grupnih studijskih putovanja za novinare i agente, pisanje i distribuciju 4 newslettera godišnje za novinare, agencije i MICE industriju, objavljivanje postova na Facebooku, Twitteru te pomoć pri izradi advertoriala za oglašavanje zagrebačke turističke ponude na njemačkom govornom području.

Organizirana su grupna i individualna studijska putovanja za ukupno 18 turističkih agenata (Švicarska, Austrija i Njemačka) te 15 novinara iz Austrije, Njemačke i Švicarske. Radi se o novinarima uglednih dnevnih i tjednih novina te specijaliziranih izdanja za turističku industriju poput Reise Aktuell, Kronen Zeitung, Sonntags Zeitung, NZZ, Merian, Bonnes Vacances, Via Journal, Fuldaer Zeitung, BAZ, Neue Luzerner Zeitung.

Zahvaljujući kontinuiranoj promociji na tržištima Austrije, Njemačke i Švicarske, u 2015. godini je zabilježen porast broja dolazaka i noćenja sa sva tri tržišta (Njemačka +6% dolasci, +11% noćenja; Austrija +7% dolasci, +12 % noćenja; Švicarska +22% dolasci, +25% noćenja).

U Indiji je ostvarena suradnja s PR agencijom „Celebrations“ uz čiju je pomoć ostvaren uspješan nastup na turističkom sajmu SATTE u New Delhiju te su organizirani B2B sastanci s predstavnicima indijskih turoperatora (MICE & leisure) tijekom godine. PR agencija je u ime TZGZ-a održavala kontakte s indijskim turoperatorima i novinarima što je rezultiralo objavom članka o Zagrebu na četiri stranice u indijskom izdanju prestižnog časopisa Forbes Life u siječnju te objavom članka o Zagrebu u Deccan Herald u svibnju. Oba članka rezultat su studijskog putovanja koje je u suradnji s PR agencijom „Celebrations“ TZGZ organizirano u 2014. godini.

Ulaganja u indijsko tržište i u 2015. godini rezultirala su porastom dolazaka (+68%) i noćenja (+96%).

Za potrebe dodatne promocije na tržištu Velike Britanije je u 2015. godini započeta suradnja s PR agencijom Hills Balfour. Suradnja se ostvarila kroz pripremu i slanje mjesečne objave za novinare, organizaciju 5 press studijskih putovanja te komunikaciju s novinarima, pripremu i distribuciju tromjesečnog newslettera za turooperatore i turističke agente, organizaciju grupnog studijskog putovanja za turističke agente u prosincu, objavljivanje postova na Facebook-u i Twitteru, predstavljanje TZGZ-a na TravMediaInternational Marketplace radionici u Londonu, pomoć pri organizaciji predstavljanja TZGZ-a na sajmu WTM London, pripremu advertoriala za magazine Select Traveller i Conde Nast te organizaciju prezentacije grada Zagreba koja je održana 10. lipnja u prostoru Veleposlanstva RH u Londonu. Zahvaljujući agenciji Hills Balfour dogovorena je i suradnja s britanskom producentskom kućom Thumbs Up koja je u Zagrebu snimila epizodu popularne TV emisije Britain's Next Top Model. Epizoda je premijerno prikazana na britanskom TV kanalu LifetimeTV 11. veljače 2016. godine, a bit će reprizirana te prikazana na više TV kanala diljem svijeta.

Ukupna vrijednost medijskih objava o Zagrebu u Velikoj Britaniji tijekom 2015. godine procijenjena je na 578.000 GBP. Očekuje se da će pojačana promocija na britanskom tržištu rezultirati povećanjem broja dolazaka i noćenja u 2016. godini.

**7. Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima**

Suradnja s ministarstvima RH i protokolarnim službama Ureda predsjednika i Ureda gradonačelnika uspješno je realizirana i u 2015. godini. Organizirani su razgledi grada za strane diplomate, visoke dužnosnike i značajne osobe, u svrhu upoznavanja grada i njegove promocije. Realizirana su 52 razgleda grada, a u navedenim prigodama dijeljeni su promotivni materijali, kao i organizirani posjeti muzejima i galerijama te ostalim značajnijim gradskim atrakcijama.

Poslani su promotivni materijali Veleposlanstvu RH u Jakarti te Udruzi Hrvata u Kanadi. Sredstva na stavci su prekoračena jer je dodatno podržana kandidatura Zagreba za Europsku prijestolnicu kulture te je realiziran projekt povodom Dana pobjede koji je održan na Zrinjevcu 4. kolovoza.

## **V. INTERNI MARKETING**

### **1. Nagrade i priznanja**

Na ovoj stavci realizirane su nagrade za dječje vrtiće i osnovne škole za najbolje likovne i literarne radove u okviru projekta „Volim Zagreb“ kojem je cilj razvijanje svijesti djece o važnosti očuvanja okoliša kao bitnog čimbenika razvoja turizma.

### **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; talijanski i korejski

Stručni ispit za zaštitu i obradu arhivskog i registraturnog gradiva

Seminar: Usklađivanje pravilnika o radu sa zakonom o radu,

Seminar za djelatnike u uredskom poslovanju i pismohranama

Seminar: Plaće, JOPPD i porezne novosti

Seminar: Troškovi službenog puta i terenski dodatak u JOPPD-u 2015.

Seminar: Oporezivanje usluga smještaja,

Seminar: Zakon o zaštiti na radu i provedbi propisa

Seminar: Novo i aktualno - Radno pravo

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 2015. godini realizirano je putovanje u Tursku.**

##### **2.2.2. Sastanci s predstavnicima turističke industrije**

Sredstva na stavci su iskorištena za edukaciju i unapređenje kvalitete ponude turističke industrije grada Zagreba.

Ustanovi za obrazovanje odraslih „Adriatic Educatio“ dana je potpora za edukaciju barmena i savjetnika za vino na području grada Zagreba. Predstavnik TZGZ-a sudjelovao je na HTI konferenciji koja se održala od 12.-14. ožujka u Krapinskim Toplicama, a koja je predstavila najvažnije trendove i proizvode zdravstvenog turizma.

17. lipnja održan je sastanak s predstavnicima zagrebačke turističke industrije slijedom inicijative Hrvatske turističke zajednice za određivanje posebnih promotivnih i drugih strateških projekata, 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.

Dio sredstava iskorišten je i za 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 obrazovni projekt „Kultura turizma“, kao izvanškolsku aktivnost u zagrebačkim srednjim školama kojima turizam i ugostiteljstvo nisu primarni, a s ciljem edukacije mladih o važnosti i gospodarskim učincima turizma. Na ovaj način, sustavnom edukacijom učenika srednjih škola, Turistička zajednica grada Zagreba nastoji podići svijest o vlastitom gradu te upoznati mlade s turističkim, kulturnim i prirodnim potencijalima Zagreba i potaknuti ih na promišljanje o vlastitom gradu kao poželjnoj turističkoj destinaciji.

Sukladno planiranom, projekt je uspješno okončan i u 2015. godini, sudjelovanjem pet zagrebačkih srednjih škola. Učenici su tijekom jednog semestra u 2015. godini sudjelovali u projektu u obliku izvan-nastavne aktivnosti te u konačnici, na završnoj prezentaciji, 18. svibnja u Zagrebačkom kazalištu lutaka, predstavili svoje finalne projekte kada je i proslavljena peta godišnjica projekta na kojoj su sudjelovali i učenici i profesori iz prethodnih generacija projekta.

Doživljaji turizma i kulture grada Zagreba mladih uvijek iznova 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

U 2015. godini nastavljena je produkcija promotivnih TV epizoda iz serijala „Zagreb u srcu Europe“, sinkroniziranih na 4 strana jezika i u trajanju od 30 minuta, namijenjenih promociji turističke ponude grada Zagreba putem satelitskog kanala Z1 televizije. Uz to, producirana su 2 TV priloga pod nazivom „Zagrebavanje“ u trajanju do 5 minuta koja su emitirana na MTV Adria kroz 2015. godinu. Za potrebe posebnih prezentacija na inozemnim tržištima od interesa snimljeni su i sljedeći kratki promo filmovi: „Kanađani u Zagrebu“ (korišten pri posebnoj prezentaciji u Torontu), „Korejci u Zagrebu“ (za potrebe promocije u Seulu) i film „Zagreb - halal destinacija“ (prikazan na posebnoj prezentaciji u Dubaiju).

S nekoliko produkcijskih tvrtki dogovorena je izrada više kratkih promotivnih filmova i spotova na temu Adventa za potrebe promocije te manifestacije: promotivni filmovi „Color Your Christmas with Zagreb“ i „Advent Zagreb Magic“ snimljeni su za vrijeme Adventa 2014. te su tijekom godine korišteni za promociju putem sajмова i posebnih prezentacija (promotivni film „Color Your Christmas with Zagreb“ u DVD izdanju) te putem online YouTube kampanje (tijekom koje je promo film „Advent Zagreb Magic“ prikazan više od 1.126.000 puta). Za vrijeme Adventa 2015. godine snimljena su dodatna 3 kratka filma koja će se koristiti u promociji tijekom 2016. godine.

Za potrebe online kampanja dodatno su montirani promotivni filmovi „Zagreb Summer Tour“ (adaptacija ranije snimljenog filma „Dive in Zagreb“,) te „Croatia-Zagreb 365“, a otkupljena su i autorska prava na radio reklamu „Advent u Zagrebu“ koja će se koristiti i u radio kampanji u Hrvatskoj i BiH i tijekom 2016. godine.

### 2. Istraživanje tržišta

U cilju prikupljanja podataka o posjetiteljima koji u organiziranim autobusnim grupama u Zagreb dolaze na jedan dan i nisu nigdje drugdje evidentirani, Turistička zajednica grada Zagreba je već desetu godinu za redom provodila njihovo anketiranje.

U razdoblju od sredine travnja do sredine mjeseca listopada, na Kaptolu je provedena anketa o autobusnim turističkim grupama koje posjećuju Zagreb. Stavljanjem u funkciju novog iskrajno-ukrajnog mjesta za autobuse u Palmotićevoj (Vlaškoj) ulici, po prvi puta anketa je paralelno provedena i na toj lokaciji. Jednako tako, ove je godine i tijekom Adventa po prvi put provedena anketa autobusnih grupa na istoj lokaciji.

Tijekom razdoblja travanj - listopad 2015. godine, ukupan broj anketiranih grupa bio je 4.753, što je u odnosu na 2014. godinu (2.463 grupe), povećanje od 93%. Broj anketiranih grupa iz Hrvatske bio je 505 što je u odnosu na 2014. godinu (208 grupa), povećanje od 143 %. Broj anketiranih grupa iz inozemstva bio je 4.248 što je u odnosu na 2014. godinu (2.255 grupa) porast od 88%. Tijekom 2015. ukupno je 2.813 grupa ostvarilo noćenje, što je u usporedbi s 2014. godinom (1.436 grupe) porast od 96%.

S Institutom za turizam dovršen je ugovoreni projekt „Procjena tržišnog potencijala poslovnog/MICE turizma u gradu Zagrebu“.

Rezultati dobiveni analizom prikupljenih podataka, prikazani su u tablicama i grafikonima u prilogu.

#### **PRILOG 11.: Rezultati anketiranja turističkih grupa na Kaptolu i Plamotićevoj ulici**

### 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 7.253 priloga uz slijedeću raspodjelu: 3.797 pisanih članaka, 2.039 web priloga, 620 TV priloga i 797 radio priloga, čija je ukupna procijenjena vrijednost 163.693.413 kn, a mediji su ih javnosti posredovali tijekom 2015. godine.

Mediji su javnosti, u promatranom razdoblju odaslali 1.191 prilog 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 3,2 priloga svakog dana.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2015. Turistička zajednica grada Zagreba ostvarila je u promatranim medijima AVE (Advertising Value Estimation) od 31.982.343 kn i POZITIVAN PR učinak procijenjene vrijednosti 6.288.325 kn.

Što se inozemnog tiska tiče, u 2015. godini su, o temama od interesa za Turističku zajednicu Grada Zagreba promatrani mediji su objavili 150 članaka, ukupne površine 104.469 cm<sup>2</sup> i ukupne vrijednosti 11.817.800 kn. Prilozi su objavljeni u 118 novinskih naslova, a promatrani mediji porijeklom su iz 19 zemalja. Najviše članaka objavljeno je u Velikoj Britaniji. Najčešća tema o kojoj

su izvještavali strani promatrani mediji je turizam Zagreba, koja je prisutna u 119 priloga (71% od ukupnog broja priloga).

#### **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: ECM General Assembly & Conference (Torino), ECM Meet Europe, kongresnoj radionici za članice ECM-a (Pariz).

##### **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: USTOA konferencija u Chicagu (3.-5.12.) te The World Congress of SKAL International (28.10.-1.11.)

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

U 2015. godini izvršene su članske obveze prema sljedećim organizacijama: SKAL, DRV, USTOA, ETOA, ECM, RDA, HUOJ, UHPA, UNWTO, MPI, ICCA, UPUHH, RFD i ASTA.

#### **5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu**

Sredstva na stavci Banka fotografija i priprema u izdavaštvu koriste se za otkup fotografija, prijevode, lektoriranje, dizajn i pripremu za tisak banera, brošura, pojedinačnih oglasa i sl.

Tijekom godine organizirano je fotografiranje te su otkupljena prava na korištenje fotografija najvažnijih zagrebačkih manifestacija (Advent u Zagrebu, proljetna i ljetna događanja), a s etabliranim hrvatskim fotografom, Davorom Rostuharom, dogovorena je suradnja na projektu fotografiranja Zagreba kroz četiri godišnja doba. Otkupljene 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.

Otkupljena su prava za korištenje vizuala logotipa za aplikaciju Zagreb Be There koji je upotrijebljen za oblikovanje suvenirskog programa TZGZ-a (majice, oznaka za prtljagu, eko vrećica).

Brošura „Zagreb-sve boje grada“ prevedena je i adaptirana na korejski jezik, redizajnirana je brošura „Zagreb-Smještaj“, a grafičke usluge te usluge prijevoda i lekture korištene su i za pripremu advertoriala i izmjena u ostalim postojećim brošurama.

Za potrebe proljetno-ljetne (Zagreb Summer Tour) i zimske promotivne kampanje (Advent u Zagrebu), otkupljena su vizualna rješenja i slogani te napravljene grafičke prilagodbe za pojedine medije i tržišta. Sredstva na stavci su prekoračena zbog otkupa dodatnog vizualnog rješenja pod nazivom „Lajk na zagrebački“ koji je korišten za promociju Adventa u Zagrebu na domaćem tržištu.

Otkupljena vizualna rješenja će se, uz minimalne prilagodbe, koristiti i u 2016. godini pa ulaganje smatramo opravdanim.

#### **VII. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)**

Prema Zakonu o boravišnoj pristojbi, 30% sredstava od boravišne pristojbe, turistička zajednica doznauje 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 2015.	Ostvareno 2015.	Index
1.	Boravišna pristojba	6.900.000	7.719.356	111,87
2.	Turistička članarina	56.000.000	59.266.266	105,83
3.	Višak prihoda iz Programa rada	10.267.200	10.267.200	100,00
4.	Ostali nespomenuti prihodi	360.000	561.365	155,93

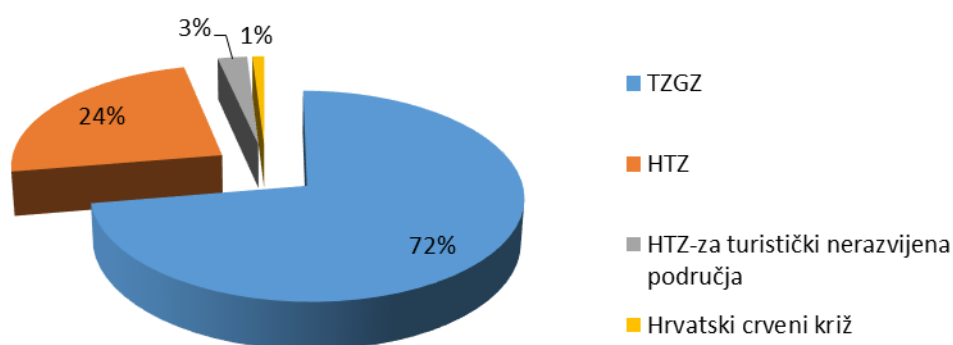
#### 1. Boravišna pristojba

Prihod od boravišne pristojbe za 2015. godinu ostvaren je u iznosu 7.719.356 kuna ili 11,87% viši u odnosu na plan 2015. godine. Ukupno raspoređena boravišna pristojba za 2015. godinu iznosi 10.665.771 kn.

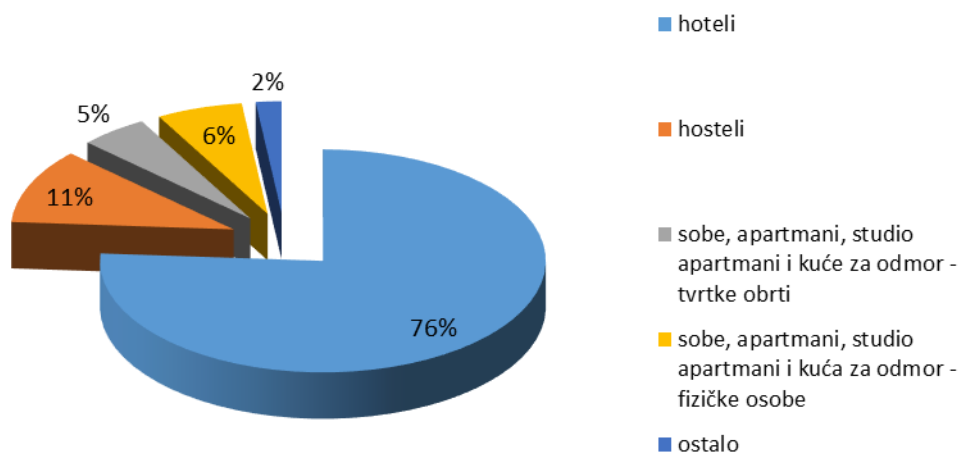
Prema Zakonu o boravišnoj pristojbi sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	7.719.356	72,38
HTZ	2.573.115	24,12
HTZ-za turistički nerazvijena područja	266.643	2,50
Hrvatski crveni križ	106.657	1,00
Ukupno:	10.665.771	100,00

Grafikon 1. Raspored uplaćene boravišne pristojbe



Grafikon 2. Udio uplata smještajnih objekata u prihodu od boravišne pristojbe



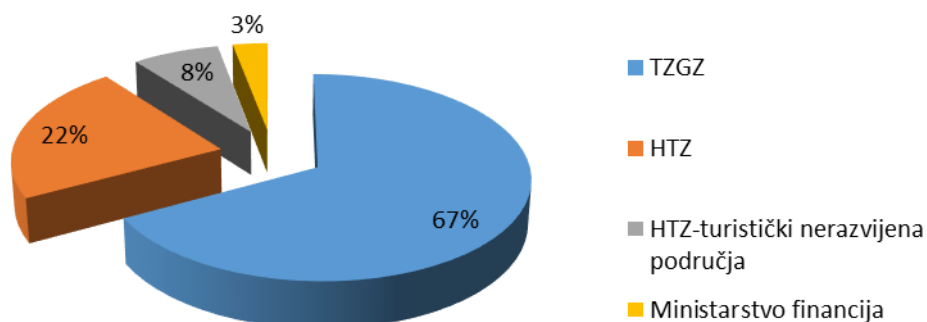
## 2. Turistička članarina

Prihod od turističke članarine iznosi 59.266.266 kn ili 5,83% više u odnosu na plan. Tijekom 2015. godine s osnovne članarine raspoređeno je 88.292.378 kn.

Prema Zakonu o turističkoj članarini sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	59.266.266	67,13
HTZ	19.755.417	22,37
HTZ-turistički nerazvijena područja	6.621.926	7,50
Ministarstvo financija	2.648.769	3,00
Ukupno:	88.292.378	100,00

Grafikon 3. Raspored uplaćene turističke članarine

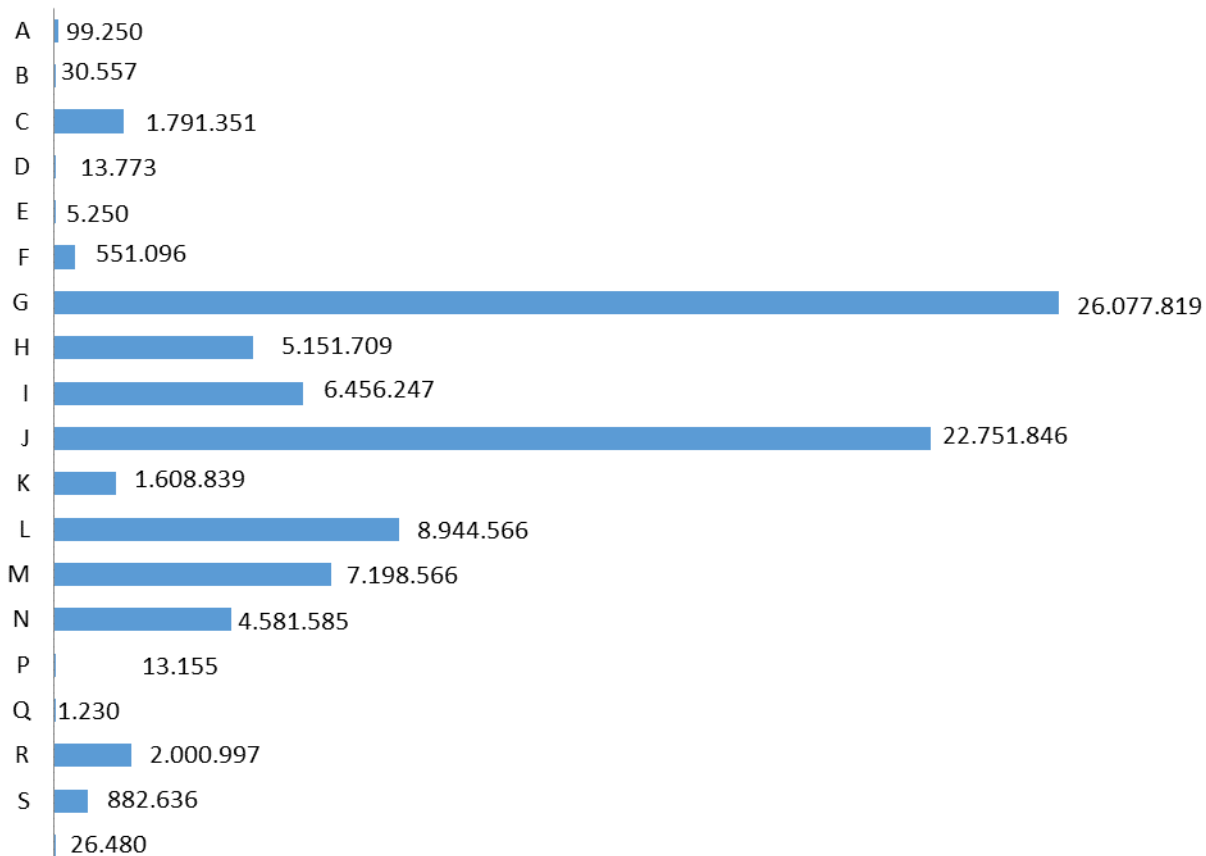


Raspored uplate turističke članarine prema djelatnostima:

	Djelatnosti prema NKD - 2007.	Uplata 2014.	Uplata 2015.	Indeks	Struktura
A	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	132.771	99.250	74,75	0,11
B	Rudarstvo i vađenje	-189	30.557		0,03
C	Prerađivačka industrija	2.542.747	1.791.351	70,45	2,03
D	Opskrba el. energijom, plinom, parom i klimatizacijom	28.706	13.773	47,98	0,02
E	Opskrba vodom, uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	5.172	5.250	101,51	0,01
F	Graditeljstvo	1.013.053	551.096	54,40	0,62
G	Trgovina na veliko i malo, popravak vozila i motocikala	24.468.434	26.077.819	106,58	29,57
H	Prijevoz i skladištenje	4.823.633	5.151.709	106,80	5,84
I	Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	6.453.032	6.456.247	100,05	7,32
J	Informacije i komunikacije	22.488.265	22.751.846	101,17	25,80
K	Financijska djelatnost i djelatnost osiguranja	1.150.001	1.608.839	139,90	1,82
L	Poslovanje nekretninama	11.128.044	8.944.566	80,38	10,14
M	Stručne znanstvene i tehničke djelatnosti	6.163.214	7.189.566	116,65	8,15
N	Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	4.391.882	4.581.585	104,32	5,20
P	Obrazovanje	13.144	13.155	100,08	0,01
Q	Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	5.446	1.230	22,58	0,00
R	Umjetnost, zabava i rekreacija	2.516.436	2.000.997	79,52	2,27
S	Ostale uslužne djelatnosti	831.629	882.636	106,13	1,00
	Nepoznata djelatnost	27.198	26.480	97,36	0,03

Prema evidenciji TZGZ 19.151 obveznik uplaćuje turističku članarinu, od čega su 14.219 pravne osobe, a 4.932 fizičke osobe.

Grafikon 4. Raspored uplate turističke članarine po djelatnostima



### 3. Ostali prihodi

- Prihodi od kamata	127.288 kuna
- Refundacije (HTZ, Zagreb Card, suizlaganje)	408.801 kuna
- Ostali prihodi	25.276 kuna
<b>Ostali prihodi ukupno</b>	<b>561.365 kuna</b>

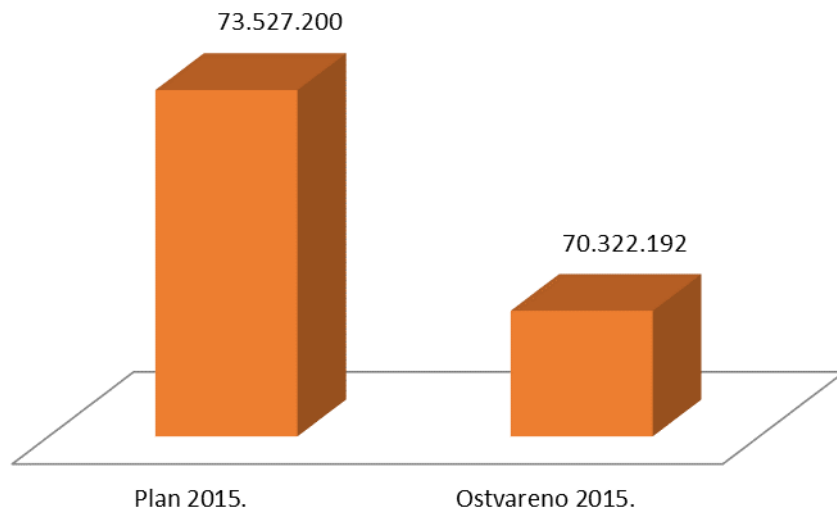
## II. RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2015.	Ostvareno 2015.	Indeks	Struktura
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>				
1.	Rashodi za radnike				
1.1.	Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika	7.000.000	7.064.466	100,92	10,05
1.2.	Izdaci za prijevoz na posao	258.000	256.989	99,61	0,37
1.3.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu)	160.000	53.717	33,57	0,08
2.	Rashodi ureda	5.050.000	4.216.945	83,50	6,00
3.	Rashodi - TIC-evi	4.085.000	3.625.159	88,74	5,16
4.	Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO	470.000	464.175	98,76	0,66
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>17.023.000</b>	<b>15.681.452</b>	<b>92,12</b>	<b>22,30</b>
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	300.000	300.370	100,12	0,43
2.	Potpore događanjima	21.821.200	23.007.192	105,44	32,72
3.	Potpore razvoju DMO - a	3.939.000	3.907.147	99,19	5,56
4.	Potpore DMK - a (turoperatori, aviokompanije)	1.800.000	1.408.419	78,25	2,00
5.	Kandidature za međunarodne skupove i potpore skupovima / kongresni ured	800.000	710.645	88,83	1,01
6.	Projekt: Volim Zagreb	153.500	144.385	94,06	0,21
7.	Maketa grada Zagreba	15.000		0,00	0,00
8.	Kulturni turizam				
8.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja	15.000		0,00	0,00
8.2.	Izdavačka djelatnost				
8.2.1.	Kulturni vodič Zagreba	95.000	92.200	97,05	0,13
8.2.2.	Letak "Jeste li znali"	25.000		0,00	0,00
8.2.3.	Muzeji i galerije	85.000	84.038	98,87	0,12
8.3.	Susreti s partnerima	10.000	2.503	25,03	0,00
8.4.	Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza	20.000	20.000	100,00	0,03
8.5.	Neplanirano	20.000		0,00	0,00
	Ukupno 8.	270.000	198.741	73,61	0,28
9.	Ured direktora - potpore projektima	400.000	389.200	97,30	0,55
	<b>Ukupno II.</b>	<b>29.498.700</b>	<b>30.066.098</b>	<b>101,92</b>	<b>42,75</b>
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Online komunikacija				
1.1.	Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije	4.100.000	3.546.349	86,50	5,04
1.1.1.	Newsletter i B2B Alert obavijesti	350.000	204.678	58,48	0,29
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	730.000	627.795	86,00	0,89
2.	Offline komunikacije				
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	2.100.000	2.210.978	105,28	3,14
2.2.	Promotivni pano i displeji	50.000	29.069	58,14	0,04

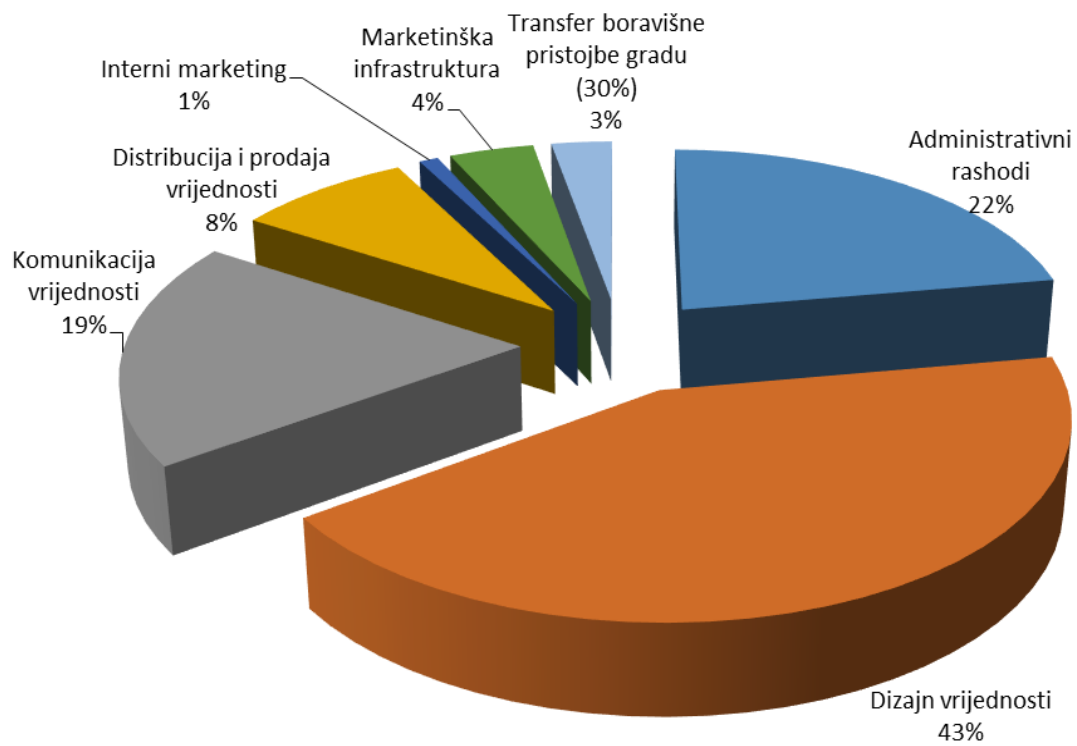
2.3.	Promotivni panoji i displeji / kongresni ured	10.000	7.932	79,32	0,01
2.4.	Idejna rješenja novih oglasa i adaptacije oglasa / kongresni ured	20.000	19.125	95,63	0,03
2.5.	Opće oglašavanje				
2.5.1.	Oglašavanje u tisku	1.208.000	1.138.951	94,28	1,62
2.5.2.	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni ured	469.500	391.178	83,32	0,56
2.5.3.	TV oglašavanje	950.000	950.000	100,00	1,35
2.6.	Brošure i ostali tiskani materijali	3.415.000	2.647.912	77,54	3,77
2.7.	Suveniri i promo materijali	1.571.000	1.240.255	78,95	1,76
2.8.	Zagreb card	170.000	156.137	91,85	0,22
3.	Smeđa signalizacija i info table	152.000	101.638	66,87	0,14
4.	Nagrade i priznanja (nagrada putovanja, festivalske prijave i priznanja)	100.000	63.652	63,65	0,09
	<b>Ukupno III.</b>	<b>15.395.500</b>	<b>13.335.648</b>	<b>86,62</b>	<b>18,96</b>
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Sajmovi				
1.1.	Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ - om	2.125.000	2.089.670	98,34	2,97
1.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	800.000	678.358	84,79	0,96
2.	Posebne prezentacije - radionice				
2.1.	Posebne prezentacije - radionice	650.000	887.577	136,55	1,26
2.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured	250.000	169.944	67,98	0,24
3.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	850.000	686.802	80,80	0,98
4.	Studijska putovanja agenata	500.000	497.938	99,59	0,71
5.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured	300.000	106.615	35,54	0,15
6.	Suradnja sa stranim PR agencijama	500.000	553.886	110,78	0,79
7.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organizacijama	100.000	123.290	123,29	0,18
	<b>Ukupno IV.</b>	<b>6.075.000</b>	<b>5.794.082</b>	<b>95,38</b>	<b>8,24</b>
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>				
1.	Nagrade i priznanja	36.000	23.273	64,65	0,03
2.	Edukacija				
2.1.	Obuka osoblja	150.000	126.570	84,38	0,18
2.2.	Seminari klubova konkurentnosti i marketinga				
2.2.1.	Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari	100.000	35.115	35,12	0,05
2.2.2.	Studijska putovanja TU TZGZ	150.000	156.456	104,30	0,22
2.3.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	320.000	293.324	91,66	0,42
	<b>Ukupno V.</b>	<b>756.000</b>	<b>634.738</b>	<b>83,96</b>	<b>0,90</b>
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>				

1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	1.500.000	1.371.339	91,42	1,95
2.	Istraživanje tržišta	250.000	247.775	99,11	0,35
3.	Formiranje baze podataka	290.000	246.394	84,96	0,35
4.	Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama				
4.1.	Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službeno putovanje. / kongresni ured	140.000	100.686	71,92	0,14
4.2.	Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima	100.000	40.752	40,75	0,06
4.3.	Članarine u strukovnim udrugama	155.000	154.705	99,81	0,22
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	550.000	641.490	116,63	0,91
	<b>Ukupno VI.</b>	<b>2.985.000</b>	<b>2.803.141</b>	<b>93,91</b>	<b>3,99</b>
<b>VII.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU ( 30% )</b>	1.794.000	2.007.033	111,87	2,85
	<b>Ukupno VII.</b>	<b>1.794.000</b>	<b>2.007.033</b>	<b>111,87</b>	<b>2,85</b>
	<b>UKUPNO:</b>	<b>73.527.200</b>	<b>70.322.192</b>	<b>95,64</b>	<b>100,00</b>

Grafikon 5. Planirani i ostvareni rashodi



Grafikon 6. Struktura rashoda



## I. Administrativni rashodi

Za administrativne rashode utrošeno je 15.681.452 kn što iznosi 92,12% od planiranih 17.023.200 kn.

### 1. Rashodi za radnike

Za bruto osobne dohotke i ostala materijalna primanja radnika utrošeno je 7.064.466 kn, što je 0,92% više od planiranih 7.000.000 kn, za izdatke za prijevoz na posao utrošeno je 256.989 kn, odnosno 99,61% od plana te je za ostale rashode za radnike utrošeno 53.717 kn.

### 2. Rashodi ureda

Za rashode ureda utrošeno je 4.216.945 kn, odnosno 83,50% od planiranih 5.050.000 kn.

### 3. Rashod - TIC-evi

Za rad i funkcioniranje info-centara planirano je 4.085.000 kn, u utrošeno 3.625.159 kn. Razlog manje utrošenih sredstava u odnosu na planirana jest što se za najam pojedinih infocentara planiralo više sredstava koja do kraja godine nisu utrošena.

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

Utrošeno je 98,76% planiranih sredstava, odnosno 464.175 kn od planiranih 470.000.

## II. Dizajn vrijednosti

### 1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Za aktivnosti uređenja grada utrošeno je 300.370 kn, što iznosi 0,12% više od planiranih 300.000 kn.

### 2. Potpora događanjima

Za potpore događanjima je utrošeno 23.007.192 kn, odnosno 5,44% više od planiranih 21.821.200 kn. Razlika između planiranih i ostvarenih troškova manifestira se u najvećem dijelu zbog dodatnog oglašavanja s GNK Dinamo na utakmicama u sklopu grupne faze UEFA Lige prvaka. Dio sredstava predviđenih za projekt Bundekfest je prenamijenjen za predstavljanje Zagreba na svjetskoj izložbi EXPO u Milanu. Prilog 4.

### 3. Potpora razvoju DMO-a

Za potpore razvoja DMO-a utrošeno je 3.907.147 kn, odnosno 99,19% od planiranih 3.939.000 kn.

### 4. Potpora DMK

Od planiranih 1.800.000 kn potrošeno je 1.408.419 kn, odnosno 78,25% od plana. Budući da se odustalo od potpore predviđene za Sky Greece Airlines sredstva nisu u cijelosti utrošena.

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

Predviđeno je 800.000 kn, a utrošeno 710.645 kn, odnosno 88,83% planiranih sredstava.

### 6. Projekt Volim Zagreb

Utrošeno je 144.385 kn, što iznosi 94,06% od planiranih 153.500 kn.

### 7. Maketa grada Zagreba

Predviđena sredstva za eventualne potrebe održavanja Makete Zagreba u iznosu 15.000 kn nisu utrošena.

### 8. Kulturni turizam

Predviđeno je 270.000 kn, a utrošeno 198.741 kn, što iznosi 73,61% planom predviđenih sredstava. Letak „Jeste li znali?“ nije realiziran budući da se tijekom godine nije pokazala potreba za istim.

### 9. Ured direktora – potpore projektima

Utrošeno je 389.200 kn od planiranih 400.000 kn, odnosno 97,30%.

## III. Komunikacija vrijednosti

### 1. Online komunikacije

U prvim mjesecima 2015. godine oglašavanje putem Google Adwords provedeno je smanjenim intenzitetom zbog prilagodbe na novi dizajn internet stranica i promjene domene istih. Također, zbog korištenja „responsive“ tehnologije, koja omogućava prilagodbu stranica za sve vrste uređaja, prilikom izrade turističkih

i kongresnih internet stranica nije napravljena prilagodba ZagrebPlaces i Meet in Zagreb aplikacija za tablet uređaje, što je utjecalo na ostvarivanje manje sredstava od planiranih u iznosu od 13,50 %. Za newsletter i B2B alert obavijesti predviđeno je 350.000 kn, a utrošeno 204.678 kn. Planirani potpuni redizajn Newslettera prebačen je na sljedeću godinu što se odrazila na manju realizaciju planiranih sredstava u iznosu od 41,52%. Za internet stranice i upravljanje internet stranicama utrošeno je 627.795 kn od predviđenih 730.000 kn, što iznosi 86,00% planiranih sredstava.

## 2. Offline komunikacije

Za oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora utrošeno je 2.210.978 kn. Za promotivne panoje i displeje je predviđeno 50.000 kn, a utrošeno 29.069 kn, za promotivne panoje i displeje kongresnog ureda utrošeno je 7.932 kn od predviđenih 10.000 kn, za idejna rješenja novih oglasa utrošeno 19.125 kn od planiranih 20.000. Za oglašavanja u tisku planirano je 1.208.000 kn, a utrošeno 1.138.951 kn ili 94,28%. Za oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni ured od predviđenih 469.500 kn, utrošeno je 391.178 kn ili 16,68% manje od plana zbog nerealiziranih svih predviđenih oglasa. Za TV oglašavanje utrošen je predviđeni iznos od 950.000 kn. Od ukupno planiranog iznosa od 3.415.000 kn za brošure i ostale tiskane materijale potrošeno je 2.647.912 kn. Od ukupno planiranog iznosa od 1.571.000 kn za suvenire i promo materijale, potrošeno je 1.240.255. Za Zagreb Card utrošeno je 156.137 kn od predviđenih 170.000 kn.

## 3. Smeđa signalizacija i info table

Utrošeno je 101.638 kn, odnosno 66,87% od planiranih 152.000 kn.

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

Za nagrade i priznanja utrošeno je 63.652 kn od planiranih 100.000, odnosno 63,65% planiranih sredstava. Zbog smanjenog broja odlazaka na filmske festivale, sredstva nisu utrošena u cijelosti.

# IV. Distribucija i prodaja vrijednosti

## 1. Sajmovi

Na sajmove, za samostalne nastupe i u suradnji sa HTZ-om od predviđenih 2.125.000 kn, utrošeno je 2.089.670 kn, što iznosi 98,34% planom predviđenih sredstava. Na sudjelovanjima na kongresnim i incentive burzama od planiranih 800.000 utrošeno je 678.358 kn ili 84,79% od plana.

## 2. Posebne prezentacije - radionice

Za posebne prezentacije - radionice utrošeno je 887.577 kn, odnosno 36,55% više od planiranih 650.000 kn. Povećana aktivnost u promociji putem posebnih prezentacija i poslovnih radionica, 4 više u odnosu na 2014. godinu rezultiralo je i prekoračenju planiranih sredstava. Porast dolazaka i noćenja s ciljanih tržišta opravdava uložena sredstva. Za organizaciju i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured od predviđenih 250.000 utrošeno je 169.944 kn ili 67,98%.

## 3. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima

Za studijska putovanja novinara planirano je 850.000 kn, a utrošeno 686.802 kn što je za 19,20% manje od plana.

## 4. Studijska putovanja agenata

Sredstva za studijska putovanja agenata utrošena su u iznosu 497.938 kn što čini 99,59% planiranog iznosa.

5. Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured predviđeno je 300.000 kn, a utrošeno 106.615 kn, što iznosi 35,54%. U 2015. godini organizirano je 19 inspekcijskih putovanja organizatora kongresa s ukupno 64 sudionika. S obzirom da je većina inspekcijskih posjeta bila organizirana u suradnji s partnerima, HTZ-om, agencijama i hotelijerima, odnosno s predstavnicima kongresne industrije koji su snosili dio troškova, planirani iznos nije utrošen.

## 6. Suradnja sa stranim PR agencijama

Planirana sredstva za suradnju sa stranim PR agencijama iznose 500.000 kn, a utrošena 553.886 kn što iznosi 10,78 % više od planiranog.

## 7. Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima

Utrošeno je 23,29% više sredstava od planiranih 100.000 kuna, odnosno 123.290 kune. Planirana sredstva su prekoračena jer je podržana kandidatura Zagreba za Europsku prijestolnicu kulture te je realiziran projekt povodom Dana pobjede koji je održan na Zrinjevcu 4. kolovoz

## **V. Interni marketing**

### **1. Nagrade i priznanja**

Od predviđenih 36.000 kn, utrošeno je 23.273 ili 64,65%.

### **2. Edukacija**

Za obuku osoblja utrošeno je 126.570 kn od planiranih 150.000kn, što čini 84,38% planiranog. Za sastanke sa predstavnicima turističke industrije utrošeno je 35.115 kuna od planiranih 100.000 kn. Za studijska putovanja Turističkog ureda Turističke zajednice grada Zagreba utrošeno je 156.456 kn od planiranih 150.000 kn. Za uvođenje izbornog predmeta u škole - Kultura turizma utrošeno je 293.324 kn od planiranih 320.000, odnosno 91,66%.

## **VI. Marketinška infrastruktura**

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

Za proizvodnju multimedijalnih materijala utrošeno je 1.371.339 kn od planiranih 1.500.000, što je 91,42% od planiranih sredstava.

### **2. Istraživanje tržišta**

Na stavci Istraživanje tržišta realizirano je 99,11% planiranih sredstava, odnosno 247.775 kn od planiranih 250.000 kn.

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

Za formiranje baze podataka planirano je 290.000 kn, a utrošeno 246.394 kn, što iznosi 84,96% planiranih sredstava.

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

Za aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službena putovanja kongresnog ureda, od planiranih 140.000 kuna utrošeno je 71,92% odnosno 100.686 kuna. Na stavci sudjelovanje na međunarodnim stručnim skupovima je potrošeno 40.752 kune od planiranih 100.000. Za članarine u strukovnim udrugama predviđeno je 155.000 kuna i utrošeno 154.705 kune ili 99,81% plana.

### **5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu**

Od planiranih 550.000 utrošeno je 16,63% više od plana ili 641.490 kn. Sredstva na stavci su prekoračena zbog otkupa dodatnog vizualnog rješenja pod nazivom „Lajk na zagrebački“ koji je korišten za promociju Adventa u Zagrebu na domaćem tržištu.

## **VII. Transfer boravišne pristojbe gradu**

U 2015. godini iznos uplaćene boravišne pristojbe veći je od planiranog za 11,87 % te je posljedično i transfer boravišne pristojbe gradu veći za 11,87%, odnosno iznosi 2.007.033 kn.

**PRILOG 1. STATISTIKA NOĆENJA I DOLAZAKA TURISTA**

**DOLASCI I NOĆENJA PREMA EVIDENCIJI TZGZ**

	Zemlja	I-XII 2015			I-XII 2014			indeks dolasci	2015/14 noćenja
		dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja		
1.	Albanija	3.205	4.854	0,273	2.914	4.607	0,292	110	105
2.	Argentina	4.029	7.449	0,419	3.156	5.929	0,376	128	126
3.	Australija	16.894	33.354	1,876	15.529	29.748	1,887	109	112
4.	Austrija	24.796	41.464	2,332	23.139	36.916	2,342	107	112
5.	B i H	26.889	45.137	2,539	23.116	41.036	2,604	116	110
6.	Belgija	9.867	16.794	0,945	8.840	16.511	1,048	112	102
7.	Bjelorusija	1.439	2.010	0,113	737	1.510	0,096	195	133
8.	Brazil	12.071	20.944	1,178	12.455	22.061	1,400	97	95
9.	Bugarska	28.770	37.340	2,100	26.544	34.003	2,157	108	110
10.	Cipar	682	2.029	0,114	792	2.091	0,133	86	97
11.	Crna Gora	4.605	9.307	0,523	4.039	7.933	0,503	114	117
12.	Češka	7.761	13.782	0,775	7.953	13.186	0,837	98	105
13.	Čile	1.284	2.395	0,135	897	1.708	0,108	143	140
14.	Danska	5.586	10.532	0,592	5.391	10.965	0,696	104	96
15.	Estonija	1.205	2.514	0,141	960	1.826	0,116	126	138
16.	Finska	3.788	8.607	0,484	3.317	7.578	0,481	114	114
17.	Francuska	26.780	49.103	2,762	25.380	45.325	2,876	106	108
18.	Grčka	8.119	14.514	0,816	9.075	13.993	0,888	89	104
19.	Hong Kong, Kina	9.310	10.360	0,583	6.547	7.668	0,486	142	135
20.	Indija	4.750	11.356	0,639	2.822	5.859	0,372	168	194
21.	Indonezija	1.019	1.551	0,087	1.310	1.928	0,122	78	80
22.	Irska	3.005	6.520	0,367	2.767	6.152	0,390	109	106
23.	Island	438	940	0,053	393	879	0,056	111	107
24.	Italija	47.620	92.124	5,182	45.484	86.552	5,491	105	106
25.	Izrael	13.198	26.326	1,481	12.696	27.044	1,716	104	97
26.	Japan	28.133	37.673	2,119	33.602	43.715	2,773	84	86
27.	Jordan	230	716	0,040	173	509	0,032	133	141
28.	Južnoafrička Republika	1.614	3.049	0,171	1.368	2.368	0,150	118	129
29.	Kanada	16.194	30.688	1,726	13.254	26.075	1,654	122	118
30.	Katar	417	2.021	0,114	186	1.466	0,093	224	138
31.	Kazahstan	257	681	0,038	380	1.121	0,071	68	61
32.	Kina	30.166	39.596	2,227	22.080	29.560	1,875	137	134
33.	Koreja, Republika	91.590	103.770	5,837	68.589	78.975	5,011	134	131
34.	Kosovo	2.603	4.691	0,264	2.400	4.540	0,288	108	103
35.	Kuvajt	332	672	0,038	246	590	0,037	135	114
36.	Letonija	1.640	3.090	0,174	3.555	5.022	0,319	46	62
37.	Lihtenštajn	43	69	0,004	52	98	0,006	83	70
38.	Litva	2.309	5.057	0,284	1.772	3.681	0,234	130	137
39.	Luksemburg	528	949	0,053	389	662	0,042	136	143
40.	Mađarska	12.341	20.527	1,155	11.611	19.880	1,261	106	103
41.	Makao, Kina	49	96	0,005	33	46	0,003	148	209
42.	Makedonija	8.422	15.338	0,863	6.754	11.573	0,734	125	133
43.	Malta	478	1.458	0,082	535	1.453	0,092	89	100
44.	Maroko	304	693	0,039	215	479	0,030	141	145
45.	Meksiko	2.240	3.968	0,223	1.508	2.717	0,172	149	146
46.	Nizozemska	17.506	30.627	1,723	17.247	29.879	1,896	102	103
47.	Norveška	3.207	6.324	0,356	3.129	6.185	0,392	102	102
48.	Novi Zeland	2.675	4.994	0,281	2.241	3.832	0,243	119	130
49.	Njemačka	55.270	99.900	5,619	52.076	90.496	5,741	106	110
50.	Oman	200	571	0,032	168	370	0,023	119	154
51.	Ost. zem. Juž. i Sred. Am.	2.936	5.209	0,293	2.379	4.958	0,315	123	105
52.	Ostale afričke zemlje	2.054	6.101	0,343	2.111	7.307	0,464	97	83
53.	Ostale azijske zemlje	13.729	27.509	1,547	9.308	19.334	1,227	147	142
54.	Ostale europske zemlje	392	1.005	0,057	290	802	0,051	135	125
55.	Ostale izvaneuropske z.	154	546	0,031	47	288	0,018	328	190
56.	Ostale zemlje Oceanije	61	139	0,008	127	212	0,013	48	66

57.	Ostale zemlje Sjev. Am.	5	11	0,001	2	8	0,001	250	138
58.	Poljska	17.877	27.542	1,549	14.731	24.777	1,572	121	111
59.	Portugal	7.986	13.742	0,773	6.569	12.039	0,764	122	114
60.	Rumunjska	10.695	19.951	1,122	9.498	20.076	1,274	113	99
61.	Rusija	9.601	18.563	1,044	10.877	21.888	1,389	88	85
62.	SAD	53.615	113.938	6,408	43.908	89.418	5,673	122	127
63.	Slovačka	5.736	9.817	0,552	5.847	10.492	0,666	98	94
64.	Slovenija	20.955	35.067	1,972	19.160	32.032	2,032	109	109
65.	Srbija	25.502	45.990	2,587	24.088	44.264	2,808	106	104
66.	Španjolska	33.614	55.793	3,138	31.832	51.720	3,281	106	108
67.	Švedska	7.670	14.827	0,834	7.140	13.923	0,883	107	106
68.	Švicarska	11.071	20.864	1,173	9.088	16.673	1,058	122	125
69.	Tajland	2.476	3.081	0,173	2.781	3.332	0,211	89	92
70.	Tajvan, Kina	13.249	14.246	0,801	11.649	12.281	0,779	114	116
71.	Tunis	278	665	0,037	234	727	0,046	119	91
72.	Turska	7.498	15.092	0,849	6.666	12.716	0,807	112	119
73.	Ujedinjena Kraljevina	32.323	64.507	3,628	31.734	64.773	4,109	102	100
74.	Ujedinjeni Ar. Emirati	1.193	2.563	0,144	548	1.491	0,095	218	172
75.	Ukrajina	3.582	6.558	0,369	3.247	6.796	0,431	110	96
	<b>Strani turisti</b>	<b>830.110</b>	<b>1.411.850</b>	<b>79,409</b>	<b>743.677</b>	<b>1.270.627</b>	<b>80,614</b>	<b>112</b>	<b>111</b>
	<b>Domaći turisti</b>	<b>193.016</b>	<b>366.086</b>	<b>20,591</b>	<b>167.583</b>	<b>305.553</b>	<b>19,386</b>	<b>115</b>	<b>120</b>
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.023.126</b>	<b>1.777.936</b>	<b>100,000</b>	<b>911.260</b>	<b>1.576.180</b>	<b>100,000</b>	<b>112</b>	<b>113</b>

## PREGLED TRŽIŠTA S NAJVIŠE OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA

	Zemlja	dolasci
1	Koreja, Republika	91.590
2	Njemačka	55.270
3	SAD	53.615
4	Italija	47.620
5	Španjolska	33.614
6	Ujedinjena Kraljevina	32.323
7	Kina	30.166
8	Bugarska	28.770
9	Japan	28.133
10	B i H	26.889

	Zemlja	noćenja
1	SAD	113.938
2	Koreja, Republika	103.770
3	Njemačka	99.900
4	Italija	92.124
5	Ujedinjena Kraljevina	64.507
6	Španjolska	55.793
7	Francuska	49.103
8	Srbija	45.990
9	B i H	45.137
10	Austrija	41.464

	Zemlja	dolasci 2015	dolasci 2014	index '15/'14
1	Koreja, Republika	91.590	68.589	134
2	Njemačka	55.270	52.076	106
3	SAD	53.615	43.908	122
4	Italija	47.620	45.484	105
5	Španjolska	33.614	31.832	106
6	Ujedinjena Kralj.	32.323	31.734	102
7	Kina	30.166	22.080	137
8	Bugarska	28.770	26.544	108
9	Japan	28.133	33.602	84
10	B i H	26.889	23.116	116

	Zemlja	noćenja 2015	noćenja 2014	index '15/'14	pros. ostanak
1	SAD	113.938	89.418	127	2,13
2	Koreja, Rep.	103.770	78.975	131	1,13
3	Njemačka	99.900	90.496	110	1,81
4	Italija	92.124	86.552	106	1,93
5	Ujed. Kralj.	64.507	64.773	100	2,00
6	Španjolska	55.793	51.720	108	1,66
7	Francuska	49.103	45.325	108	1,83
8	Srbija	45.990	44.264	104	1,80
9	B i H	45.137	41.036	110	1,68
10	Austrija	41.464	36.916	112	1,67

**PRILOG 2. RASHODI UREDA**

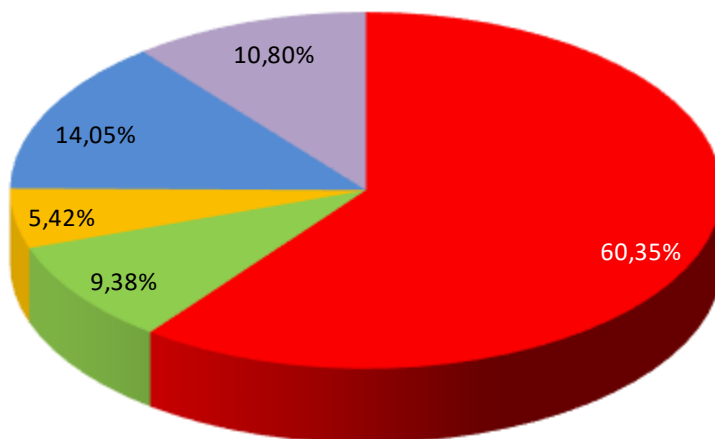
RB	Rashodi ureda	Plan 2015.	Ostvareno 2015.	Indeks	Struktura
1.	Potrošni materijal	100.000	63.833	63,83	1,51
2.	Materijal za održavanje čistoće	17.000	14.245	83,79	0,34
3.	Uredski materijal	90.000	98.892	109,88	2,35
4.	Potrošnja električne energije i plina	200.000	135.931	67,97	3,22
5.	Utrošak benzina	40.000	28.053	70,13	0,67
6.	Izdaci za sitan inventar	30.000	17.449	58,16	0,41
7.	Trošak telefona i telefaksa	200.000	195.264	97,63	4,63
8.	Trošak poštarine	70.000	64.481	92,12	1,53
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	430.000	306.636	71,31	7,27
10.	Usluge čišćenja	300.000	265.427	88,48	6,29
11.	Usluge najma poslovnog prostora	1.050.000	923.043	87,91	21,89
12.	Ostale komunalne usluge	65.000	59.695	91,84	1,42
13.	Troškovi po ugovorima o djelu	86.000	85.106	98,96	2,02
14.	Odvjetničke i revizorske usluge	60.000	2.948	4,91	0,07
15.	Grafičke usluge	14.000	10.488	74,91	0,25
16.	Usluge tiska - oglasi i dr.	2.000			
17.	Ostale usluge	150.000	96.624	64,42	2,29
18.	Dnevnice za službena putovanja u zemlji	10.000			
19.	Dnevnice za službena put. u inozemstvo	5.000			
20.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	30.000			
21.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000			
22.	Trošak reprezentacije	200.000	135.781	67,89	3,22
23.	Premije osiguranja	75.000	66.208	88,28	1,57
24.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	61.500	94,62	1,46
25.	Stručna literatura i tisak	80.000	58.633	73,29	1,39
26.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	620.000	534.376	86,19	12,67
27.	Ostali troškovi poslovanja	50.000	30.655	61,31	0,73
28.	Neplanirani rashodi	10.000	2.255	22,55	0,05
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>4.050.000</b>	<b>3.257.522</b>	<b>80,43</b>	<b>77,25</b>
II.	Poslovni prostor, adaptacija	1.000.000	959.423	95,94	22,75
	<b>UKUPNO RASHODI UREDA</b>	<b>5.050.000</b>	<b>4.216.945</b>	<b>83,50</b>	<b>100,00</b>

**PRILOG 3. TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTRI**

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

T I C	POSJETITELJI UKUPNO			
<b>TRG BANA JELAČIĆA</b>		<b>271.796</b>		<b>60,35%</b>
<b>AUTOBUSNI KOL.</b>		<b>42.260</b>		<b>9,38%</b>
<b>ŽELJEZNIČKI KOL.</b>		<b>24.434</b>		<b>5,42%</b>
<b>ZRAČNA LUKA</b>		<b>63.264</b>		<b>14,05%</b>
<b>LOTŘŠČAK</b>		<b>48.643</b>		<b>10,80%</b>
<b>U K U P N O:</b>		<b>450.397</b>		<b>100%</b>

Grafikon 9.

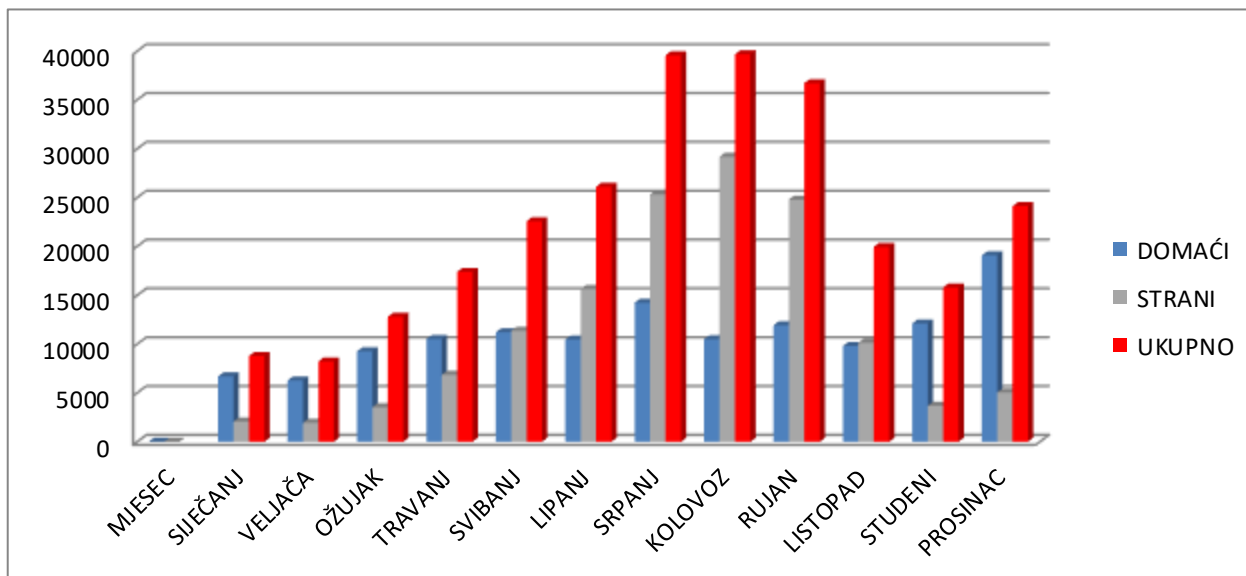


MJESEC	Trg bana J. Jelačića		Zračna luka Zagreb		Gl. željeznički kolodvor		Autobusni kolodvor		Kula Lotrščak	
	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.
Siječanj	6.700	2.079	521	1.349	128	407	419	970	711	862
Veljača	6.288	1.945	476	1.191	141	385	315	775	574	813
Ožujak	9.265	3.544	528	1.602	158	627	476	1.221	1.124	1.773
Travanj	10.517	6.878	759	2.807	150	827	537	1.908	1.373	3.178
Svibanj	11.212	11.384	1.132	6.006	152	1.556	594	2.878	1.397	3.434
Lipanj	10.468	15.639	873	5.234	285	2.436	513	3.480	1.378	4.355
Srpanj	14.240	25.334	882	9.177	344	4.991	726	6.907	1.462	7.533
Kolovoz	10.492	29.186	895	9.113	300	4.781	570	7.374	931	6.471
Rujan	11.927	24.798	982	9.148	311	2.613	477	5.194	731	4.224
Listopad	9.814	10.140	766	4.585	253	1.199	541	2.907	641	1.786
Studenj	12.123	3.682	646	2.495	226	874	534	1.242	471	1.065
Prosinac	19.091	5.050	650	1.447	305	985	511	1.191	976	1.380
<b>UKUPNO</b>	<b>132.137</b>	<b>39.659</b>	<b>9.110</b>	<b>54.154</b>	<b>2.753</b>	<b>21.681</b>	<b>6.213</b>	<b>36.047</b>	<b>11.769</b>	<b>36.874</b>
UKUPNO domaćih posjetitelja:									161.982	
UKUPNO stranih posjetitelja:									288.415	
<b>SVEUKUPNO POSJETITELJA:</b>									<b>450.397</b>	

Podaci iz grafičkog prikaza te usporednih statističkih podataka ukazuju da je u pet info-centara tijekom 2015. godine informacije zatražilo 450 tisuća posjetitelja, pri čemu je udjel ino-posjetitelja bio 64% a domaćih 36% posjetitelja. Porast broja posjetitelja u svim TIC-evima u odnosu na 2014. godinu je za gotovo 100.000 od čega je samo u središnjem TIC-u na Trgu bana Jelačića i to za nešto više od 70.000 u odnosu na 2014. godinu. Navedeni podaci nedvosmisleno ukazuju na značaj i potrebu postojanja info-centara, potrebitost kontinuiranih ulaganja u osposobljavanje kadrova kao i ulaganja u suvremena tehnološka rješenja sa čime se dodatno unaprjeđuje temeljna djelatnost.

U nastavku, daju se usporedni grafički i tablični prikazi broja posjetitelja u svakom od pet info-centara tijekom 2015. godine, kao i usporedni prikazi broja posjetitelja u razdoblju od 2013. do 2015. godine.

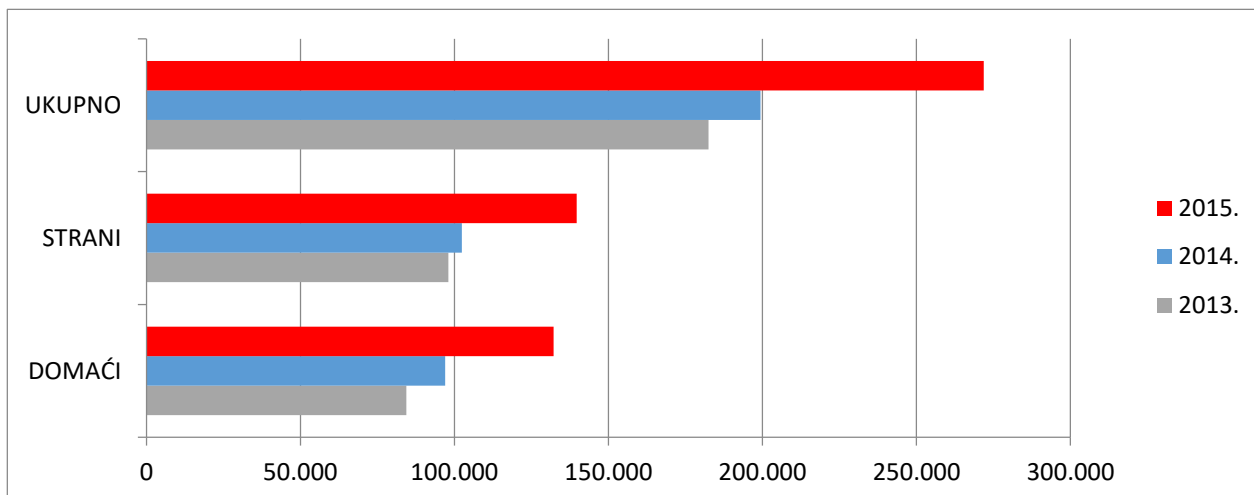
Grafikon 10. Turistički info-centar – TRG BANA JOSIPA JELAČIĆA



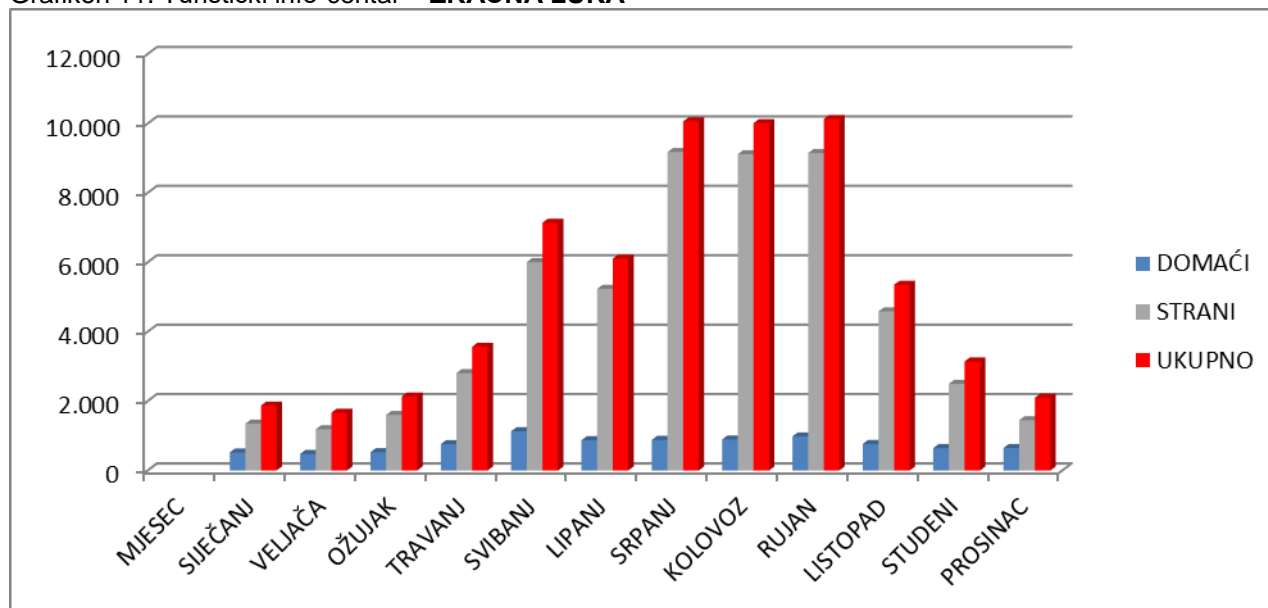
STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013., 2014. I 2015. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	84.368	98.073	182.441
2014.	96.962	102.436	199.398
2015.	132.137	139.659	271.796

Grafikon 10a. Turistički info-centar – TRG BANA JOSIPA JELAČIĆA - usporedni podaci



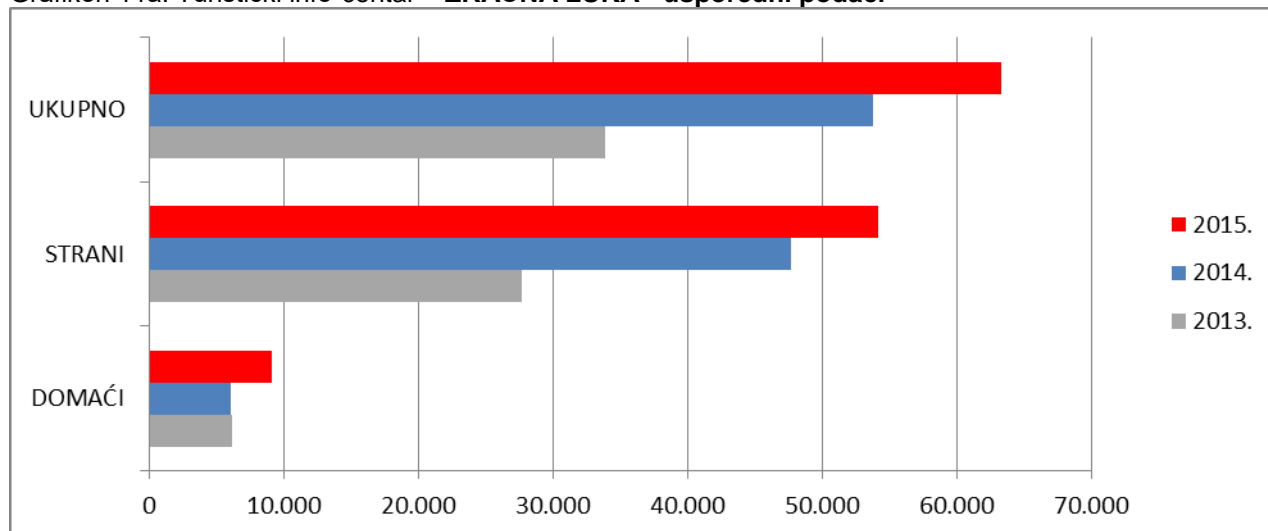
Grafikon 11. Turistički info-centar – ZRAČNA LUKA



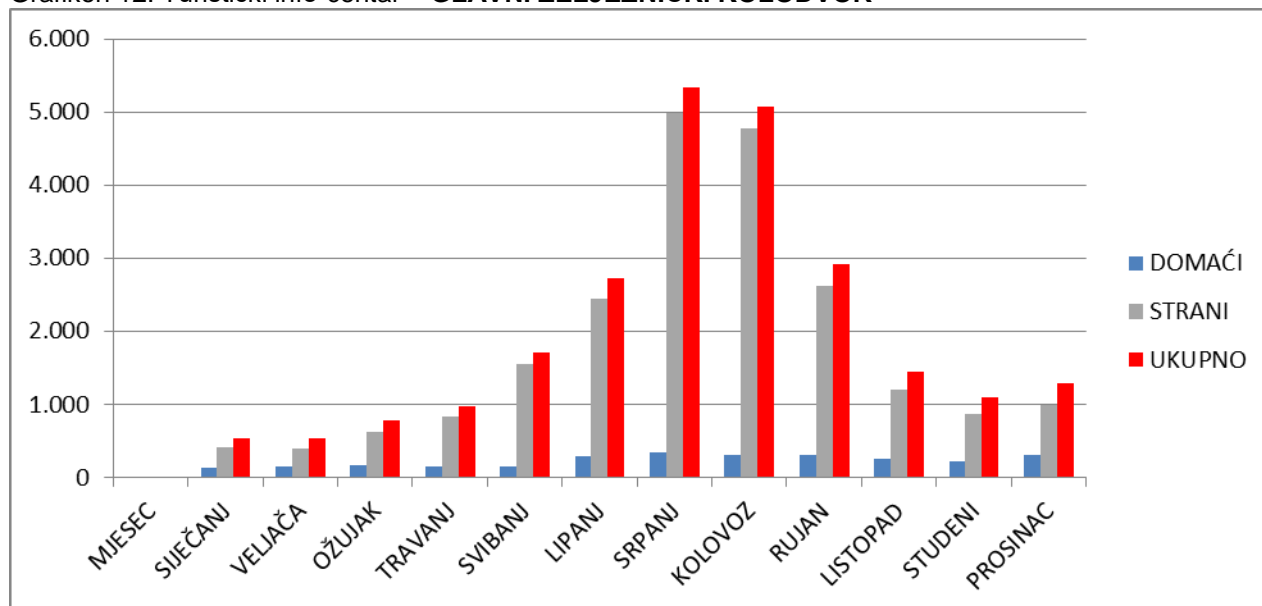
STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013., 2014. I 2015. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	6.154	27.712	33.866
2014.	6.053	47.729	53.782
2015.	9.110	54.154	63.264

Grafikon 11a. Turistički info-centar – ZRAČNA LUKA - usporedni podaci



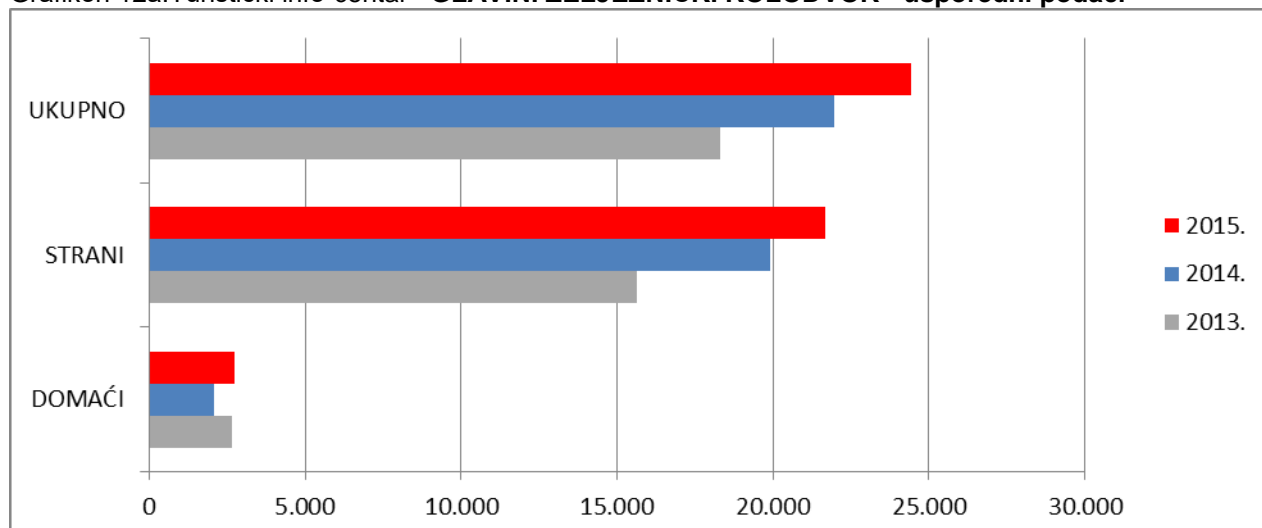
Grafikon 12. Turistički info-centar – GLAVNI ŽELJEZNIČKI KOLODVOR



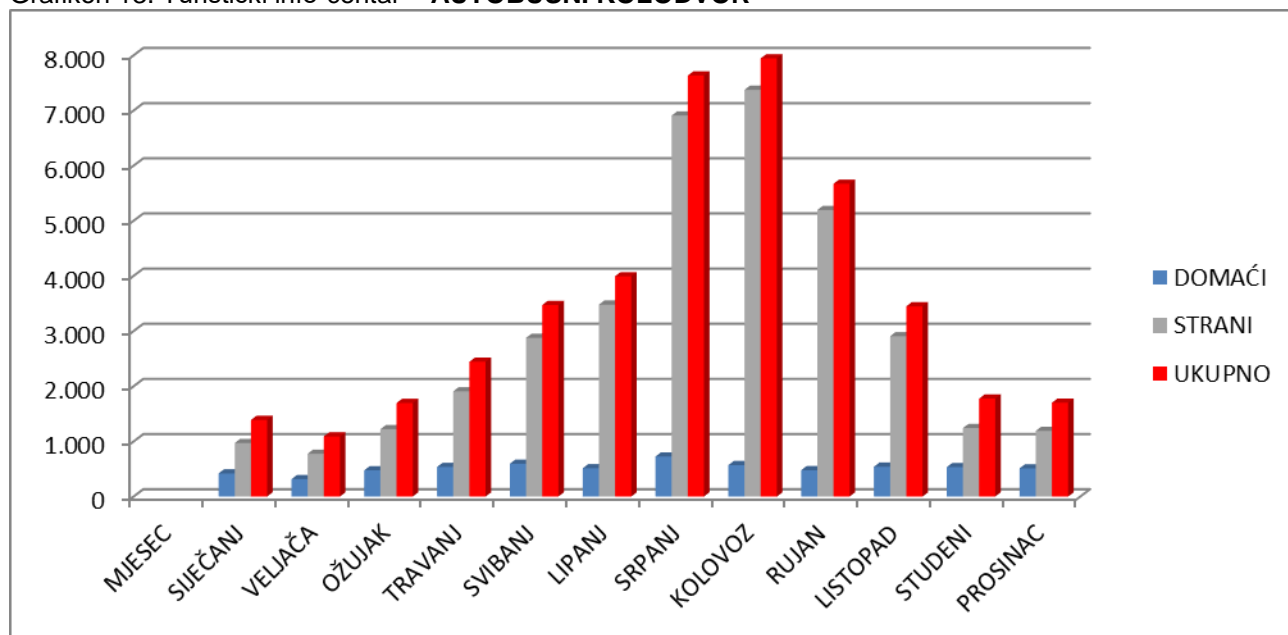
STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013., 2014. I 2015. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	2.666	15.640	18.306
2014.	2.069	19.914	21.983
2015.	2.753	21.681	24.434

Grafikon 12a. Turistički info-centar – GLAVINI ŽELJEZNIČKI KOLODVOR - usporedni podaci



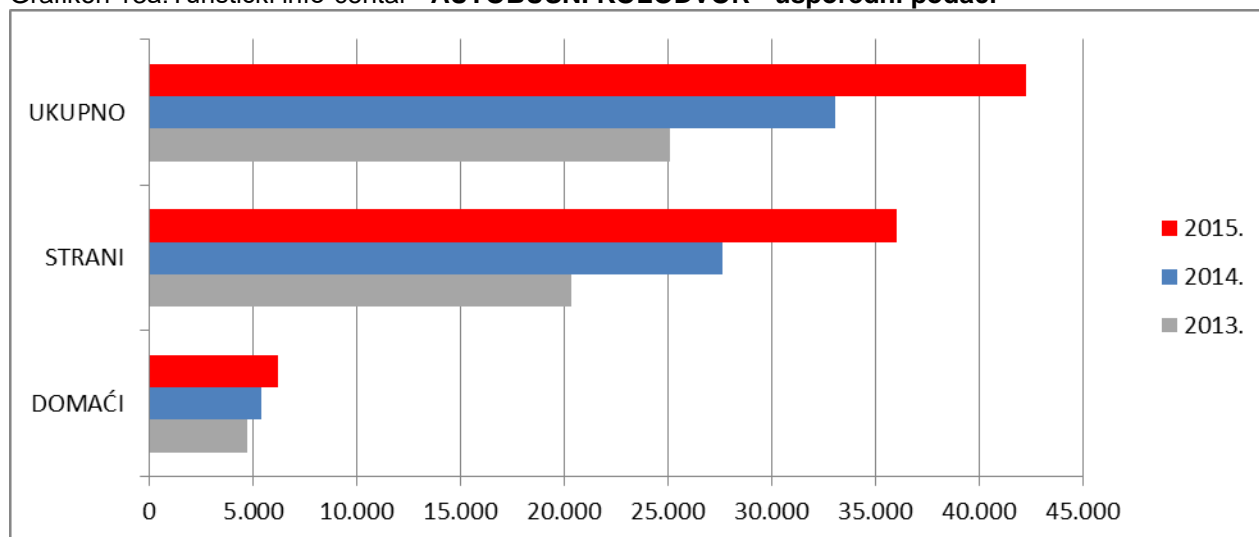
Grafikon 13. Turistički info-centar – **AUTOBUSNI KOLODVOR**



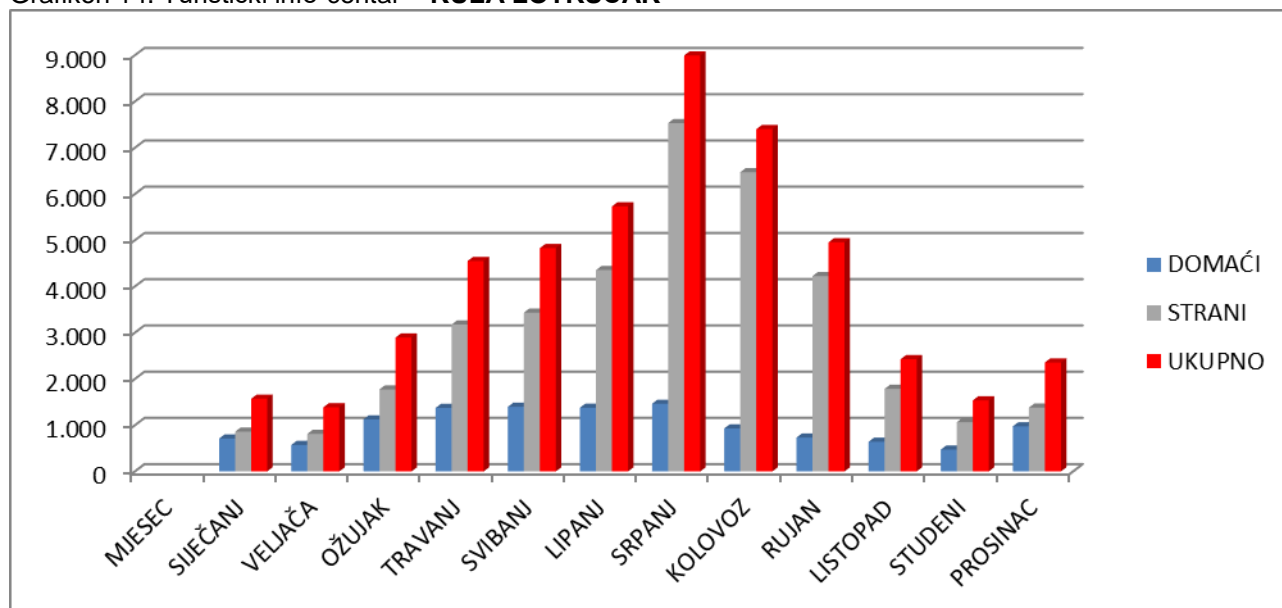
**STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013., 2014. I 2015.GODINU**

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	4.756	20.367	25.123
2014.	5.423	27.633	33.056
2015.	6.213	36.047	42.260

Grafikon 13a. Turistički info-centar – **AUTOBUSNI KOLODVOR - usporedni podaci**



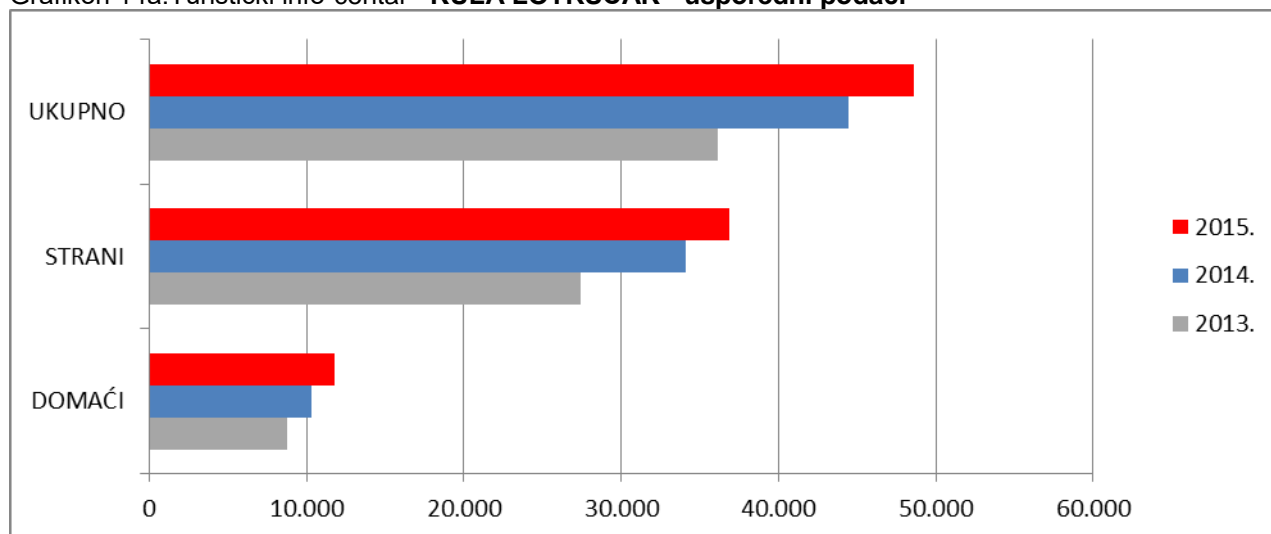
Grafikon 14. Turistički info-centar – KULA LOTRŠČAK



STATISTIČKI USPOREDNI PODACI ZA 2013., 2014. i 2015. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2013.	8.730	27.390	36.120
2014.	10.308	34.113	44.421
2015.	11.769	36.874	48.643

Grafikon 14a. Turistički info-centar – KULA LOTRŠČAK - usporedni podaci



STATISTIČKI USPOREDNI PODACI O UKUPNOM BROJU POSJETITELJA U SVIM TIC-evima ZA 2012., 2013., 2014. i 2015. GODINU

POSJETITELJI			
Godina	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2012.	94.473	177.532	272.005
2013.	106.674	189.182	295.856
2014.	120.815	231.825	352.640
2015.	161.982	288.415	450.397

**PRILOG 4. POTPORA DOGAĐANJIMA**

RB	Potpore projektima	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	Razgled grada na električnim biciklima / kroz godinu	10.000	10.000
2.	Secret Zagreb Walks, projekt sadrži tematske razglede grada te manifestaciju Noć vještica / kroz godinu	20.000	20.000
3.	Zagreb Walking Tour, redoviti razgledi grada kroz godinu, 3 x tjedno prije i nakon ljeta	10.000	10.000
4.	City Tour - Experience the City, ZET / svibanj - rujan	20.000	20.000
5.	Razgled grada Segway vozilima / ožujak - studeni	20.000	20.000
6.	Društvo Marije Jurić Zagorke, tura i edukacija vodiča	20.000	20.000
7.	ZAGREB4U, strani studenti upoznaju i na društvenim mrežama komentiraju/promoviraju grad / veljača	10.000	10.000
8.	Drive in kino / travanj	10.000	10.000
9.	Zagreb Pub Crawl, Wayoudo / lipanj - listopad	10.000	10.000
10.	Zagrebačkim krovovima / srpanj	35.000	
11.	Gornjogradske coprnice / svibanj - rujan	10.000	10.000
12.	Culturerun, razgled grada trčeći	10.000	10.000
13.	Razgled grada fijakerom	20.000	10.000
14.	Turistička atrakcija: Urbana signalistika (pločice)	50.000	
15.	Zagrebarium, promocija starog Zagreba kroz razgled, interaktivne karte i druge tiskovine	10.000	10.000
16.	Vještičje kolo, tematski razgled / kroz godinu	20.000	20.000
17.	Zagreb Photo Adventure - tematski razgled i tečaj fotografiranja / kroz godinu	40.000	40.000
18.	Klopa s klupa, pripremanje hrane na otvorenom / proljeće - jesen	50.000	
19.	Tjedan restorana Zagreb, Tjedan restorana Hrvatska / ožujak - listopad	15.000	15.000
20.	Zagrebačkim ulicama - Eno gastro Opatovina / ožujak - listopad	10.000	
21.	Treći Street Food Festival Zagreb / ožujak	20.000	20.000
22.	Pink Day, međunarodni festival ružičastih vina / ožujak	15.000	15.000
23.	Zagrebački festival vina - Zagreb Wine Festival / rujan	10.000	
24.	Projekt Vinoljupci - 3 susreta vinara i vinoljubaca te Zagreb Wine Rally / kroz godinu	10.000	10.000
25.	Dinner Theatre / kazalište uz večeru	30.000	30.000
26.	Food Film Festival / srpanj	20.000	20.000
27.	Zagrabi, Zagrebi, Zagreb festival	40.000	40.000
28.	Barmen Cup / svibanj	15.000	
29.	5. Međunarodna templarska konferencija	10.000	10.000
30.	Koncerti s balkona - ljeto	40.000	40.000
31.	Medvedgrad City Tour	20.000	20.000
32.	Parking za kampere	25.000	
33.	Slopy stepenice za invalide	20.000	19.000
34.	NEPLANIRANO	60.000	60.000
	Uređenje brdsko biciklističkih staza - Medvednica		15.000
	Performance povodom snimanja grupnih fotografija - AGEISM		15.000
	World Top Model Croatia		15.000
	Znanstveni piknik 2015.		15.000
	<b>UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA</b>	<b>735.000</b>	<b>529.000</b>

RB	Sport	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	FIS slalom za žene i FIS slalom za muškarce (Sljeme) / siječanj	3.500.000	3.500.000
1.2.	PBZ Zagreb Indoors / veljača	1.000.000	1.000.000
1.3.	Europski judo kup I IJF Judo Grand Prix - Hrvatski judo savez	50.000	50.000
1.4.	20. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	30.000	30.000
1.5.	Svjetsko prvenstvo u preciznoj orijentaciji	30.000	30.000
1.6.	ISU World Junior Synchronized Skating Championships	30.000	30.000
2.	Agram 2015., turnir u ženskom nogometu / siječanj	10.000	10.000
3.	25. memorijal V. Mažuranić, međunarodni turnir u mačevanju / siječanj	15.000	15.000
4.	Croatian international 2015. - Europski badmintonski kup / travanj	10.000	10.000
5.	11. plivački miting za najmlađe "Miting Sv. Patrika 2015." - PK Novi Zagreb / ožujak	5.000	5.000
6.	12. festival plivanja, međunarodno plivačko natjecanje - PK Dubrava / travanj	5.000	5.000
7.	Bubamara Cup i Gothia kup, nogometni turniri	10.000	10.000
8.	21. Velika nagrada Zagreba / travanj i 26. Kepertov memorijal / rujan - Yacht Club Zagreb	20.000	20.000
9.	Squash natjecanja European Team Championship 3rd divison / travanj i Croatian Junior Open / travanj	12.000	12.000
10.	Wakeboard prvenstvo Hrvatske i Slovenije i Wake sezona ZG OPEN / kroz godinu	25.000	25.000
11.	Zagrebačka biciklijada - KUD Prepuštovec / svibanj	10.000	
12.	Međunarodna kanu utrka Matija Ljubek, otvoreno prvenstvo Zagreba i 3. utrka mladih zmajeva / svibanj	15.000	15.000
13.	Klub odbojke na pijesku Zagreb - Zagreb Open / svibanj	10.000	10.000
14.	Savez športsko ribolovnih društava grada Zagreba / programi kroz godinu	20.000	20.000
15.	61. Zagiping / svibanj i Memorijal A.T.Stipančić / studeni – Međunarodni stolnoteniski turniri	20.000	20.000
16.	ITF turnir u tenisu u kolicima - TK Sirius / srpanj	10.000	10.000
17.	Otvoreno prvenstvo Europe u hokeju na travi	10.000	10.000
18.	Ženski klub odbojke na pijesku Jarun - Jarun Beach Open Zagreb / kolovoz	10.000	10.000
19.	16. Jastrebo Open - međunarodni taekwondo turnir / listopad	20.000	20.000
20.	26. Zlatni medvjed, međunarodno prvenstvo u umjetničkom klizanju za juniore / studeni	10.000	10.000
21.	Zlatna pirueta - međunarodno klizačko natjecanje / prosinac	60.000	60.000
22.	Međunarodna biciklistička utrka Hrvatska - Slovenija / kolovoz	10.000	10.000
23.	Kutija šibica, turnir u malom nogometu / prosinac	15.000	15.000
24.	3. Underwater Photo Marathon	5.800	5.787
25.	Turnir "Doping nije hOKej 2015"	10.000	10.000

26.	ISBO Speedminton Croatia Open	10.000	10.000
27.	Večernjakova biciklijada	10.000	10.000
28.	Balkan Triathlon Championships	10.000	10.000
29.	Pokreni se	5.000	5.000
30.	NEPLANIRANO	60.000	44.099
	Informatori na Europskom prvenstvu u košarci		9.099
	20. Međunarodna žumberačka utrka		3.000
	XIII. Zagreb karate fest top ten		15.000
	Međunarodni kickboxing turnir - Croatia open		10.000
	Balon klub Zagreb - sudjelovanje na svjetskim zračnim igrama		7.000
	<b>UKUPNO SPORT</b>	<b>5.082.800</b>	<b>5.056.886</b>

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	HK Medveščak	375.000	375.000
2.	NK Dinamo	562.500	3.562.500
3.	RK Zagreb	562.500	562.500
4.	VK Mladost	562.500	328.125
5.	KK Cibona	562.500	562.500
6.	KK Cedevita	375.000	375.000
7.	Bundek fest / rujan (Odluka TV EXPO 550.000)	700.000	622.000
8.	Festival Hrvatske glazbe u Beču	90.000	90.000
9.	I.A.A.F. - Hanžekov memorijal - Međunarodni atletski miting / rujan	1.300.000	1.400.000
10.	Radio emisija "Iz Zagreba po Hrvatskoj"	80.000	80.000
11.	Histrioni - Ljeto na Opatovini	80.000	200.000
12.	Miss Universe Croatia	25.000	25.000
13.	Minoranze-dvojezični časopis	96.000	135.000
14.	IJF Judo Grand Prix - Hrvatski judo savez	50.000	150.000
15.	Zagreb Children FIS, međunarodno natjecanje u alpskom skijanju / veljača	30.000	30.000
16.	Ljetni Karoca cup	50.000	50.000
18.	Tour of Croatia - Race through the natural beauty	270.000	270.000
19.	Lisinski pleše pod maskama	50.000	50.000
20.	Neraspoređeno	1.000.000	737.030
	Zagrebačko kulturno ljeto		40.000
	Festival komorne opere - Klovićevi dvori		25.000
	Hrvatski glasnik - časopis		30.000
	Muzej automobila Ferdinand Budicki		50.000
	Dan državnosti - Rim		30.480
	Festival - Slavuji Kamerlenga - Vinko Coce		30.000
	Miss sporta Hrvatske		10.000
	Monografija - Deset zlatnih godina		50.000
	Karavana za život		20.000
	INA Delta Rally		40.000

	Tambura fest 2015.		20.000
	Koncert- Pleyel Cristoforium i Svetislav Stančić		20.000
	Udruga hrvatskih poduzetnika u Beču		38.000
	Prijevoz učenika na Expo Milano		18.550
	Video digitalni projekt Zagreb,mjesta, ljudi		140.000
	Nikola Tesla EV Cup Zagreb 2015.		40.000
	10. Međunarodni festival komorne glazbe		15.000
	6. Festival Zagreb grad poezije		20.000
	Međunarodni stolnoteniski turnir GAC Group ITTF World Tour - Zagreb open 2015.		50.000
	Blagdanski koncerti u zagrebačkim crkvama		30.000
	Rock'n'roll je život moj - autorski koncert		20.000
	<b>UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM</b>	<b>6.821.000</b>	<b>9.604.655</b>

	<b>Božićna i novogodišnja događanja</b>	<b>Plan 2015.</b>	<b>Ostvareno 2015.</b>
1.	Advent i Nova godina na Trgu bana Jelačića	450.000	450.000
2.	Advent na Zrinjevcu	350.000	288.614
3.	Veseli božićni tramvaj	15.000	
4.	Žive božićne jaslvice	30.000	30.000
5.	Ozanin adventski vrt	10.000	10.000
6.	KUD Vedra nota - Klinci s Ribnjaka - Božićni koncert	5.000	5.000
7.	ArtOmat, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	30.000	30.000
8.	Strauss u Oktogonu	25.000	25.000
9.	Advent u Maloj sceni	10.000	25.000
10.	Ad gloriam brass sa zagrebačkih božićnih balkona, četiri koncerta	40.000	40.000
11.	Advent na drukčiji način	20.000	20.000
12.	Fuliranje kod Uspinjače	120.000	120.070
13.	Blagdan Sv. Nikole na Trgu bana Jelačića, FA Turopolje	10.000	10.000
14.	Božićni bor - raskićivanje darovanog bora	800	741
15.	Kapulica i lampioni	30.000	
16.	Advent na Europskom trgu	200.000	200.070
17.	Klizalište Tomislavac	1.300.000	745.449
18.	Playground NYE - novogodišnji festival	100.000	
19.	Božićni bor - darivanje gradu prijatelju	150.000	79.854
20.	Festival božićnih kolača i kolačića / prosinac	50.000	50.000
21.	Božićni običaji nacionalnih manjina koje žive u Zagrebu - Etnografski muzej / prosinac	15.000	15.000
22.	Adventski kalendar	80.000	81.605
23.	Advent na Gornjem gradu	100.000	
24.	Ledene skulpture	40.000	40.000
25.	Advent u MUO	50.000	
26.	DAZ - prijedlog ukrašavanja grada	30.000	30.000
27.	NEPLANIRANO	200.000	132.810

	Adventske kugle, (biljezi, dozvola za vozilo,obnova postojeće)		44.810
	Klinci s ribnjaka - koncert na Trgu K. Ćosića		3.000
	Discover Zagreb AISEC		10.000
	Najveća maketa željeznice JI Europe u adv. izdanju		10.000
	DAZ - Iluminacijski ugođaj Božić starog Zagreba na platou Gradec		25.000
	Božić starog Zagreba - Klovićevi dvori		30.000
	"Barbarinje u Rudama" - KUD "OŠTRC"		5.000
	25. tradicionalni božićni koncert u katedrali		5.000
	<b>UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA</b>	<b>3.460.800</b>	<b>2.429.214</b>

RB	Kultura	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Muzički biennale Zagreb / travanj	60.000	60.000
1.2.	Floraart - međunarodna vrtna izložba / svibanj	150.000	150.000
1.3.	49. Međunarodna smotra folkloru / srpanj	70.000	70.000
1.4.	Ljetne noći teatra Exit / lipanj - rujan	50.000	50.000
2.	Total Rock World, programi kroz godinu	15.000	15.000
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.	90.000	90.000
5.	Gourmingle / ljeto	70.000	
6.	Cantus ansambl / ožujak - studeni	15.000	15.000
7.	HOERSPIEL: mala igra na slušanje (i gledanje) / ožujak-studeni	50.000	50.000
8.	Svečanosti Pasijske baštine / 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	20.000	20.000
11.	Glazbeni salon Gvozdanović / proljeće i jesen	10.000	
12.	Prijatelji mora: Tisuću devetsto i neke, izložbe / rujan	10.000	10.000
13.	Markov sajam - Srednjovjekovni sajam starih zanata / svibanj	65.000	65.000
14.	Gastro dani - Udruženje ugostitelja Zagreba / lipanj, studeni, prosinac	80.000	80.000
15.	Dani satire Fadila Hadžića	70.000	70.000
16.	Kazališne predstave na engleskom u Kerempuhu	20.000	20.000
17.	Tjedan suvremenog plesa	50.000	50.000
18.	Čuvaj se' i 'Ljubav je što želiš', izložbe Sophie Calle i Tracy Emin u sklopu 8. Zagrebi! Festivala	20.000	
19.	Izložba i gostovanje Daniela Libeskinda 'Never say the Eye is Rigid: Architectural Drawings'	20.000	
20.	Gostovanje Simfonijskog orkestra Lahti (Finska)	10.000	10.000
21.	Cool Zagreb - Kapulica Studio / ljeto	100.000	
22.	Mozart u vrtu / Mozart na Gornjem Gradu, koncert sa kostimiranim pjevačima i glumcima / srpanj	10.000	10.000

23.	Večeri Petrice Kerempuha na Opatovini, koncerti / lipanj - rujan	20.000	20.000
24.	Ljeto u MSU / lipanj i srpanj	40.000	40.000
25.	Motovun u Zagrebu / srpanj i kolovoz	15.000	15.000
26.	AMADEO - Ljetna kazališno - glazbena scena / srpanj - rujan	60.000	60.000
27.	Medvedgradske glazbene večeri / srpanj	30.000	30.000
28.	Zagreb Living Room, događanja u MUO - G.A.D. Produkcija / kolovoz	15.000	
29.	Novinarski bal, Hrvatsko novinarsko društvo / travanj	10.000	10.000
30.	Međunarodni folklorni festival djece i mladih / lipanj	15.000	15.000
31.	Winter Comedy Fair - Lisinski se smije, stand up comedy / studeni ili prosinac	10.000	
32.	50. zagrebački salon - arhitektura i urbanizam / studeni - prosinac	10.000	10.000
33.	Europska noć kazališta - NS Dubrava i Dječje kazalište Dubrava / studeni	15.000	15.000
34.	Međunarodni seminar orkestralnog dirigiranja Lovro von Matačić / rujan	10.000	10.000
35.	Noć hrvatskog filma i novih medija	20.000	20.000
36.	Zagrebački komorni orkestar - 10 godina s vama	7.000	7.000
37.	Croatian Theatre Subtitled	10.000	10.000
38.	Pimp my Pump izložba	17.000	27.000
39.	Rendez - vous, Piknik u Maksimiru i Bijela noć	115.000	115.000
40.	Svjetski dan glazbe	14.000	14.000
41.	NEPLANIRANO	50.000	45.000
	Vivalthis - koncert na bundeku		10.000
	Izložba fotografija - Simfonija fontana		20.000
	Izložba iz Zbirke Farnesina - MSU		15.000
	<b>UKUPNO KULTURA</b>	<b>1.573.000</b>	<b>1.333.000</b>

RB	Moda	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	Fashion Week Zagreb / svibanj i listopad	50.000	50.000
2.	Tjedan dizajna Zagreb		
	<b>UKUPNO MODA</b>	<b>50.000</b>	<b>50.000</b>

\*Točka 2. Tjedan dizajna Zagreb iskazan u tablici Suradnja s udrugama

RB	Festivali	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Festival Sv. Marka - Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe / travanj - svibanj	70.000	70.000
1.2.	Međunarodni festival vatrometa / lipanj	80.000	80.000
1.3.	Cest is d best - Međunarodni ulični festival / lipanj	250.000	250.000

1.4.	Ljeto na Štrošu - ljetni festival na Gornjem Gradu / svibanj - rujan	250.000	250.000
1.5.	Ljetno kino Gradec / lipanj - rujan	60.000	60.000
1.6.	34. Zagrebačke ljetne večeri / srpanj	130.000	130.000
1.7.	INmusic Festival / lipanj	590.000	581.410
1.8.	Fantastik Zagreb, film festival / lipanj - srpanj	40.000	40.000
1.9.	Festival turističkog filma / lipanj	400.000	401.786
1.10.	12. Zagreb film festival / listopad	50.000	50.000
2.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma / veljača	30.000	30.000
3.	62. Zagrebački festival zabavne glazbe, HDS / siječanj	20.000	20.000
4.	Festival čokolade "Zagreb Chocofest" / veljača	50.000	50.000
5.	Naj, naj, naj festival - Žar ptica / ožujak - travanj	10.000	10.000
6.	Noir festival / travanj	10.000	10.000
7.	Festival jednakih mogućnosti / svibanj	15.000	15.000
8.	Slatki gušti, festival slastica / lipanj	15.000	15.000
9.	Screen on the Green, filmske projekcije / svibanj - lipanj	20.000	20.000
10.	Musica maxima - festival komorne glazbe / svibanj	20.000	20.000
11.	Zagreb harp festival / travanj	40.000	40.000
12.	Animirani Zagreb / lipanj	15.000	15.000
13.	Accordeon Fest in Zagreb / lipanj	25.000	25.000
14.	Međunarodni festival folkloru Zagreb - Velika Gorica / srpanj	15.000	15.000
15.	Flamenco festival Zagreb / srpanj	5.000	5.000
16.	48. međunarodni festival kazališta lutaka - PIF / rujan	10.000	10.000
17.	Međunarodni festival dokumentarne fotografije Organ vida / rujan - listopad	10.000	10.000
18.	11. VIP Jazz Festival / rujan-studenj	20.000	
19.	Međunarodni festival novog cirkusa / rujan-prosinac	20.000	20.000
20.	Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT / listopad	15.000	15.000
21.	Chansonfest / studeni	5.000	5.000
22.	Zagreb Tango Festival / prosinac	15.000	15.000
23.	Festival Miroslav Krleža	30.000	30.000
24.	Parkić - Vintage Zagreb, Pepermint / srpanj - kolovoz	300.000	300.000
25.	Festival kreativnih komunikacija - Boonika	20.000	20.000
26.	Europski žanrovski forum	15.000	15.000
27.	HNK - Festival svjetskog kazališta	100.000	100.000
28.	HNK - Otvoreni trg (Izložba - Zgrada HNK 120 godina poslije)	20.000	15.000
29.	NEPLANIRANO	50.000	25.000
	Martinje 2015. - KUD Prepušotvec		10.000
	Cro - A - Porter		15.000
	<b>UKUPNO FESTIVALI</b>	<b>2.840.000</b>	<b>2.783.196</b>

RB	Suradnja s TZ	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	TZG Čakovca - Porcijunkulovo / srpanj i Međimurski fašnik / veljača	10.000	10.000
2.	TZG Lepoglave - predstavljanje 18. međunarodnog festivala čipke i kulturno turističke ponude Lepoglave / kolovoz	10.000	10.000
3.	TZG Hrv. Kostajnice - Međunarodna Una regata / srpanj, Unske noći kolovoz i Kestenijada listopad	15.000	15.000
4.	TZG Nove Gradiške - Presentacija turističke ponude N. Gradiške / rujan	10.000	10.000
5.	TZG Županje - Programske aktivnosti tijekom godine te predstavljanje manifestacija	10.000	10.000
6.	TZO Topusko - Zlatna pčela, dani meda / veljača	5.000	5.000
7.	TZG Kutine - promidžba biciklizma i prezentacija Dana planeta Zemlje na biciklu u Moslavini	5.000	5.000
8.	NEPLANIRANO	10.000	
	<b>UKUPNO SURADNJA S TZ</b>	<b>75.000</b>	<b>65.000</b>

RB	Suradnja s udrugama	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	Udruga Plemićka mladež - Jelačić bal / lipanj	5.000	5.000
2.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac	5.000	2.701
3.	Gradska četvrt Sesvete - Kulturna i turistička ponuda kroz razne manifestacije u Sesvetama / kroz godinu	80.000	80.000
4.	Udruga Svijet tišine	10.000	
5.	Materina priča / kroz godinu	10.000	10.000
6.	I reći ću vam samo još jednu stvar, Zapamtite Vukovar	5.000	5.000
7.	Društvo turističkih vodiča Zagreba	10.000	10.000
8.	Edukacija ugostitelja za rad sa gostima s invaliditetom	15.000	15.000
9.	Tjedan dizajna Zagreb	15.000	15.000
10.	NEPLANIRANO	30.000	30.000
	Ujedinjeni u hrvatskoj pjesmi - nastup Hrv. kult. društva		20.000
	11. Susjedgradske jeseni		10.000
	<b>UKUPNO SURADNJA S UDRUGAMA</b>	<b>185.000</b>	<b>172.701</b>

RB	Suradnja s KUD-ovima	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	12. prigorski dan u KD Vatroslav Lisinski - Udruga Prigorski dan / ožujak	5.000	5.000
2.	FIS Remetski muzikaši i puce - Fašnik u Remetama / ožujak, Ljeto u Remetama, Blagdan MB Remetske / kolovoz, Susreti naroda i kultura / ljeto	30.000	30.000
3.	Jurjevski običaji na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje / travanj	10.000	10.000
4.	Fašnik u Zagrebu - KUD Prepuštovec	15.000	15.000
	<b>UKUPNO SURADNJA S KUD-ovima</b>	<b>60.000</b>	<b>60.000</b>

<b>RB</b>	<b>Donacije u kulturi</b>	<b>Plan 2015.</b>	<b>Ostvareno 2015.</b>
1.	Zagrebačke mažoretkinje	30.000	30.000
2.	Lado	60.000	60.000
3.	MUO	70.000	70.000
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.	Muzej prekinutih veza	35.000	35.000
11.	Umjetnički paviljon	60.000	60.000
12.	Hrvatski prirodoslovni muzej	20.000	20.000
13.	Javna ustanova Maksimir	30.000	30.000
14.	Botanički vrt - PMF	35.000	35.000
15.	Moderna galerija	30.000	30.000
16.	HNK	30.000	30.000
17.	Tehnički muzej	30.000	30.000
18.	HDLU	30.000	30.000
19.	Umjetnički paviljon izl. J.Miro´ - Djeca iz poplavljenih područja	33.600	33.540
20.	Muzej iluzija	50.000	50.000
21.	Muzej automobila Ferdinand Budicki	30.000	20.000
22.	Domitrovićeva kula - Kaptol	150.000	150.000
23.	NEPLANIRANO	20.000	15.000
	Etnografski muzej		15.000
	<b>UKUPNO DONACIJE</b>	<b>938.600</b>	<b>923.540</b>
	<b>SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA</b>	<b>21.821.200</b>	<b>23.007.192</b>

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

RB	Projekti TZGZ	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane	12.000	18.315
2.	Proslava Majčinog dana na Zrinjevcu / svibanj	10.000	10.000
3.	Uskrsne pisanice na Kaptolu	42.200	42.165
4.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
4.1.	Promenadni koncerti na Zrinjevcu / travanj-rujan	420.000	423.763
4.2.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti / travanj-rujan	393.000	387.900
4.3.	Tajne Griča - Noćna gornjogradska interaktivna tura / travanj - rujan	380.000	380.000
4.4.	Red Srebrnog zmaja - Projekt oživljavanja Gornjeg grada srednjovjekovnim vitezovima / travanj-rujan	40.000	40.000
4.5.	Gornjogradske glazbene vedute - Nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom / travanj-rujan	110.000	110.000
4.6.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije	670.000	670.000
4.7.	Vergl na zagrebačkim ulicama / kroz godinu	30.100	30.070
4.8.	Gornjogradska likovna kolonija / svibanj - rujan	120.000	120.580
4.9.	Folklorna ljetna scena za turiste		
	HSPD Podgorac	11.000	11.000
	HKUD Prigorec Markuševac	11.000	11.000
	FA Turopolje	11.000	11.000
	KUD Valentinovo	11.000	11.000
	FA Vrapčanci	11.000	11.000
	KUD Prepuštovec	11.000	11.000
	FIS Remetski muzikaši i puce	11.000	11.000
	KUD Frankopan – Remete	11.000	11.000
	KUD Okička trešnja	11.000	11.000
	KUD Bukovac	11.000	11.000
	KUD Ruža Prigorja	11.000	11.000
	FA SKUD-a Ivan Goran Kovačić	11.000	11.000
	KUD Stenjevec	11.000	11.000
	HKUD Bosiljak	11.000	11.000
	KUD Orač	11.000	11.000
	KUD Klas Podsused	11.000	11.000
	KPD Sveta Klara	11.000	11.000
	KUD Sv. Ana	11.000	11.000
	FA Zagreb-Markovac	11.000	11.000
	FS Kolo	11.000	11.000
	KUD Vidovec	11.000	11.000
4.10.	Ansambli salonske glazbe Strauss - Promenadni koncerti u Maksimiru / nedjeljom travanj - rujan	157.900	157.813
4.11.	Zrinjevačke plesne večeri petkom / lipanj - rujan	200.000	199.766
4.12.	Tkalčijana - ulica glazbe i zabave / lipanj - rujan	279.500	278.594
4.13.	Kumice s Dolca - Ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / travanj - listopad	35.000	32.554
4.14.	Ljeto u Maksimiru / srpanj-kolovoz	70.000	70.000
5.	Puhački orkestar ZET-a na Vremeplovu	120.000	119.070

6.	Koncerti u Zagrebačkim crkvama - brošura	11.400	11.350
6.1.	Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan	30.000	30.000
6.2.	Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / kroz godinu	30.000	30.000
6.3.	Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / kroz godinu	30.000	30.000
6.4.	Koncertna sezona ansambla Duo de novo	15.000	15.000
6.5.	Crkva sv. Dizme	40.000	40.000
7.	4th Valentines Zagreb Salsa Festival / veljača	20.000	20.000
8.	Dvorišta Gornjeg Grada, otvaranje dvorišta i vrtova / ljeto	140.000	140.000
9.	Novogodišnji koncert folklornih društava za turiste / siječanj	100.000	157.387
10.	Uskrсни koncert folklornih društava za turiste GK Komedija / travanj	61.900	61.832
11.	Dan grada Zagreba - Posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada, koncert Zagrebačke filharmonije (KDZ) te ostali programi / svibanj	50.000	11.217
12.	Svjetski dan turizma - Završna priredba na Zrinjevcu / rujan	30.000	19.773
13.	Vivaldi - glazbeni koncert na Zrinjevcu	20.000	19.000
14.	NEPLANIRANO	40.000	
	<b>UKUPNO PROJEKTI TZGZ</b>	<b>3.939.000</b>	<b>3.907.147</b>

#### PRILOG 6. VOLIM ZAGREB

RB	Volim Zagreb	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	O.Š Nad lipom, škola s posebnim potrebama - Uređenje školskog vrta / kroz godinu	5.000	5.000
2.	KUD Frankopan Remete - Projekt „Budi svoj“, očuvanje tradicije i kulturne baštine Podsljemena / kroz godinu i Dani kruha / rujan	20.000	20.000
3.	HSPD Sljeme, Šestine - Tradicijske vještine / kroz godinu	10.000	10.000
4.	ŠRU Bukovac - Ekološko - edukativni programi u Školi u prirodi u Parku prirode Maksimir / ožujak - rujan i Zaštita i očuvanje podsljemenskih potoka / kroz godinu	20.000	20.000
5.	Gradski ured za obrazovanje – Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće / svibanj	11.000	10.374
6.	PU Zagrebačka - Dan ljubaznosti u prometu / svibanj	12.500	8.408
7.	Hrvatski farmer - Eko etno tour i Eko etno trade show / travanj	10.000	10.000
8.	Udruga za zaštitu okoliša EKO-2000 - Projekt "Vratimo Podsused na izletničku kartu Zagreba - Podsusedske svečanosti / rujan-studeni	10.000	10.000
9.	Lovačka udruga Lasica - Poučna staza Dubravkin put i Čišćenje planinarskih staza Medvednice / kroz godinu; Dan Medvednice / svibanj	5.000	5.000
10.	Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj - svibanj	20.000	15.603
11.	Lijepa naša Sava - Promicanje ekološke svijesti o rijeci Savi / svibanj - srpanj	10.000	10.000
12.	Projekt Razvrstaj i svrstaj - pokreni se! / kroz godinu	10.000	10.000
13.	ARTichoke festival / listopad	10.000	10.000
	<b>UKUPNO VOLIM ZAGREB</b>	<b>153.500</b>	<b>144.385</b>

**PRILOG 7. OGLAŠAVANJE**
**OGLAŠAVANJE TURIZAM**

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	ABTA, ASTA Magazine	godišnji katalog	UK	20.000	10.638
2.	BUS & HOTEL Report + Reise Aktuell	revija	turoperatori i putničke agencije u Njemačkoj	45.000	45.529
3.	Iće i piće	revija	Hrvatska	30.000	33.000
4.	In Your Pocket	vodič+karta+internet	posjetitelji u Zagrebu	50.000	50.000
5.	Jutarnji list	dnevne novine	Hrvatska	20.000	20.000
6.	Kleine Zeitung	dnevne novine	Austrija	50.000	50.438
7.	Restaurant & Hotel	revija	Hrvatska	10.000	9.700
8.	Svijet u čaši	revija+enogastromobil	Hrvatska	20.000	20.000
9.	UT magazin + City break	revija	Hrvatska	40.000	41.250
10.	UHPA	godišnji katalog	inozemstvo	10.000	8.125
11.	Zagreb moj grad	mjesečnik	Hrvatska	30.000	38.750
12.	Turizam Srbija	mjesečnik	Srbija	5.200	5.167
13.	Meridijani	mjesečnik	Hrvatska	16.900	16.875
14.	JAX FAX Travel Marketing	mjesečnik	SAD	26.000	24.843
15.	TIP/Profi Reisen	mjesečnik	Austrija	18.500	9.306
16.	Horizont	mjesečnik	Slovenija	10.000	9.125
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 i Enjoy Croatia	prilog dnevnih novina	Hrvatska	25.500	28.101
20.	Oglas u Slobodnoj Dalmaciji	prilog dnevnih novina	Hrvatska	15.000	15.000
21.	Oglas Tip Travel	on-line magazin	Hrvatska/svijet	30.000	30.000
22.	Omnibusrevue	stručni časopis	Austrija, Njemačka, Švicarska	10.000	10.896
23.	Putovanja v dvoje	revija	Slovenija	10.000	
24.	Select Traveller	revija	Velika Britanija	17.500	15.782
25.	Film Art and Tourism	stručni časopis	Europa - filmski festival	14.500	14.262
26.	Hrvaška 2015.	prilog dnevnih novina	Slovenija	6.200	6.176
27.	Putovanje za dvoje	revija	Hrvatska	20.000	20.000
28.	Dnevnik	prilog dnevnih novina i on line portal	Slovenija	8.500	8.411
29.	Insight Design Guide	vodič	Hrvatska	30.000	30.000
30.	Orizzonti Travel	revija	Italija	10.000	
31.	Together	revija	Belgija	10.000	

32.	Gap Travel Guide	katalog	Velika Britanija	10.800	10.765
33.	Euro Bonus TRaveller	revija	Danska	35.000	32.918
34.	Conde Nast	revija	Velika Britanija	53.000	63.147
35.	Die Welt Supplement	prilog dnevnih novina	Njemačka	30.000	32.382
36.	Sport Aktiv	Internet, print	Austrija	20.000	19.363
37.	Putovanja za dvoje	revija	Srbija	10.000	10.000
38.	World Horizons	revija	Njemačka	16.000	16.000
39.	Magazin vjenčanja	revija	Hrvatska	11.000	10.875
40.	Bus Blicpunkt	revija za autobusere	Njemačka, Austrija, Švicarska	37.000	36.943
41.	Lufthansa Inflight i KLM	inflight magazin	svijet - Lufthansa letovi	200.000	183.593
42.	Le petit futé-Croatia 15	katalog		7.800	7.770
43.	Logo u ETOA katalogu	katalog		600	575
44.	TTG Mena	online časopis, EDM	Bliski Istok	9.000	9.068
45.	Travel Weekly	stručni časopis	Velika Britanija	25.000	19.283
46.	HI-Europe	revija	Europa- za kineske goste	11.000	9.246
47.	TRAVEL	revija	Poljska	8.000	7.600
48.	Selling Travel	revija	Velika Britanija	30.000	26.348
49.	NEPLANIRANO			50.000	46.701
	24 sata - oglašavanje				12.549
	Eurobus - oglašavanje				7.738
	Croatian Traveller				10.000
	Oglas Advent - Story				16.415
	<b>UKUPNO</b>			<b>1.208.000</b>	<b>1.138.951</b>

**OGLAŠAVANJE U KONGRESNO-INCENTIVE PUBLIKACIJAMA**

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
1.	Croatian Convention & Incentive Magazine	stručni časopis	HTZ svijet	45.000	45.000
2.	I& MI Mice Places - DIY Workbook	godišnji katalog	EU,SAD, Kanada, Azija	23.400	23.345
3.	Meeting e Congressi	stručni časopis	Italija	12.200	12.224
4.	Kongres Magazine	stručni časopis	Slovenija, regija	23.300	23.356
5.	Meedex PRO	stručni časopis	Francuska	23.000	
6.	IMEX Frankfurt Catal.	burz. katalog	IMEX Frankfurt	6.900	6.849
7.	IBTM World Catalogue	burz. katalog	Barcelona	10.000	11.155
8.	Meetin Magazine	stručni časopis	Španjolska	20.000	
9.	ICJ Journal / MICE Magazin	stručni časopis	Njemačka	23.000	
10.	Biz direkt	stručni časopis	Hrvatska	11.000	11.025
11.	Poslovni dnevnik	stručni časopis	Hrvatska	26.300	26.250
12.	MPI online buyer's guide	online katalog	online	3.400	4.894
13.	Meet & Travel Mag	stručni časopis	Francuska		
14.	Conference & Meeting World	stručni časopis	svijet	15.000	16.256
15.	Poslovni turizam	online časopis	online	15.000	15.000
16.	MIM Europe Magazin	stručni časopis	Velika Britanija	23.000	
17.	Liječničke Novine	stručni časopis	Hrvatska	15.000	14.945
18.	Virtual fam trip Cat publication	On line / časopis	Velika Britanija	70.000	69.300
19.	Conventa katalog	katalog	Svijet	4.000	
20.	Master Meeting Italy's Best	stručni časopis	Italija	25.000	27.150
21.	Poslovni savjetnik	stručni časopis	Hrvatska	15.000	15.000
22.	SEEBtm magazin	stručni časopis	Regija	20.000	19.916
23.	Neplanirano			40.000	49.515
	"PUNTO MICE" Croatia Report	stručni časopis	Španjolska		17.123
	Experience IBTM World 2015.	stručni časopis	Svijet		10.608
	Business Intelligence Report	stručni časopis	Svijet		16.160
	Almanah Hum Croma 2015.	almanah	Hrvatska		5.625
	<b>UKUPNO</b>			<b>469.500</b>	<b>391.178</b>

**PRILOG 8. BROŠURE I SUVENIRI****BROŠURE**

<b>RB</b>	<b>Naziv</b>	<b>Plan 2015.</b>	<b>Ostvareno 2015.</b>
1.	Brošura – Sve boje grada	435.000	418.211
2.	Brošura – Korak po korak	350.000	347.193
3.	Brošura – Zagrebačka okolica	350.000	269.568
4.	CD Zagreb	375.000	187.500
5.	DVD Zagreb turistički	150.000	65.938
6.	Monografije	5.000	
7.	Image brošura	100.000	35.000
8.	PROGRAM PRIREDBI/INFO	370.000	342.243
9.	Plan grada – letak	450.000	270.000
10.	Brošura Gornji grad	30.000	30.000
11.	Kongresna brošura dopuna i tisak	20.000	
12.	Kongresni DVD - umnožavanje	10.000	
13.	Plakati Zagreb	20.000	
14.	Letak Advent Zagreb	20.000	
15.	Brošura Smještaj	50.000	37.375
16.	Novine Zagreb4You	300.000	298.500
17.	Time Out Zagreb	305.000	320.197
18.	Brošura Vjenčanja u Zagrebu	13.500	13.500
19.	Zagreb Gay Guide	11.500	11.250
20.	Neplanirano	50.000	1.438
	Letak Voice Guide		1.438
	<b>UKUPNO</b>	<b>3.415.000</b>	<b>2.647.912</b>

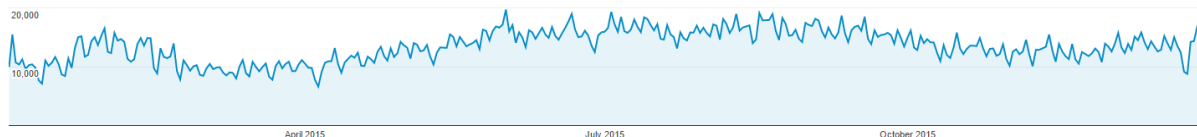
**SUVENIRI**

<b>RB</b>	<b>Naziv</b>	<b>Plan 2015.</b>	<b>Ostvareno 2015.</b>
1.	Kalendari	50.000	25.408
2.	Kemijske olovke - razne	50.000	43.750
3.	Knjiga - razno	10.000	
4.	Licitarska srca	400.000	350.000
5.	Magneti	100.000	42.819
6.	Majice sa dotiskom	100.000	94.475
7.	Privjesci - licitar	100.000	100.000
8.	Rokovnici	25.000	16.500
9.	Vrećice - papirnate male	25.000	24.245
10.	Vrećice - papirnate A4	55.000	51.125
11.	Vrećice - EKO	100.000	62.343
12.	Vezice za mobitel	80.000	78.000
13.	Podlošci za miša	20.000	19.581
14.	Označivač knjiga	60.000	59.956
15.	USB stick	165.000	160.463
16.	Džepni planer	10.000	9.250
17.	Stolni kalendar	11.000	7.500
18.	Kapa šilt	90.000	4.755
19.	Oznaka (name tag) za prtljagu	50.000	45.375
20.	Adventska šalica	20.000	
21.	NEPLANIRANO	50.000	44.711
	Adventska čokolada i čaj		44.711
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.571.000</b>	<b>1.240.255</b>

## PRILOG 9. Statistika posjećenosti web stranica

### 1. Posjećenost web stranice TZGZ po danima u 2015. godini

Slika 1. Pregled posjeta po danima od 01.01.2015. do 31.12.2015.

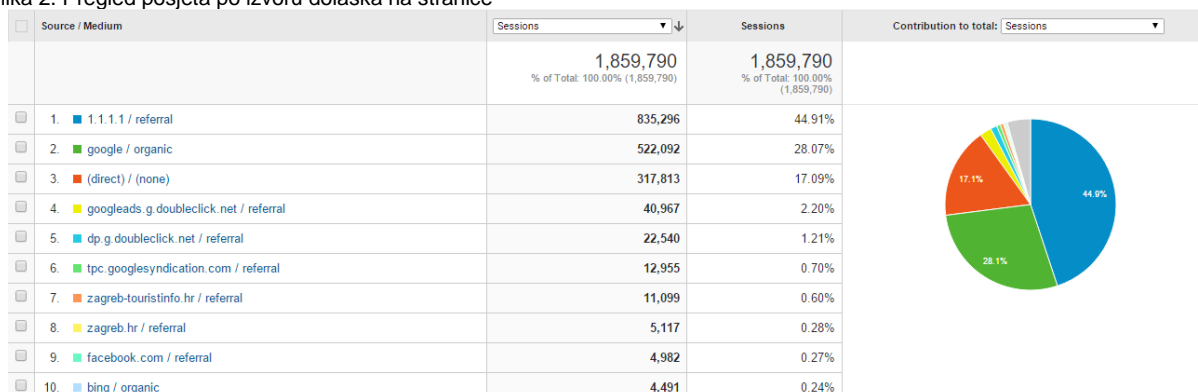


Grafički prikaz daje učestalost posjeta po danima tijekom 2015. godine. Prikazana je krivulja s rastom od početka promatranja do početka ljeta, zatim slijedi očekivana stagnacija tijekom ljeta zbog razdoblja godišnjih odmora i ponovni rast od kraja kolovoza do početka prosinca kada posjećenost ponovno pada. Prosječno je pregledano 3,22 stranica po posjeti, dok je najveća posjećenost bila 01.06.2015. i iznosila je 9,438 posjeta, što se na grafičkom prikazu jasno vidi kao najviša točka u nizu. Prosječno trajanje pregleda stranice jednog korisnika je iznosilo 2:23 minute.

Treba napomenuti da je u izvještaju korištena Google Analytics statistika koja koristi drugačiju metodu računanja posjeta u odnosu na stvarnu statistiku koja se izračunava na serveru i postoji mogućnost odstupanja. Izvor Google Analytics se koristi zato što omogućava bolje praćenje posjeta generiranih Google kampanjama.

### 2. Ukupni posjeti u 2015. godini po izvorima dolaska na stranice

Slika 2. Pregled posjeta po izvoru dolaska na stranice



Google Analytics pokazuje da je u 2015. godini web stranicu [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) posjetilo ukupno 1.859,790 posjetitelja koji su pregledali 4.931,670 stranica. Slika 2. daje prikaz deset najvažnijih izvora iz kojih se generirala posjećenost web stranica TZGZ.

### 3. Google kampanje

Google kampanje su generirale ukupno 118.381,730 impresija i 2.039,617 interakcija što je omjer od 1.72%. Ukupno je napravljeno 98 kampanja koje su podijeljene na "Content" (sadržajna mreža) i "Search" (tražilica) sadržaj.

Slika 3. Pregled impresija i interakcija Google kampanja

Campaign	Impr. ?	Interactions ? ↓	Interaction rate ?
<b>Total - all campaigns</b>	<b>118,381,730</b>	<b>2,039,617</b>	<b>1.72%</b>
<b>Total - Search</b>	<b>18,763,356</b>	<b>231,750</b>	<b>1.24%</b>
<b>Total - Display</b>	<b>94,323,016</b>	<b>286,287</b>	<b>0.30%</b>
<b>Total - Video</b>	<b>5,295,358</b>	<b>1,521,580</b>	<b>28.73%</b>

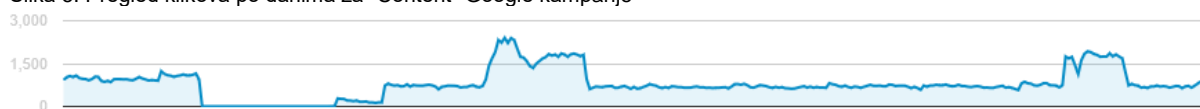
Slika 4. Pregled klikova po danima za Google kampanje



### 3.1. Content kampanje

Uvidom u donje prikaze (slika 5. i 6.) vidimo da su “Content” kampanje u 2015. godini generirale preko 94 mil. impresija i 286,287 klikova. Najuspješnija “Content” kampanja je bila “EN – Kongresni – CONTENT” sa skoro 7 mil. prikazivanja i 52,084 klikova.

Slika 5. Pregled klikova po danima za “Content” Google kampanje



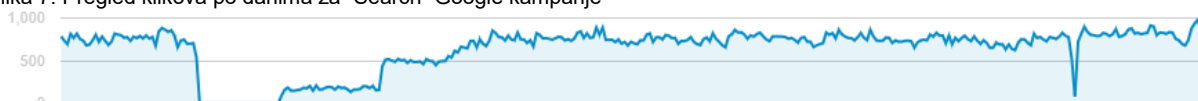
Slika 6. Pregled najboljih “Content” kampanja

Campaign	Clicks ?	Impr. ?	CTR ?
<b>Total - Display</b>	<b>286,287</b>	<b>94,323,016</b>	<b>0.30%</b>
<input type="checkbox"/> EN - Kongresni - CONTENT	52,084	6,936,777	0.75%
<input type="checkbox"/> Zagreb, Croatia - J - CONTENT	2,258	778,428	0.29%
<input type="checkbox"/> Zagreb, Croatia - ENG - CONTENT	59,501	9,399,149	0.63%
<input type="checkbox"/> Zagreb, Croatia - US - SEARCH	12,134	1,800,191	0.67%
<input type="checkbox"/> Zagreb, Croatia - NJEM - CONTENT	36,250	16,844,993	0.22%
<input type="checkbox"/> Zagreb, Croatia - ITA - CONTENT	43,950	19,690,712	0.22%
<input type="checkbox"/> Zagreb, Croatia - FRA - CONTENT	21,825	10,072,590	0.22%
<input type="checkbox"/> HR - Ne propustite u Zagrebu - CONTENT	3,255	985,459	0.33%
<input type="checkbox"/> Zagreb Summer Tour 2015 (YT) (Rmkt)	28,185	17,061,132	0.17%

### 3.2. Search kampanje

Uvidom u donje prikaze (slika 7. i 8.) vidimo da su "Search" kampanje u 2015. godini generirale preko 18.5 mil. impresija i 231,750 klikova. Najuspješnija "Search" kampanja je bila "HR – Zagreb Info – SEARCH" sa 278,020 prikazivanja i 16,880 klikova.

Slika 7. Pregled klikova po danima za "Search" Google kampanje



Slika 8. Pregled najboljih "Search" kampanja

Campaign	Clicks ?	Impr. ?	CTR ?
<b>Total - Search</b>	<b>231,750</b>	<b>18,763,356</b>	<b>1.24%</b>
Izlozbe Opcenito - SEARCH	3,914	986,288	0.40%
EN - Kongresni - SEARCH	3,492	291,982	1.20%
Zagreb, Croatia - J - SEARCH	9,147	1,126,108	0.81%
Zagreb, Croatia - NJEM - SEARCH	16,880	1,638,659	1.03%
HR - Zagreb Info - SEARCH	35,101	278,020	12.63%
ES General 2010 - SEARCH	16,102	842,240	1.91%
Zagreb, Croatia - HEB - SEARCH	13,554	908,079	1.49%
Advent u Zagrebu	7,577	1,423,293	0.53%
Zagreb, Croatia - ENG - SEARCH - NEW	47,006	5,688,792	0.83%
Zagreb apps NEW	9,072	403,751	2.25%
Zagreb, Croatia - America - SEARCH NEW	6,866	648,618	1.06%
Zagreb, Croatia - FRA - SEARCH NEW	10,654	689,762	1.54%
Zagreb, Croatia - ITA - SEARCH NEW	20,412	1,098,227	1.86%
InMusic hr	3,370	239,239	1.41%
InMusic eng	1,387	252,796	0.55%
HR Vremeplov SEARCH	5,606	135,384	4.14%
Ne propustite nova	8,558	366,979	2.33%
Ne propustite eng New	4,912	717,508	0.68%

## 4. Posjet na web stranice TZGZ preko Google tražilice

Na web stranice TZGZ preko Google tražilice je došlo ukupno 522,092 posjetitelja (28.07% ukupnih posjeta).

Prosječno vrijeme provedeno na stranicama za korisnike koji su došli putem tražilica iznosi 3 minute i 16 sekundi. U nastavku se daje tablični prikaz koji prikazuje temeljem koje ključne riječi je generirano najviše posjeta stranicama TZGZ-a, a uvjerljivo najučestalija pretraga je prema ključnoj riječi "Zagreb".

Slika 9. Pregled posjeta po najtraženijim ključnim riječima

Keyword	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	depeche (Goal 1 Conversion Rate)	depeche (Goal 1 Completions)	depeche (Goal 1 Value)
	532,036 % of Total: 28.61% (1,855,790)	67.24% Avg for View: 55.86% (28.82%)	357,766 % of Total: 34.56% (1,035,139)	47.28% Avg for View: 71.72% (-34.07%)	4.07 Avg for View: 2.65 (53.49%)	00:03:16 Avg for View: 00:01:57 (67.69%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
1. (not provided)	469,703 (88.28%)	66.14%	310,643 (86.83%)	45.10%	4.27	00:03:28	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. zagreb	1,434 (0.27%)	76.78%	1,101 (0.31%)	45.68%	3.69	00:02:44	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. zagreb događanja	1,143 (0.21%)	61.85%	707 (0.20%)	40.16%	3.37	00:03:04	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4. događanja zagreb	990 (0.19%)	57.68%	571 (0.16%)	46.46%	2.95	00:02:21	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5. turistička zajednica grada zagreba	907 (0.17%)	43.11%	391 (0.11%)	26.57%	4.35	00:03:51	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6. događanja u zagrebu	694 (0.13%)	60.81%	422 (0.12%)	40.78%	3.18	00:02:53	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
7. tz zagreb	467 (0.09%)	41.33%	193 (0.05%)	28.91%	4.91	00:04:32	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
8. izložbe u zagrebu danas	405 (0.08%)	57.28%	232 (0.06%)	26.67%	4.58	00:02:58	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
9. tzgz boravišna pristojba	375 (0.07%)	0.80%	3 (0.00%)	0.80%	9.40	00:05:10	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
10. クロアチア	354 (0.07%)	89.55%	317 (0.09%)	77.12%	1.45	00:00:22	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

## 5. Pregled posjeta po zemljama

Na sljedećoj slici su zemlje i gradovi iz kojih je generirano najviše posjeta (prikazano tamnim točkama).

Slika 10. Prikaz zemljopisne karte i zemalja iz kojih se generiralo najviše web posjetitelja



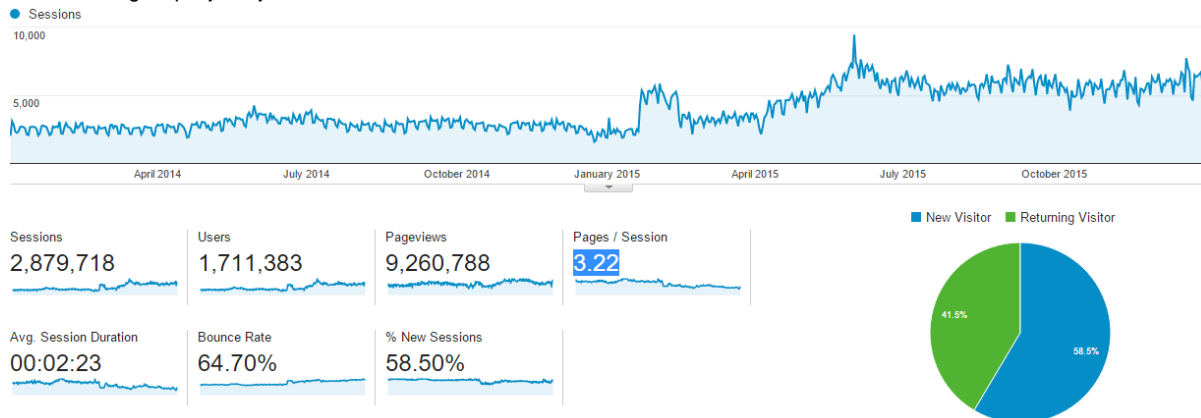
Tablica na slici 11. prikazuje zemlje iz kojih dolazi najviše posjetitelja web stranica. Najviše posjeta dolazi od strane domaćih posjetitelja. Slijede posjetitelji iz SAD-a, Italije i Njemačke.

Slika 11. Tablični prikaz zemalja iz kojih su dolazili posjeti

Country	Sessions	Sessions
	1,859,790 % of Total: 100.00% (1,859,790)	1,859,790 % of Total: 100.00% (1,859,790)
1. Croatia	1,436,294	77.23%
2. United States	66,583	3.58%
3. Italy	55,261	2.97%
4. Germany	47,869	2.57%
5. France	28,738	1.55%
6. Serbia	22,138	1.19%
7. Spain	21,683	1.17%
8. Canada	15,253	0.82%
9. Austria	14,698	0.79%
10. United Kingdom	14,238	0.77%

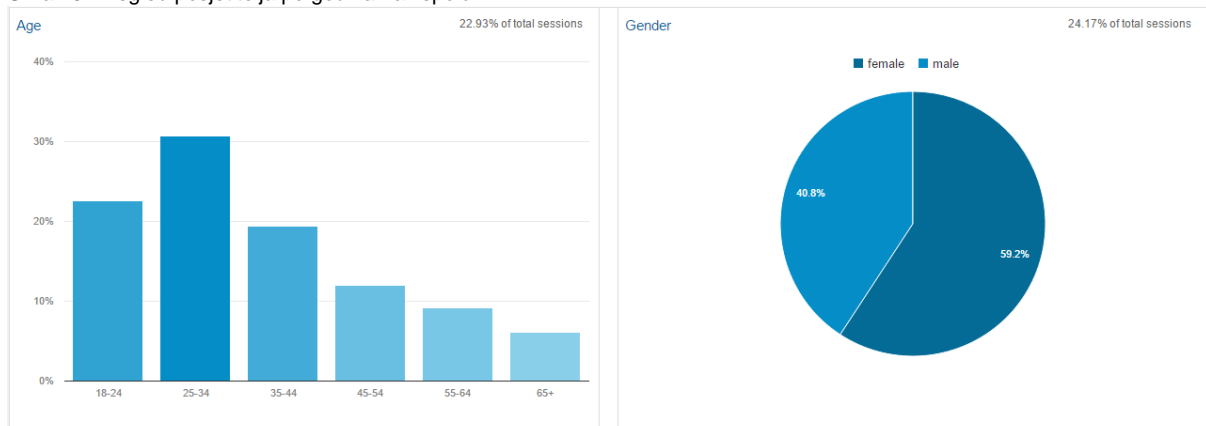
## 6. Statistika posjetitelja

Slika 12. Pregled posjetitelja



Slika 12. pokazuje da je bilo 9.260,788 pregleda stranica s prosjekom pregleda 3,22 stranice po jednoj posjeti. Omjer novih i postojećih korisnika bio je na strani novih korisnika s 58.50%.

Slika 13. Pregled posjetitelja po godinama i spolu



Slika 13. pokazuje da je najviše posjetitelja bilo u dobi od 25-34 godina (202,747 – 30,71%) od kojih je novih posjetitelja bilo 45,31%. Isto tako pokazuje i da je omjer spolova na strani muškog spola s 59,2%.

Slika 14. Pregled sklonosti posjetitelja prema vrstama sadržaja

Affinity Category (reach) ?	Acquisition			Behavior			Conversions Goal 1: depeche		
	Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?	depeche (Goal 1 Conversion Rate) ?	depeche (Goal 1 Completions) ?	depeche (Goal 1 Value) ?
	927,114 % of Total: 49.85% (1,859,790)	47.74% Avg for View: 55.66% (-14.23%)	442,615 % of Total: 42.76% (1,035,139)	68.34% Avg for View: 71.72% (-4.71%)	2.85 Avg for View: 2.65 (7.42%)	00:02:15 Avg for View: 00:01:57 (15.40%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
1. News Junkies & Avid Readers	528,837 (5.27%)	45.65%	241,435 (5.08%)	66.37%	3.03	00:02:25	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. Movie Lovers	506,608 (5.05%)	47.42%	240,240 (5.05%)	64.34%	3.24	00:02:37	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. Travel Buffs	481,800 (4.80%)	45.18%	217,660 (4.58%)	64.84%	3.14	00:02:32	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4. TV Lovers	481,528 (4.80%)	48.11%	231,642 (4.87%)	64.39%	3.22	00:02:34	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5. Sports Fans/Soccer Fans	431,719 (4.30%)	43.68%	188,576 (3.97%)	65.23%	3.07	00:02:28	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6. Political Junkies	379,945 (3.78%)	43.59%	165,609 (3.48%)	64.20%	3.09	00:02:29	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
7. Technophiles	345,373 (3.44%)	47.41%	163,725 (3.44%)	66.50%	3.07	00:02:30	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
8. Music Lovers/Pop Music Fans	310,517 (3.09%)	45.16%	140,215 (2.95%)	66.95%	3.13	00:02:31	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
9. Music Lovers	309,821 (3.09%)	45.35%	140,496 (2.96%)	65.12%	3.07	00:02:27	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
10. News Junkies & Avid Readers/Entertainment & Celebrity News Junkies	306,311 (3.05%)	46.86%	143,537 (3.02%)	69.84%	2.68	00:02:07	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

Slika 14. pokazuje da je najviše posjetitelja bilo skloni čitanju novosti na internetu (5,27%) i gledanju filmova (5,05%). Na trećem mjestu se nalaze zaljubljenici u putovanja (4,80%), zatim slijede TV entuzijasti (4,80%) i ljubitelji sporta (4,30%).










Slika 15. Pregled posjeta stranicama prema vrsti uređaja

Device Category ?	Acquisition			Behavior		
	Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?
	1,859,790 % of Total: 100.00% (1,859,790)	55.69% Avg for View: 55.66% (0.06%)	1,035,714 % of Total: 100.06% (1,035,139)	71.72% Avg for View: 71.72% (0.00%)	2.65 Avg for View: 2.65 (0.00%)	00:01:57 Avg for View: 00:01:57 (0.00%)
1. mobile	1,090,344 (58.63%)	51.97%	566,642 (54.71%)	86.13%	1.36	00:00:47
2. desktop	673,131 (36.19%)	59.96%	403,626 (38.97%)	48.65%	4.77	00:03:51
3. tablet	96,315 (5.18%)	67.95%	65,446 (6.32%)	69.88%	2.40	00:01:45

Slika 15. pokazuje da je najviše posjetitelja pregledavalo sadržaj putem mobilnih uređaja (58,63%), zatim preko računala (36,19%) te na kraju preko tableta (5,18%).

Na slici 16. Prikazani su uređaji preko kojih se najčešće pristupalo stranicama TZGZ.

Slika 16. Popis top 10 uređaja preko kojih se pristupalo internet stranicama TZGZ

Mobile Device Info <sup>?</sup>	Acquisition			Behavior	
	Sessions <sup>?</sup> ↓	% New Sessions <sup>?</sup>	New Users <sup>?</sup>	Bounce Rate <sup>?</sup>	Pages / Session <sup>?</sup>
	<b>1,186,659</b> % of Total: 63.81% (1,859,790)	<b>53.27%</b> Avg for View: 55.66% (-4.30%)	<b>632,088</b> % of Total: 61.06% (1,035,139)	<b>84.81%</b> Avg for View: 71.72% (18.25%)	<b>1.45</b> Avg for View: 2.65 (-45.37%)
1. Apple iPhone 	<b>271,864</b> (22.91%)	85.98%	233,738 (36.98%)	86.64%	1.33
2. (not set)	<b>63,522</b> (5.35%)	47.94%	30,455 (4.82%)	82.88%	1.55
3. Apple iPad 	<b>54,445</b> (4.59%)	75.54%	41,129 (6.51%)	68.83%	2.44
4. Samsung SM-G900F Galaxy S5 	<b>54,272</b> (4.57%)	33.48%	18,172 (2.87%)	87.45%	1.31
5. Samsung GT-I9505 Galaxy S IV 	<b>48,777</b> (4.11%)	29.80%	14,537 (2.30%)	87.83%	1.31
6. Samsung GT-I9195 Galaxy S4 Mini 	<b>39,339</b> (3.32%)	30.39%	11,954 (1.89%)	86.84%	1.37
7. Samsung GT-I8190 Galaxy S III Mini 	<b>17,766</b> (1.50%)	32.55%	5,782 (0.91%)	88.37%	1.29
8. Samsung GT-I9300 Galaxy S III 	<b>17,623</b> (1.49%)	41.24%	7,268 (1.15%)	85.92%	1.34
9. Samsung GT-I9301I Galaxy S III Neo+ 	<b>16,862</b> (1.42%)	35.61%	6,004 (0.95%)	88.04%	1.30
10. Samsung GT-I9500 Galaxy S IV 	<b>16,235</b> (1.37%)	34.91%	5,667 (0.90%)	89.36%	1.24

U nastavku, slika 17. daje popis deset najposjećenijih stranica vezanih za Turističku zajednicu grada Zagreba. Najposjećenija web stranica je naslovna stranica [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) od strane domaćih posjetitelja, nakon nje slijedi aplikacija boravišne pristojbe. Treće mjesto zauzela je stranica privatnog smještaja, a na četvrtom mjestu je engleska verzija stranice [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr).

Slika 17. Tablični pregled najposjećenijih internet stranica TZGZ

Page Title ?	Pageviews ? ↓	Unique Pageviews ?	Avg. Time on Page ?	Entrances ?
	<b>4,931,670</b> % of Total: 100.00% (4,931,670)	<b>3,842,839</b> % of Total: 100.00% (3,842,839)	<b>00:01:11</b> Avg for View: 00:01:11 (0.00%)	<b>1,859,783</b> % of Total: 100.00% (1,859,783)
1. <a href="#">Turistička zajednica grada Zagreba</a>	<b>3,278,405</b> (66.48%)	<b>2,627,559</b> (68.38%)	00:01:28	<b>1,676,626</b> (90.15%)
2. <a href="#">TZGZ - Boravišna pristojba</a>	<b>1,363,219</b> (27.64%)	<b>1,011,817</b> (26.33%)	00:00:50	<b>113,916</b> (6.13%)
3. <a href="#">Privatni smještaj - Zagreb</a>	<b>144,270</b> (2.93%)	<b>97,977</b> (2.55%)	00:00:53	<b>24,623</b> (1.32%)
4. <a href="#">Zagreb Tourist Board</a>	<b>52,866</b> (1.07%)	<b>40,554</b> (1.06%)	00:01:06	<b>20,759</b> (1.12%)
5. <a href="#">Touristische Gemeinschaft der Stadt Zagreb</a>	<b>18,044</b> (0.37%)	<b>12,607</b> (0.33%)	00:00:45	<b>5,620</b> (0.30%)
6. <a href="#">Centre touristique de la ville de Zagreb</a>	<b>11,306</b> (0.23%)	<b>8,234</b> (0.21%)	00:00:45	<b>3,125</b> (0.17%)
7. <a href="#">Oficina de Turismo de Zagreb</a>	<b>10,749</b> (0.22%)	<b>7,108</b> (0.18%)	00:00:52	<b>2,804</b> (0.15%)
8. <a href="#">Zagreb Convention</a>	<b>10,140</b> (0.21%)	<b>5,110</b> (0.13%)	00:00:59	<b>2,230</b> (0.12%)
9. <a href="#">Centro turistico della citta' di Zagabria</a>	<b>9,620</b> (0.20%)	<b>6,980</b> (0.18%)	00:00:50	<b>3,696</b> (0.20%)
10. <a href="#">Private accommodation - Zagreb</a>	<b>8,282</b> (0.17%)	<b>6,352</b> (0.17%)	00:01:06	<b>1,566</b> (0.08%)

## 7. Zaključak

Najveća posjećenost web stranica zabilježena je početkom lipnja. Promatrajući odakle se generiraju posjeti web stranicama TZGZ jasno se zaključuje da Google tražilica drži primat među pretraživačima (522.092 posjeta), a zatim slijede Google kampanje kao vrlo učinkovit "teaser" za posjet matičnim stranicama TZGZ (137.672 posjeta).

Najučestalija pretraga koja završava posjetom stranica TZGZ jest pretraga prema ključnoj riječi "Zagreb". Najviše posjeta zabilježilo se od strane domaćih posjetitelja, a slijede ih posjetitelji iz SAD-a, Italije i Njemačke kao interesenti za sadržaje TZGZ-a.

## Analiza posjećenosti Internet stranica [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) i [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr)

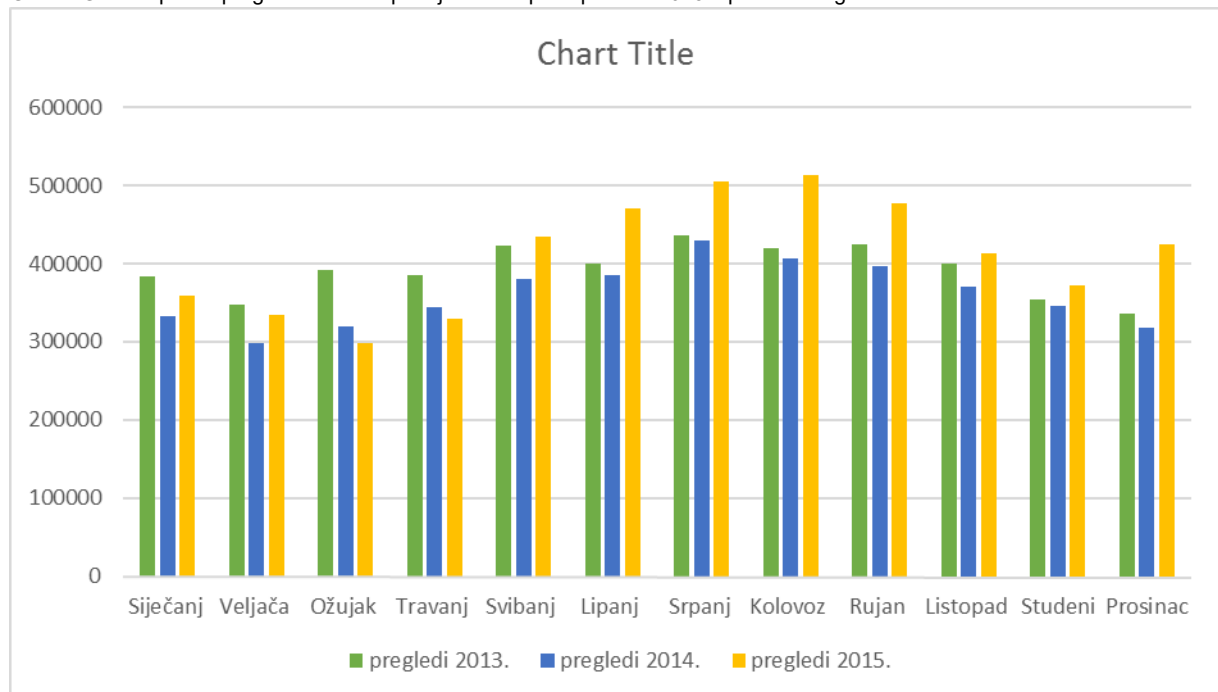
### 1. Statistika pregleda stranica internetske stranice [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) za 2015. godinu

Tablica 1: Usporedba pregleda stranica po mjesecima u 2013., 2014. i 2015. godini

Mjesec	pregledi 2013.	pregledi 2014.	pregledi 2015.
Siječanj	383,544	332,915	359,163
Veljača	346,786	298,442	333,936
Ožujak	391,233	319,847	298,328
Travanj	384,994	343,538	330,234
Svibanj	422,980	380,761	434,749
Lipanj	400,772	385,697	470,784
Srpanj	435,600	430,052	505,156
Kolovoz	418,995	407,211	512,722
Rujan	424,418	397,016	476,938
Listopad	399,304	370,621	412,411
Studeni	354,313	345,543	372,363
Prosinac	335,578	317,475	424,886

Tablični prikaz upućuje da je došlo do povećanja broja pregleda stranica tijekom većine mjeseci 2015. u odnosu na prethodne godine, a to vizualizira i grafički prikaz u nastavku. Najveća razlika vidljiva je u ljetnim mjesecima.

Graf 1. Grafički prikaz pregleda stranica po mjesecima pri usporedbi 2015. i prethodnih godina

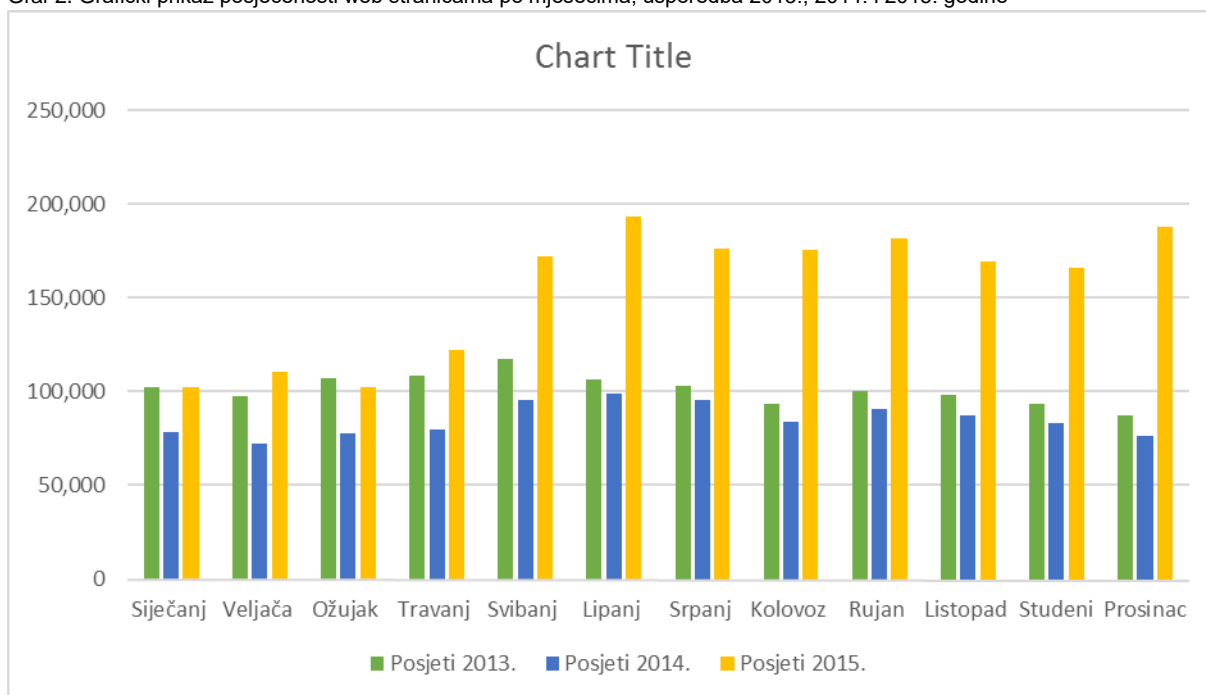


Tablica 2. Usporedba broja posjeta web stranice po mjesecima 2015. u odnosu na prethodne godine

Mjesec	Posjeti 2013.	Posjeti 2014.	Posjeti 2015.
Siječanj	102,588	78,602	102,530
Veljača	97,367	72,034	110,565
Ožujak	107,079	77,693	102,228
Travanj	108,704	79,919	122,073
Svibanj	117,527	95,537	172,226
Lipanj	106,339	99,086	193,206
Srpanj	102,771	95,207	176,289
Kolovoz	93,369	84,150	175,526
Rujan	100,126	90,503	181,480
Listopad	98,241	87,211	169,622
Studeni	93,339	83,424	166,254
Prosinac	87,316	76,562	187,791

Tablica nam daje brojčani prikaz posjeta ostvarenih po mjesecima i ukazuje da je u 2015. godini posjećenost web stranica bila veća u usporedbi s prethodnim godinama. Najintenzivnija posjećenost zabilježena je u ljetnim mjesecima. Tablični prikaz popraćen je grafičkim prikazom broj 2.

Graf 2. Grafički prikaz posjećenosti web stranicama po mjesecima; usporedba 2013., 2014. i 2015. godine

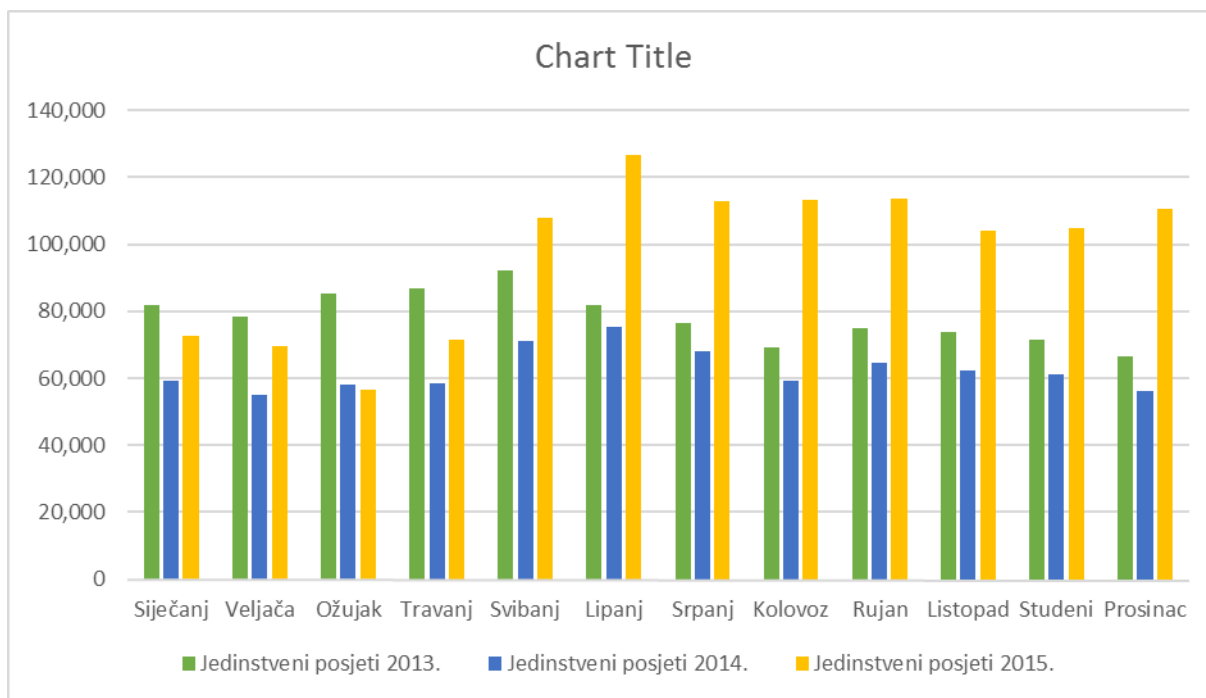


Tablica 3.: Usporedba 2013., 2014. i 2015. godine: Broj jedinstvenih posjeta po mjesecima u godinama koje se uspoređuju

Mjesec	Jedinstveni posjeti 2013.	Jedinstveni posjeti 2014.	Jedinstveni posjeti 2015.
Siječanj	81,948	59,160	72,609
Veljača	78,293	54,900	69,589
Ožujak	85,434	57,929	56,462
Travanj	86,725	58,648	71,393
Svibanj	92,232	71,242	107,737
Lipanj	81,993	75,176	126,621
Srpanj	76,491	68,242	112,956
Kolovoz	69,254	59,208	113,416
Rujan	75,024	64,412	113,749
Listopad	73,759	62,478	104,118
Studenj	71,449	61,315	104,772
Prosinac	66,661	56,272	110,549

Tablica daje prikaz broja jedinstvenih posjeta pri usporedbi 2013., 2014. i 2015. godine. I ova usporedba daje jasnu sliku da je broj jedinstvenih posjeta u rastu u odnosu na prethodne godine, posebno u ljetnim mjesecima. Grafički prikaz objašnjenog daje se u nastavku.

Graf 3.: Grafički prikaz broja jedinstvenih posjeta po mjesecima; usporedba 2013., 2014. i 2015. godine



Google Analytics pokazuje da je u 2015. godini web stranicu [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) posjetilo ukupno 1.859,790 posjetitelja koji su pregledali 4.931,670 stranica.

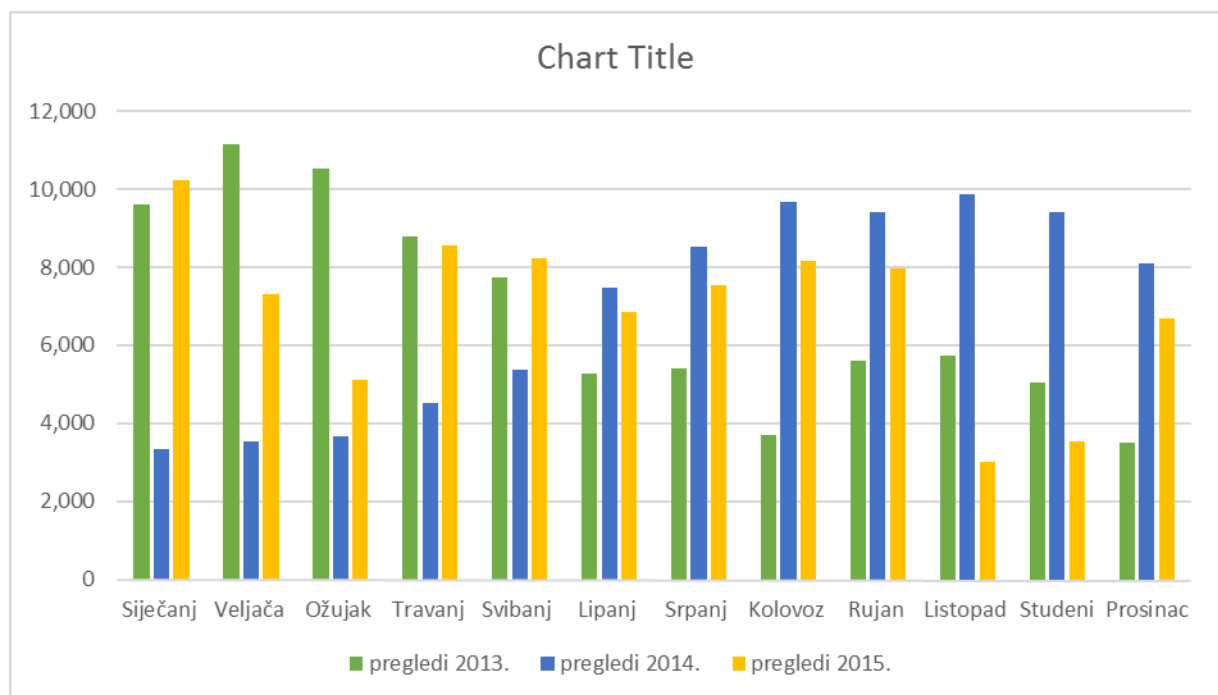
## 2. Statistika posjeta internetske stranice [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr) za 2015. godinu

Tablica 4: Usporedba pregleda stranica po mjesecima u 2013., 2014. i 2015. godini

Mjesec	pregledi 2013.	pregledi 2014.	pregledi 2015.
Siječanj	9,622	3,337	10,245
Veljača	11,163	3,522	7,318
Ožujak	10,528	3,660	5,120
Travanj	8,785	4,524	8,572
Svibanj	7,733	5,362	8,237
Lipanj	5,261	7,469	6,850
Srpanj	5,404	8,542	7,525
Kolovoz	3,696	9,688	8,168
Rujan	5,598	9,403	7,982
Listopad	5,748	9,868	3,013
Studeni	5,045	9,428	3,525
Prosinac	3,498	8,097	6,682

Tablica pokazuje da se broj pregleda stranica u prvom dijelu godine popravio u odnosu na prošlu godinu. Drugi dio godine pokazuje pad u odnosu na prethodne godine. Uzrok pada je redizajn kongresnih stranica, te optimizacija novih stranica od strane Google-a.

Graf 4. Grafički prikaz pregleda stranica po mjesecima pri usporedbi 2013., 2014. i 2015. godine

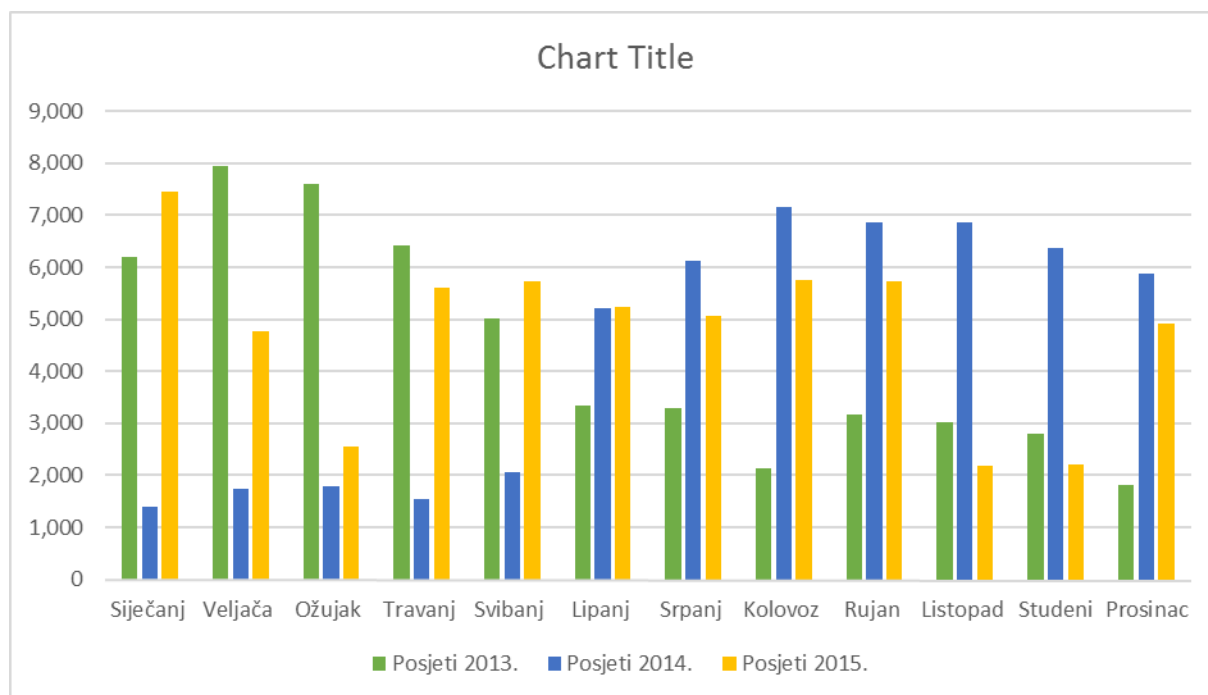


Tablica 5. Usporedba ukupnog broja posjeta web stranice po mjesecima 2015. u odnosu na 2013. i 2014. godinu

Mjesec	Posjeti 2013.	Posjeti 2014.	Posjeti 2015.
Siječanj	6,195	1,385	7,447
Veljača	7,956	1,742	4,765
Ožujak	7,613	1,788	2,558
Travanj	6,427	1,545	5,617
Svibanj	5,019	2,057	5,738
Lipanj	3,329	5,213	5,233
Srpanj	3,291	6,128	5,063
Kolovoz	2,127	7,154	5,757
Rujan	3,156	6,865	5,719
Listopad	3,012	6,864	2,177
Studenj	2,803	6,361	2,201
Prosinac	1,812	5,872	4,913

Tablica daje prikaz ukupnog broja posjeta po mjesecima cjelokupne 2015. godine u odnosu na prethodne godine. Vidljiv je porast broja posjeta u prvoj polovici 2015. godine u odnosu na prvu polovicu 2014. godine, dok se nadalje bilježi pad sve do kraja 2015. godine koji je uslijedio kao posljedica redizajna kongresnih web stranica i optimizacije istih od strane Google-a. Grafički prikaz slijedi u nastavku.

Graf 5. Grafički prikaz ukupnog broja posjeta po mjesecima; usporedba 2013., 2014. i 2015. godine

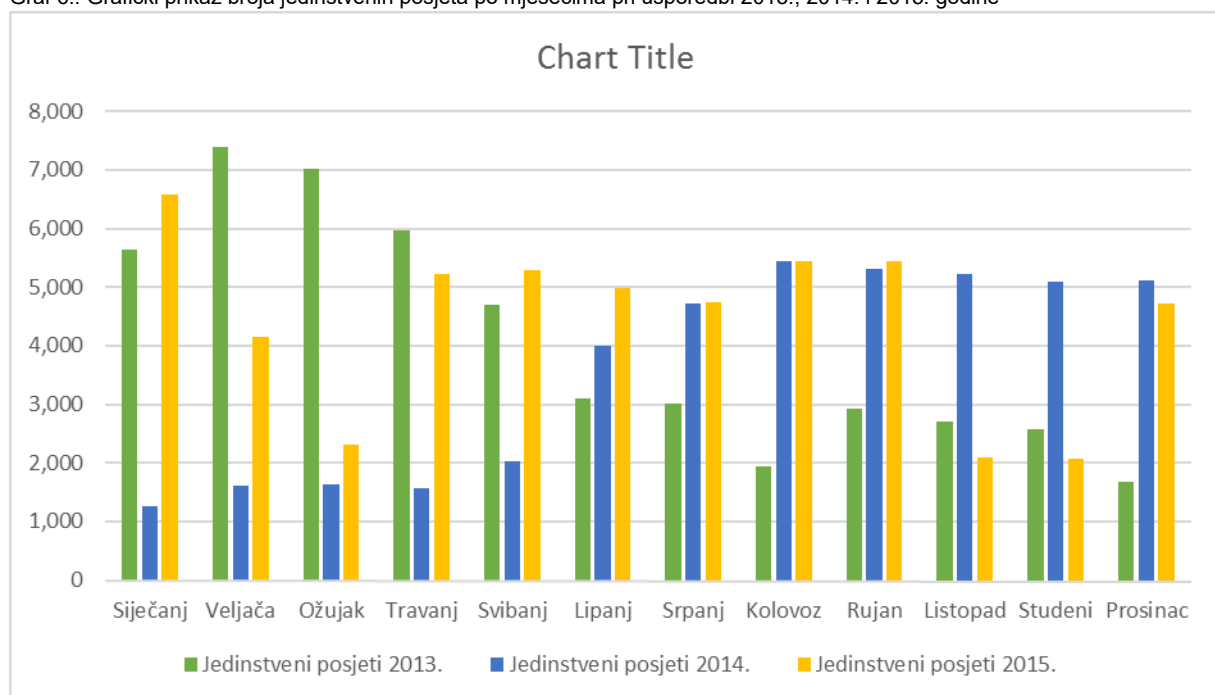


Tablica 6.: Usporedba 2013., 2014. i 2015. godine: Broj jedinstvenih posjeta po mjesecima u godinama koje se uspoređuju

Mjesec	Jedinstveni posjeti 2013.	Jedinstveni posjeti 2014.	Jedinstveni posjeti 2015.
Siječanj	5,637	1,265	6,582
Veljača	7,402	1,606	4,158
Ožujak	7,018	1,622	2,301
Travanj	5,960	1,568	5,234
Svibanj	4,703	2,035	5,295
Lipanj	3,102	3,988	4,991
Srpanj	3,018	4,724	4,740
Kolovoz	1,940	5,443	5,443
Rujan	2,921	5,307	5,442
Listopad	2,716	5,231	2,088
Studeni	2,585	5,104	2,078
Prosinac	1,683	5,111	4,719

Tablica pokazuje rast jedinstvenih posjeta u 2015. godini i to u prvih pet mjeseci dok je u drugoj polovici godine vidljiv blaži pad jedinstvenih posjeta u odnosu na prošlu godinu. Pad je uslijedio kao posljedica redizajna kongresnih web stranica i optimizacije istih od strane Google-a. Grafički prikaz slijedi u nastavku.

Graf 6.: Grafički prikaz broja jedinstvenih posjeta po mjesecima pri usporedbi 2013., 2014. i 2015. godine



Google Analytics pokazuje da je u 2015. godini web stranicu [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr) posjetilo ukupno 52.326 posjetitelja koji su pregledali 83.237 stranica.

**PRILOG 10. SAJMOVI I PREZENTACIJE**

**SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ**

RB	Grad	Sajam	Datum		TZGZ m2	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
<b>AUSTRIJA</b>							
1.	Beč	ReiseSalon- Hoffburg Wien	20.-22.11.		8	40.000	52.875
<b>BUGARSKA</b>							
2.	Sofija	International Tourism Exhibition	14.-16.2.		12	32.000	31.095
<b>BRAZIL</b>							
3.	Sao Paolo	WTM Latin America	23.-25.4.		9	152.000	151.482
<b>FRANCUSKA</b>							
4.	Pariz	MAP	19.-22.3.		9	78.000	77.131
<b>HRVATSKA</b>							
5.	Zagreb	Place2go	ožujak			30.000	30.000
<b>INDIJA</b>							
6.	New Delhi	SATTE	29.-31.1.		12	71.000	70.282
<b>ITALIJA</b>							
7.	Rimini	TTG Incontri	9.-11.10.		12	50.000	50.246
<b>IZRAEL</b>							
8.	Tel Aviv	IMTM	11.-12.2.		9	89.000	88.578
<b>JAPAN</b>							
9.	Tokyo	JATA	rujan		9	70.000	72.289
<b>JUŽNA KOREJA</b>							
10.	Seoul	KOTFA	11.-14.6.		9	70.000	69.070
<b>KINA</b>							
11.	Peking	COTTM	14.-16.4.		12	70.000	90.632
12.	Hong Kong	ITE	12.-15.6.		9	65.000	78.747
<b>RUMUNJSKA</b>							
13.	Bukurešt	Romanian Tourism Fair	13.-16.3.		12	52.000	51.367
<b>SAD</b>							
14.	New York	Times Travel Show	28.2.-2.3.		9	90.000	89.406
<b>SINGAPUR</b>							
15.	Singapore	ITB Asia	listopad		9	90.000	119.522
<b>ŠPANJOLSKA</b>							
16.	Barcelona	SITC	4.-6.4.		6	54.000	53.300
<b>TAJVAN</b>							
17.	Taipei	ITF Taipei	7.-10.11.		12	80.000	77.136
<b>TURSKA</b>							
18.	Istanbul	EMITT	22.-25.1.		9	60.000	60.056
<b>UKEDINJENI ARAPSKI EMIRATI</b>							
19.	Dubai	ATM	5.-8.5.		12	150.000	153.073
20.	Abu Dhabi	WHTS15	20.-21.10.		9	80.000	27.626
21.	NEPLANIRANO					50.000	
	<b>UKUPNO</b>					<b>1.523.000</b>	<b>1.493.913</b>

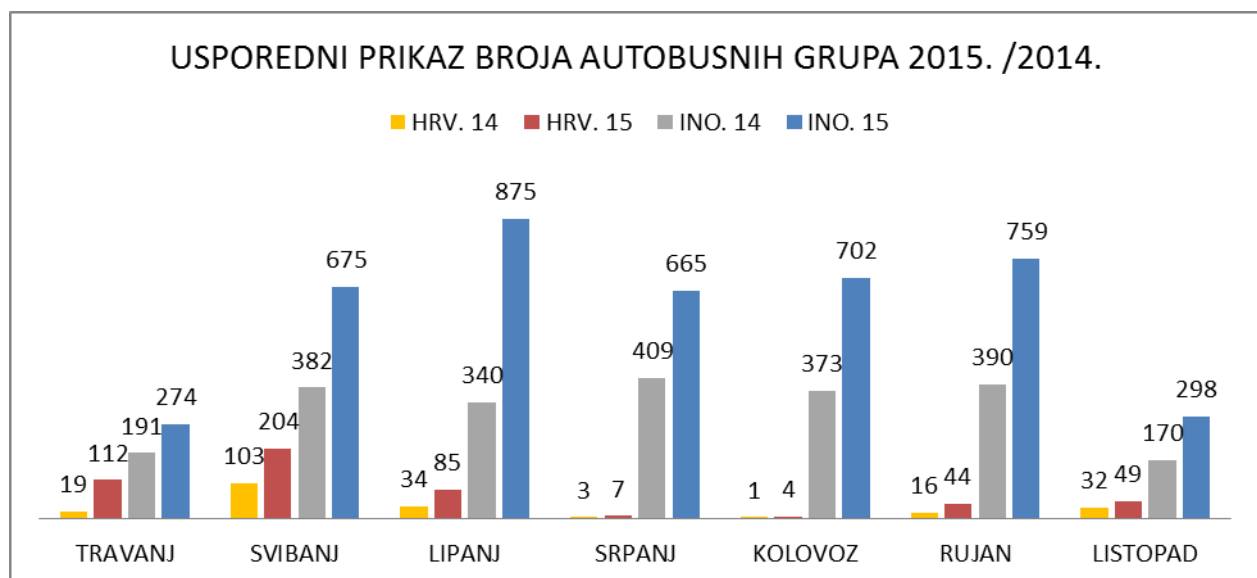
**NASTUPI S HTZ-om**

RB	Grad	Sajam	Datum	HTZ m2	TZGZ m2	Plan 2015.	Ostvareno 2015.
<b>AUSTRIJA</b>							
1.	Beč	Ferienmesse	16.-19.1.		6	44.000	43.063
<b>BELGIJA</b>							
2.	Bruxelles	Vacances	6.-10.2.	60	6	45.000	44.737
<b>ITALIJA</b>							
3.	Milano	BIT	13.-15.2.	120	6	39.000	38.572
<b>NIZOZEMSKA</b>							
4.	Utrecht		13.-18.1.		7	50.000	49.173
<b>NJEMAČKA</b>							
5.	Munchen	f.r.e.e.	19.-23.2.		6	81.000	80.264
6.	Berlin	ITB	5.-9.3.	70	6	75.000	74.362
<b>RUSIJA</b>							
7.	Moskva	MITT	19.-22.3.	120	6	42.000	41.034
<b>SRBIJA</b>							
8.	Beograd	IFT	27.2-2.3.	80	6	15.000	14.169
<b>ŠPANJOLSKA</b>							
9.	Madrid	FITUR	22.-26.1.	80	5	43.000	42.613
<b>ŠVICARSKA</b>							
10.	Zurich	FESPO	30.1.-1.2.	20	6	68.000	67.664
<b>VELIKA BRITANIJA</b>							
11.	London	WTM	3.-7.11.	150	6	100.000	100.107
<b>UKUPNO NASTUPI S HTZ-om</b>						<b>602.000</b>	<b>595.758</b>
<b>UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ + NASTUPI S HTZ-om</b>						<b>2.125.000</b>	<b>2.089.670</b>

## PRILOG 11. REZULTATI ANKETIRANJA TURISTIČKIH GRUPA NA KAPTOLU I PALMOTIČEVOJ UL.

Evidencija autobusnih grupa na Kaptolu i u Palmotićevoj (Vlaškoj) ulici u razdoblju *travanj – srpanj, 2015.*:

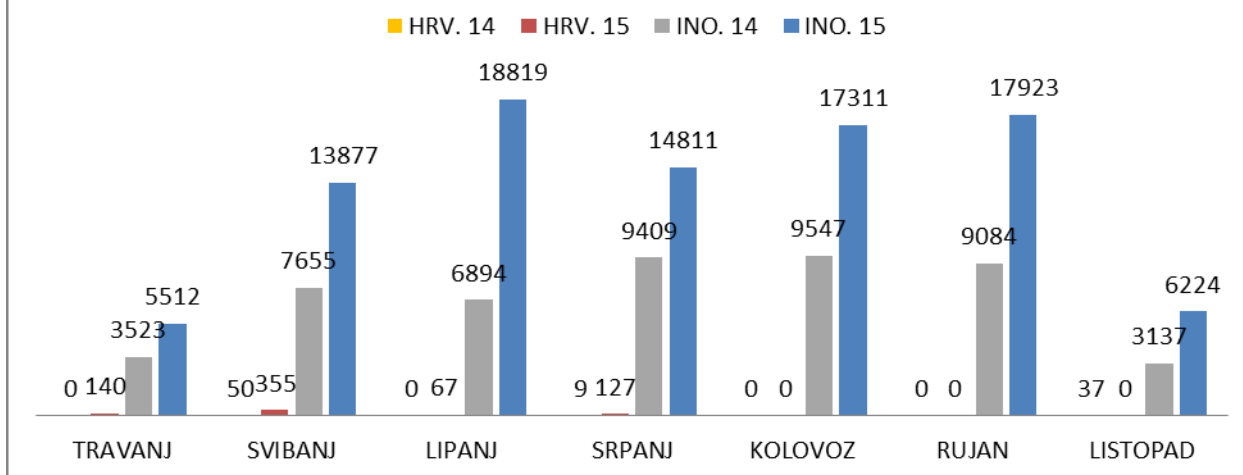
MJESEC	BROJ GRUPA			BROJ POSJETITELJA		
	HRV.	INO.	UKUPNO	HRV.	INO.	UKUPNO
TRAVANJ	112	274	386	5.164	7.814	12.978
SVIBANJ	204	675	879	8.653	19.357	28.010
LIPANJ	85	875	960	3.654	24.482	28.136
SRPANJ	7	665	672	277	19.720	19.997
KOLOVOZ	4	702	706	194	21.071	21.265
RUJAN	44	759	803	1.797	22.735	24.532
LISTOPAD	49	298	347	2.011	8.315	10.326
<b>UKUPNO</b>	<b>505</b>	<b>4.248</b>	<b>4.753</b>	<b>21.750</b>	<b>123.494</b>	<b>145.244</b>



Ostvarena noćenja autobusnih grupa:

MJESEC	BROJ GRUPA S OSTVARENIM NOĆENJIMA			BROJ NOĆENJA		
	HRV.	INO.	UKUPNO	HRV.	INO.	UKUPNO
TRAVANJ	3	174	177	140	5.512	5.652
SVIBANJ	7	435	442	355	13.877	14.232
LIPANJ	2	588	590	67	18.819	18.886
SRPANJ	2	417	419	127	14.811	14.938
KOLOVOZ	0	469	469	0	17.311	17.311
RUJAN	0	504	504	0	17.923	17.923
LISTOPAD	0	212	212	0	6.224	6.224
<b>UKUPNO</b>	<b>14</b>	<b>2.799</b>	<b>2.813</b>	<b>689</b>	<b>94.477</b>	<b>95.166</b>

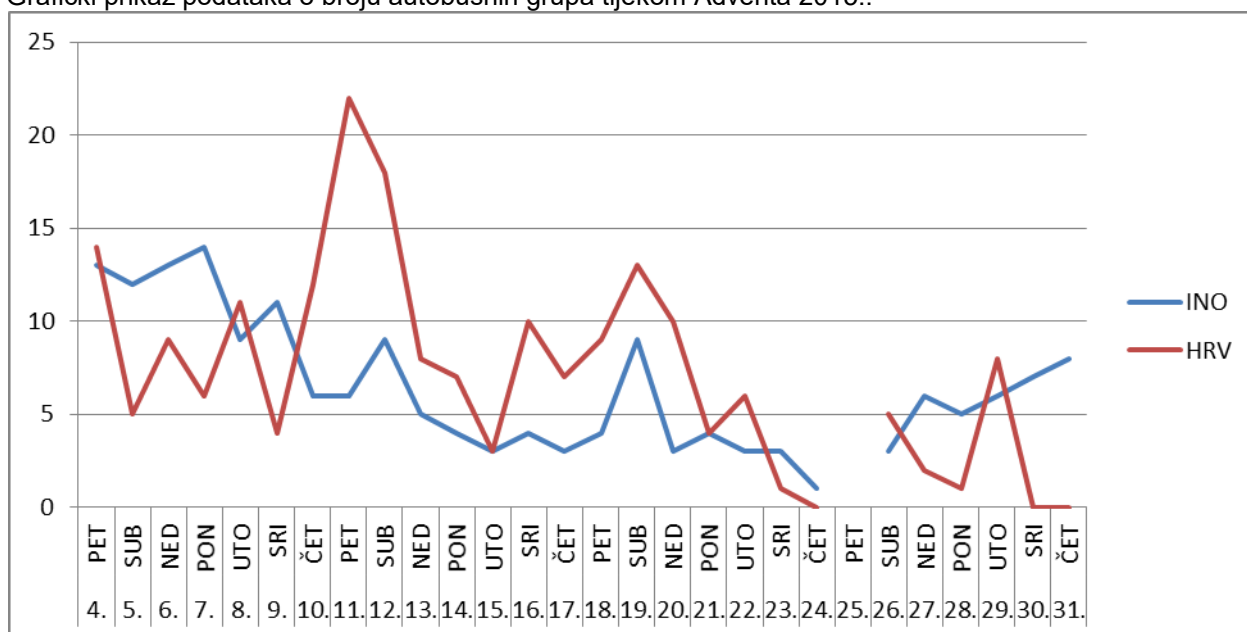
## USPOREDNI PRIKAZ OSTVARENIH NOĆENJA 2015./2014.



Podaci o anketiranim autobusnim grupama i posjetiteljima u Palmotićevoj (Vlaškoj) ulici u razdoblju *prosinac, 2015.* (Advent):

DAT.	DAN	GRUPE			POSJETITELJI		
		INO	HRV	UKUPNO	INO	HRV	UKUPNO
1.	UTO						
2.	SRI						
3.	ČET						
4.	PET	13	14	27	320	607	927
5.	<b>SUB</b>	12	5	17	364	194	558
6.	<b>NED</b>	13	9	22	403	463	463
7.	PON	14	6	20	423	654	654
8.	UTO	9	11	20	292	675	675
9.	SRI	11	4	15	619	773	773
10.	ČET	6	12	18	167	588	588
11.	PET	6	22	28	184	1080	1080
12.	<b>SUB</b>	9	18	27	275	1095	1095
13.	<b>NED</b>	5	8	13	192	543	543
14.	PON	4	7	11	125	464	464
15.	UTO	3	3	6	101	203	203
16.	SRI	4	10	14	96	569	569
17.	ČET	3	7	10	79	347	347
18.	PET	4	9	13	140	470	470
19.	<b>SUB</b>	9	13	22	337	849	849
20.	<b>NED</b>	3	10	13	80	555	555
21.	PON	4	4	8	128	296	296
22.	UTO	3	6	9	107	342	342
23.	SRI	3	1	4	68	105	105
24.	ČET	1	0	1	39	39	39
25.	PET						
26.	<b>SUB</b>	3	5	8	91	258	258
27.	<b>NED</b>	6	2	8	175	245	245
28.	PON	5	1	6	149	169	169
29.	UTO	6	8	14	178	410	410
30.	SRI	7	0	7	220	220	220
31.	ČET	8	0	8	285	285	285
<b>UKUPNO</b>		<b>174</b>	<b>195</b>	<b>369</b>	<b>5637</b>	<b>12498</b>	<b>13182</b>

Grafički prikaz podataka o broju autobusnih grupa tijekom Adventa 2015.:



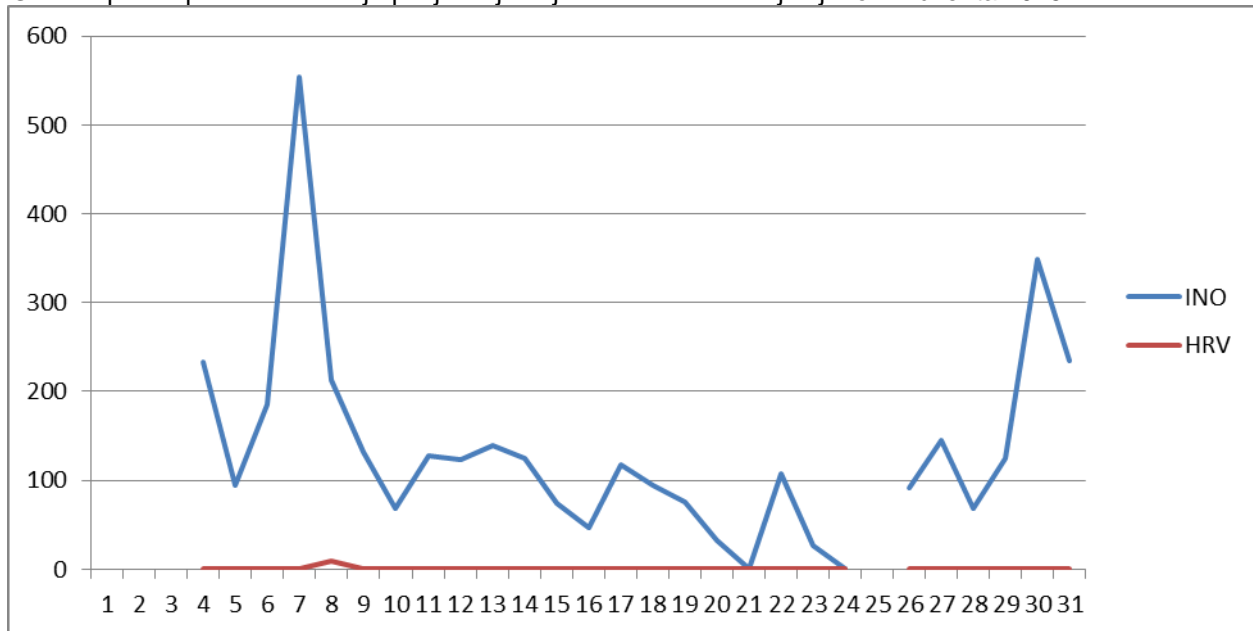
Iz prikupljenih podataka kao i na temelju popratnog grafičkog prikaza vidljivo je da su adventska događanja u Zagreb privukla gotovo 2,5 puta više domicilnih nego ino-posjetitelja. Također, vidljivo je povećanje broja grupa tijekom svakog završetka tjedna (petak – nedjelja), u odnosu na ostale dane u tjednu. Vršni dan po broju dolazaka autobusnih grupa bio je u petak 12. prosinca. Vidljivi prekid grafičkog prikaza 25. prosinca, uvjetovan je blagdanom Božića i toga dana nije obavljano anketiranje.

Podaci o anketiranim autobusnim grupama i posjetiteljima koji su ostvarili noćenja u razdoblju *prosinac, 2015. (Advent)*:

DAT.	DAN	BROJ GRUPA S OSTVARENIM			OSTVARENI BROJ NOĆENJA		
		NOĆENJIMA			POSJETITELJA		
		INO	HRV	UKUPO	INO	HRV	UKUPNO
1.	UTO						
2.	SRI						
3.	ČET						
4.	PET	9	0	9	233	0	233
5.	<b>SUB</b>	4	0	4	95	0	95
6.	<b>NED</b>	7	0	7	186	0	186
7.	PON	10	0	10	554	0	554
8.	UTO	7	1	8	213	10	223
9.	SRI	3	0	3	132	0	132
10.	ČET	3	0	3	68	0	68
11.	PET	3	0	3	128	0	128
12.	<b>SUB</b>	4	0	4	123	0	123
13.	<b>NED</b>	4	0	4	139	0	139
14.	PON	4	0	4	125	0	125
15.	UTO	2	0	2	75	0	75
16.	SRI	2	0	2	47	0	47
17.	ČET	3	0	3	118	0	118
18.	PET	2	0	2	95	0	95
19.	<b>SUB</b>	2	0	2	76	0	76
20.	<b>NED</b>	1	0	1	32	0	32
21.	PON	0	0	0	0	0	0
22.	UTO	3	0	3	107	0	107
23.	SRI	1	0	1	27	0	27
24.	ČET	0	0	0	0	0	0
25.	PET						
26.	<b>SUB</b>	3	0	3	91	0	91
27.	<b>NED</b>	5	0	5	145	0	145

28.	PON	3	0	3	69	0	69
29.	UTO	4	0	4	125	0	125
30.	SRI	5	0	5	349	0	349
31.	ČET	3	0	3	235	0	235
<b>U KUPNO</b>		<b>97</b>	<b>1</b>	<b>98</b>	<b>3587</b>	<b>10</b>	<b>3597</b>

Grafički prikaz podataka o broju posjetitelja koji su ostvarili noćenja tijekom Adventa 2015.:



Popis organizatora putovanja koji su u Zagreb doveli najviše autobusnih grupa u razdoblju travanj - listopad 2015.

	ORGANIZATOR PUTOVANJA	SJEDIŠTE	BROJ GRUPA
1.	KOMPAS	LJUBLJANA	329
2.	EUROSCOPE	BEČ	240
3.	TUMLARE	KOPENHAGEN	177
4.	HAPPY TOURS	DOMŽALE	174
5.	KUONI	ZURICH	142
6.	TRAVEL EUROPE	STANS	140
7.	UNILINE	PULA	115
8.	INTOURS	LJUBLJANA	115
9.	ETCON	PRAG	114
10.	FORTUNA TRAVEL	ZAGREB	113
11.	EUROSTAR	LONDON	101
12.	MIRAMAR TRAVEL	HONG KONG	72
13.	MODE TOUR	SEUL	57
14.	MIKI TRAVEL	PRAG	53
15.	ATLAS	DUBROVNIK	47
16.	DA RIVA	OPATIJA	44
17.	EETS	BUDIMPEŠTA	43
18.	HANA TOUR	KOREA	42
19.	ELITE TRAVEL	DUBROVNIK	38
20.	ALBANIA EXPERIENCE	TIRANA	38
21.	TRAFALGAR	LONDON	36
22.	WING ON TRAVEL	HONG KONG	35
23.	ITAKA	OPOLE	32

24.	GOOD MORNING EUROPE	PRAG	29
25.	UNO TOUR	TAIPEI	24
26.	CHARMING HOLIDAYS	HONG KONG	22
27.	AM TURIST	ZAPREŠIĆ	22
28.	LEITNER	ALLERSBERG	21
29.	SMART EUROPE TRAVEL	LJUBLJANA	21
30.	GULLIVER TRAVEL	DUBROVNIK	20

1.	OSNOVNA ŠKOLA	HRVATSKA razno	297
2.	SREDNJA ŠKOLA	HRV/INO	97
3.	CRKVA	HRV/INO	34
4.	SAMOSTALNO		29
5.	UDRUGA	HRV	29
6.	KUD	HRV/INO	26

Iz prikupljenih podataka kao i na temelju popratnog grafičkog prikaza vidljivo je da su tijekom adventskih događanja od grupa koje su ostvarile noćenja čak 99% grupe iz inozemstva te svega jedna grupa iz Hrvatske. Vrhunac ostvarenih noćenja ostvaren je tijekom prvog vikenda u prosincu, da bi sve do Božića taj broj više-manje pravilno oscilirao. U razdoblju nakon Božića, broj ostvarenih noćenja je ponovno u značajnijem povećanju, da bi nakon 30. prosinca ponovno počeo opadati.

Provođenje ovakvih anketa značajno je i korisno budući da niti jedna službena statistika nigdje ne evidentira podatke o autobusnim grupama koje Zagreb posjećuju na jedan dan. Bez ovakvih anketa, samo kroz promatrano razdoblje, za više od 2.000 grupa ne bi postojala nikakva saznanja da su posjetile naš glavni grad.

## Godišnja analiza PR pojavnosti Turističke zajednice grada Zagreba & AVE događanja

Mediji: tisak, web, TV, radio  
Razdoblje praćenja: 1.1. - 31.12.2015.

Zagreb, siječanj 2016.

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 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 "pravim" mjestima

## Kako smo radili analizu

- U promatranom razdoblju (2015.) 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 cm<sup>2</sup>/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



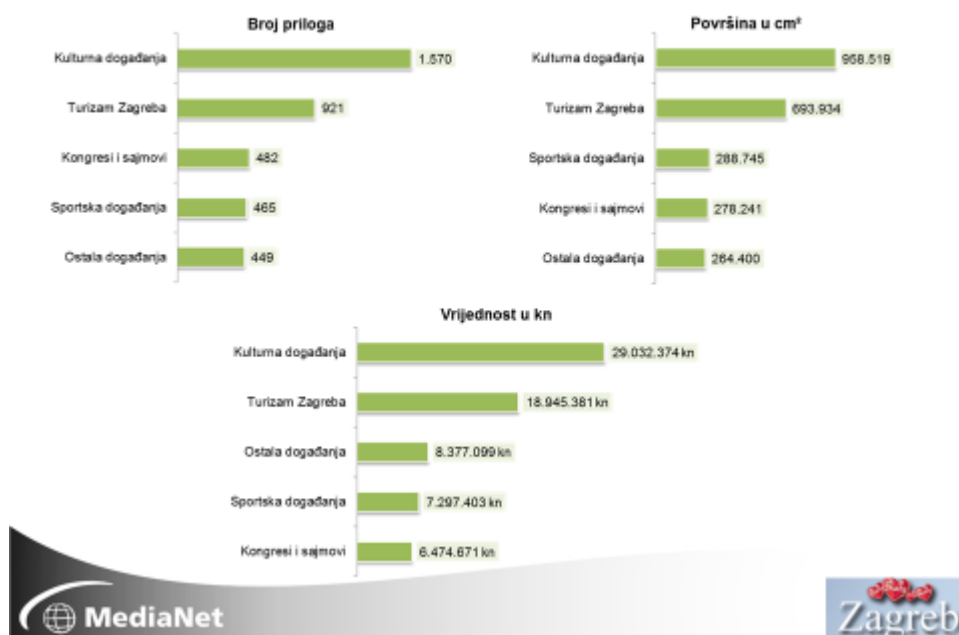
## Tisak & Teme od interesa za naručitelja

- U promatranom razdoblju tisak je o temama od interesa naručitelja objavio
  - 3.797 članka
  - ukupne površine 2.352.638 cm<sup>2</sup>
  - ukupne vrijednosti 65.631.507 kuna
- Članci su objavljeni u 161 novinskom izdanju:

Pokrivenost	Broj	Udio
Nacionalna	3.298	87%
Regionalna	405	11%
Lokalna	91	2%
Interno glasilo	13	<1%
<b>Ukupno</b>	<b>3.797</b>	<b>100%</b>
<b>Nacionalna:</b>	<b>Broj</b>	<b>Udio</b>
Dnevna	2.208	58%
Tjedna	662	17%
Mjesečna	222	6%
Četvrtljaska	81	2%
Dvotjedna	44	1%
Kvartalna	28	1%
Povremena	27	1%
Polugodišnja	15	<1%
Godišnja	1	<1%
<b>Ukupno</b>	<b>3.794</b>	<b>100%</b>



## Broj, površina i vrijednost članaka po temama

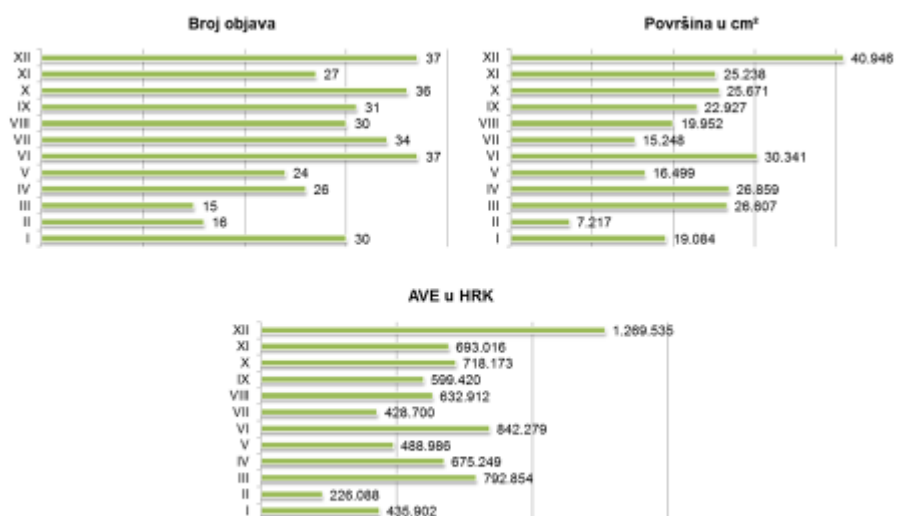


## Tisak & Turistička zajednica grada Zagreba

- O Turističkoj zajednici Zagreba tisak je objavio:
  - 343 članka
  - ukupne površine 276.588 cm<sup>2</sup>
  - ukupne vrijednosti 7.803.114 kn (AVE)
- Članci su objavljeni u 63 novinska izdanja
- Najviše članaka objavljeno je u Večernjem listu – 874



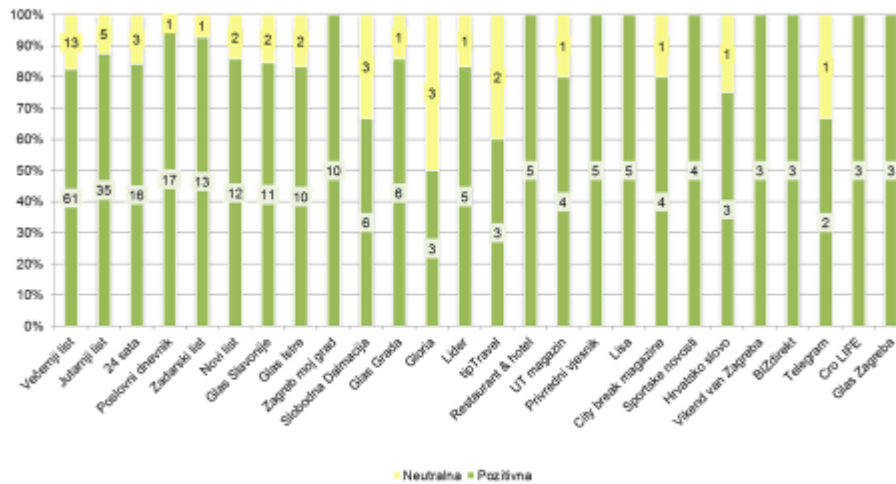
## Broj, površina i vrijednost članaka po mjesecima



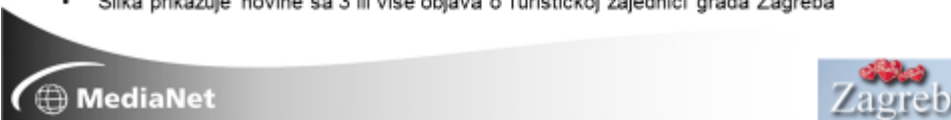
## Orijentacija članaka po mjesecima



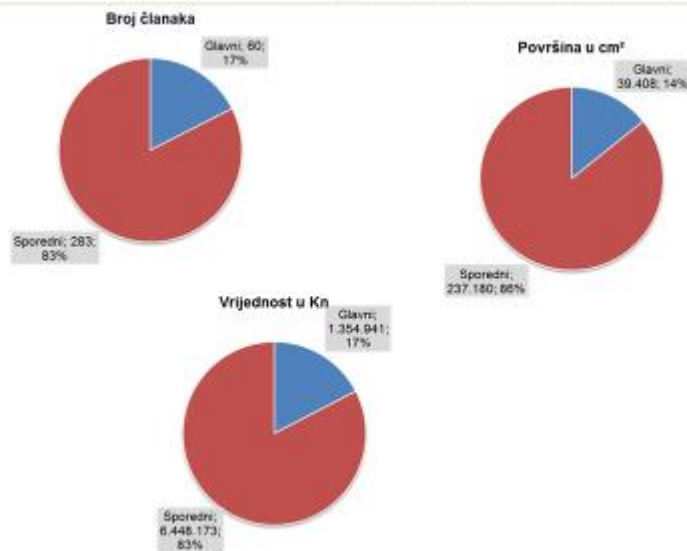
## Broj i orijentacija članka po novinama



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



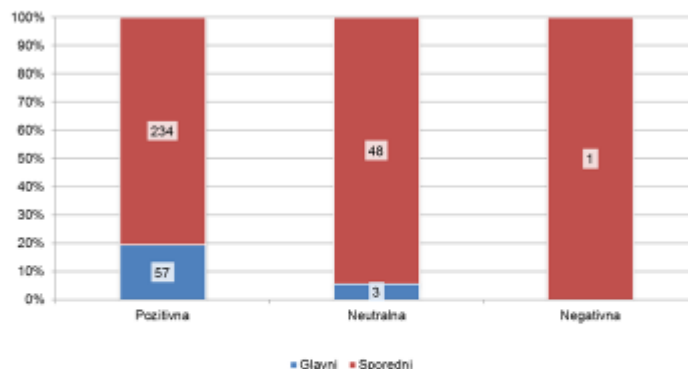
## Turistička zajednica Zagreba prema statusu



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



## TZGZ prema statusu i orijentaciji



Negativan članak (TZGZ sporedan subjekt):

- Nacional (7.4.2015; Melisa Skender): „... Apsurd je da smo primorani plaćati Hrvatsku obrtničku komoru, Turističku zajednicu grada Zagreba, Hrvatske šume i neke nebuloze koje zapravo nemaju ništa s djelatnošću kojom se bavim...”



## 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 1.354.941 kunu



Važnije  
akcije/događanja od  
interesa

Događaj	Broj	Površina u cm <sup>2</sup>	Vrijednost
Advent u srcu Zagreba	236	171.431	5.349.010 kn
Šestoza kraljica	118	88.997	2.694.188 kn
Zigb Indians	117	51.430	1.235.645 kn
Zagreb Film Festival	110	66.953	2.162.729 kn
Rock festivali	101	72.219	1.882.989 kn
Hardok memorijal	85	49.443	1.331.539 kn
Bežična i novogodišnja događanja	78	65.676	2.296.933 kn
Filmski festival	61	30.011	1.007.304 kn
Ljeto na štroupi	47	35.895	1.071.170 kn
Muzičke biennale Zagreb	39	31.523	893.836 kn
Zagrebški vjenčanje	32	31.349	771.251 kn
Čest iz oštet	27	23.944	703.165 kn
Sjajni kipi u objanju Zagreb	24	14.193	424.596 kn
Rock kazalište	24	14.875	363.718 kn
Međunarodni festival kazališta lutaka	18	13.254	209.296 kn
Ljetna scena Arseno	17	16.590	857.003 kn
Međunarodni festival komorne glazbe	12	4.639	122.436 kn
Međunarodni srednja solistika	11	3.325	106.615 kn
Prosecačni koncert na Zrinjevcu	10	7.550	224.266 kn
Zlatni medved	9	8.916	312.670 kn
Međunarodni festival vatrometa	8	3.482	136.247 kn
Zlatna pirueta	8	4.225	84.378 kn
Gornji grad u proljetu	8	6.755	215.112 kn
Ulice Grada Zagreba	7	3.717	226.494 kn
Zagrebško salo	7	3.188	47.638 kn
Markov sajam	7	4.929	182.118 kn
INMusic festival	7	5.370	163.114 kn
Marin je u Zagrebu	5	4.148	158.690 kn
Gospogracion glazbene vedute	4	2.880	83.066 kn
Jesen u Zagrebu	3	3.316	181.113 kn
Hit, pop, rock festival	3	2.939	41.289 kn
Festival jedrskih inovativnosti	3	1.437	31.113 kn
Folklorna scena subotom	3	2.306	35.344 kn
Srednjoevropski dani na Medvednici	3	1.404	56.535 kn
Wine gourmet festival Zagreb	2	1.181	45.251 kn
Sjajni dani karuzna	2	249	3.370 kn
Festival St. Marka	2	499	3.577 kn
Predušna događanja	2	1.499	93.292 kn
Zlatna igra	1	1.046	62.229 kn
Zagreb open - sklopi tenis	1	716	9.484 kn
Međunarodni natjecanje mladih dirigatora	1	305	93.882 kn
Kapetan memorijal Zagreb	1	1.473	17.673 kn
Međunarodni festival starih i klasičnih jazzista	1	455	12.898 kn
Jazzarena	1	797	29.691 kn



## Web & Teme od interesa za naručitelja

- U promatranom razdoblju odabrani su Web portali o temama od interesa za naručitelja objavili 2.039 priloga
- Ukupne vrijednosti 50.121.761 kunu
- Prilozi su objavljeni na 126 web portala
- Najviše ih je objavljeno na [www.tportal.hr](http://www.tportal.hr) – 268
- Nema negativnih objava na web portalima



## Web & Teme od interesa za naručitelja

Portali sa 3 ili više objava

Web	Broj priloga	AVE u HRK	Web	Broj priloga	AVE u HRK
www.lportal.hr	268	7.090.379 kn	www.jatrgovac.com	14	302.857 kn
www.vecernji.hr	232	5.895.745 kn	www.glasistre.hr	13	262.533 kn
www.daje.com	121	3.229.646 kn	www.wish.hr	12	423.736 kn
www.politikaplus.com	102	2.350.718 kn	www.ezadar.hr	12	305.278 kn
www.jutarnji.hr	100	3.262.583 kn	www.telegram.hr	11	541.996 kn
www.poslovni.hr	83	1.655.742 kn	www.izavno.com	10	394.791 kn
www.index.hr	78	2.271.056 kn	www.direktno.hr	9	215.796 kn
www.glas-slavonije.hr	75	1.526.518 kn	www.limun.hr	8	95.984 kn
www.24sata.hr	74	1.687.855 kn	www.uhpa.hr	7	97.643 kn
www.novlist.hr	70	1.930.261 kn	Jutarnji varždinski	7	11.068 kn
www.seebiz.eu	64	1.201.617 kn	www.objektivno.hr	5	101.082 kn
www.culturenet.hr	56	861.581 kn	www.urbancult.hr	5	142.465 kn
www.hrt.hr	53	932.497 kn	www.mdc.hr	5	53.554 kn
www.dnevnik.hr	44	801.873 kn	www.story.hr	5	100.114 kn
www.zagrebancija.com	42	621.039 kn	www.profitiraj.hr	5	125.787 kn
www.nacional.hr	38	944.489 kn	www.cosmopolitan.hr	4	122.811 kn
www.soundset.hr	33	480.886 kn	www.muzika.hr	4	99.611 kn
www.slobodnadalmacija.hr	30	708.577 kn	www.zena.hr	4	133.222 kn
www.dnevno.hr	26	708.878 kn	www.vlada.gov.hr	3	141.674 kn
www.fashion.hr	24	1.139.478 kn	www.showbizmagazin.com	3	141.603 kn
www.net.hr	24	503.846 kn	www.privredni.hr	3	84.013 kn
www.metro-portal.hr	24	495.590 kn	www.bug.hr	3	72.777 kn
www.liderpress.hr	23	445.177 kn	www.tjedno.hr	3	129.623 kn
www.monitor.hr	22	268.498 kn	www.zagreb.hr	3	40.453 kn
www.suvremena.hr	21	389.687 kn	www.mojzagreb.info	3	47.861 kn
www.hr.n1info.com	18	415.185 kn	www.h-alter.org	3	65.903 kn
www.poslovnipuls.com	17	436.168 kn	www.aktualno.hr	3	80.144 kn
www.vijesti.rtl.hr	15	373.155 kn	www.rendez-vous.hr	3	103.365 kn



## Broj i vrijednost web objava po temama



## Web & Turistička zajednica grada Zagreba

- O TZGZ web portali su objavili 453 priloga ukupne vrijednosti 11.482.732 kune (AVE)
- TZGZ je u 422 priloga pozitivna, a u 31 neutralna
- TZGZ je u 58 priloga glavni subjekt, a u 395 sporedani

Web	Broj priloga	AVE u HRK
www.vecerni.hr	52	1.439.932 kn
www.tportal.hr	32	873.043 kn
www.politikaplus.com	30	625.307 kn
www.poslovi.hr	27	505.482 kn
www.dake.com	25	1.252.771 kn
www.24sata.hr	25	573.684 kn
www.zagrebianca.com	24	352.644 kn
www.seebiz.eu	21	360.285 kn
www.soundsat.hr	15	201.604 kn
www.index.hr	14	297.105 kn
www.culturenet.hr	12	170.224 kn
www.jutarnji.hr	8	226.592 kn
www.dnevnik.hr	8	160.039 kn
www.suvremena.hr	8	138.709 kn
www.nacional.hr	8	171.743 kn
www.vijesti.rtl.hr	7	147.384 kn
www.metroportal.hr	7	149.608 kn
www.novlist.hr	7	152.315 kn

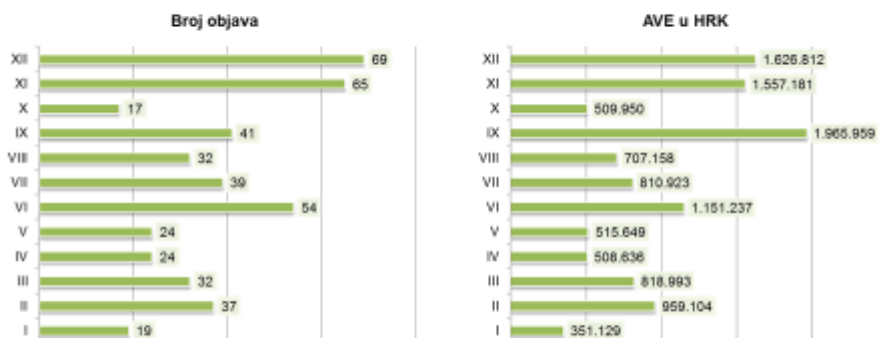
Web	Broj priloga	AVE u HRK
www.fashion.hr	6	265.017 kn
www.lidapressa.hr	6	101.374 kn
www.glas-sluzbenje.hr	6	129.041 kn
www.hrt.hr	6	144.888 kn
www.hr.n1info.com	6	122.181 kn
www.wish.hr	5	154.848 kn
www.prlgznac.com	5	95.354 kn
www.direktno.hr	5	129.101 kn
www.slobodnadalmacija.hr	5	104.667 kn
www.net.hr	4	118.721 kn
www.zena.hr	3	97.145 kn
www.uhpa.hr	3	36.218 kn
www.cosmopolitan.hr	3	100.797 kn
www.izravno.com	3	167.173 kn
www.dnevno.hr	3	66.811 kn
www.urbancult.hr	3	104.158 kn
www.postlovnipuls.com	3	45.370 kn
www.showbizmagazin.com	3	141.603 kn

\*Tablice prikazuju portale sa 3 ili više objava

- **PR učinak je POZITIVAN i procijenjen na 1.111.971 kunu**



## Broj i vrijednost članaka po mjesecima



## Orijentacija članka po mjesecima



## Važnije akcije/događanja

Događaji	Broj	Vrijednost
Advent u srcu Zagreba	196	5.362.557 kn
Zagreb Film Festival	187	4.697.903 kn
Sređna krajica	75	1.963.242 kn
Noć muzeja	60	1.621.520 kn
Božićna i novogodišnja događanja	42	1.470.446 kn
Muzički biennale Zagreb	38	1.140.414 kn
Noć kazališta	21	674.460 kn
Svjetski kup u skijanju, Zagreb	21	431.052 kn
Zagrebački vrtaplovi	18	425.049 kn
Ljetna scena Amadeo	17	755.174 kn
Cesti s d'Beet	13	313.210 kn
Dan Grada Zagreba	13	426.060 kn
Floraart	12	277.833 kn
Međunarodni festival Vatrometa	11	161.393 kn
Ljeto na Štrosmu	9	297.690 kn
Zagreb Indoo	9	161.569 kn
Promenadni koncerti na Zrinjevcu	7	148.618 kn
Međunarodni festival kazališta Istaka	7	394.430 kn
Međunarodna smotra folklorne	7	177.623 kn
Gomi grad u prošlosti	5	479.195 kn
Naj, naj, naj, festival	5	163.921 kn
Handek memorijal	5	154.762 kn
Svjetski dan turizma	5	97.992 kn
Markov aajam	4	138.546 kn
INMusic festival	3	88.073 kn
Festival jednakih mogućnosti	3	84.549 kn
Međunarodni festival komorne glazbe	2	44.395 kn
Jesen u Zagrebu	2	83.900 kn
Folklorna scena subotom	2	29.408 kn
Zlatni medvjed	2	43.417 kn
Martin je u Zagrebu	2	90.974 kn
Srednjovjekovni dani na Medvednici	1	10.837 kn
Preduskrsna događanja	1	71.259 kn
Gornjogradske glazbene vedute	1	18.026 kn



## Televizija & Teme od interesa za naručitelja

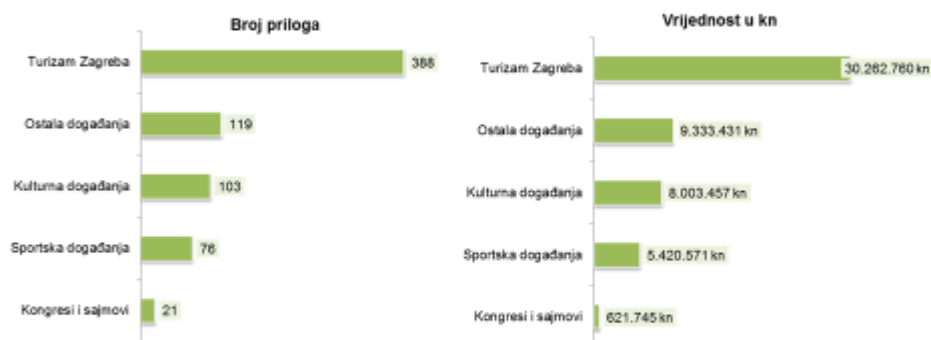
- U promatranom razdoblju odabrani su TV programi o temama od interesa za naručitelja objavili 620 priloga
- Ukupne vrijednosti 45.891.969 kuna

Televizija	Broj priloga	Udio
Z1	134	22%
Jabuka TV	122	20%
HRT1	112	18%
Nova TV	73	12%
HRT4	63	10%
RTL Televizija	56	9%
N1	27	4%
Mreža TV	24	4%
HRT2	6	1%
Al Jazeera	3	<1%
<b>Ukupno</b>	<b>620</b>	<b>100%</b>

Televizija	AVE u HRK	Udio
HRT1	13.893.360	30%
RTL Televizija	12.228.710	27%
Nova TV	10.143.300	22%
Z1	3.263.020	7%
HRT4	2.983.800	7%
Jabuka TV	2.076.170	5%
HRT2	787.700	2%
Mreža TV	382.590	1%
N1	70.979	<1%
Al Jazeera	64.350	<1%
<b>Ukupno</b>	<b>45.891.969</b>	<b>100%</b>



## Broj i vrijednost TV objava po temama



## Televizija & Turistička zajednica grada Zagreba

- O Turističkoj zajednici grada Zagreba televizija je objavila 161 prilog ukupne vrijednosti 12.022.960 kuna (AVE)
- TZGZ je u 142 priloga pozitivna, a u 19 neutralna
- TZGZ je u 60 priloga glavni subjekt, a u 101 sporedni

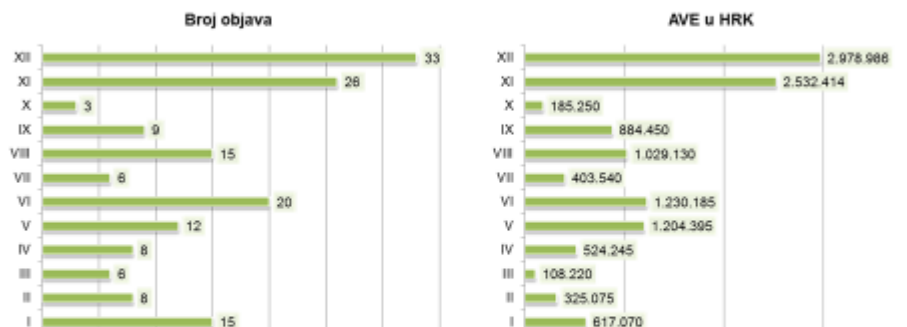
Televizija	Broj priloga	Udio
Z1	45	28%
Jabuka TV	39	24%
HRT1	20	12%
RTL Televizija	15	9%
HRT4	15	9%
Mreža TV	9	6%
Nova TV	8	5%
N1	6	4%
HRT2	2	1%
Al Jazeera	2	1%
<b>Ukupno</b>	<b>161</b>	<b>100%</b>

Televizija	AVE u HRK	Udio
RTL Televizija	5.039.795	42%
HRT1	2.329.000	19%
Nova TV	1.360.500	11%
Z1	1.250.560	10%
HRT4	942.300	8%
Jabuka TV	612.000	5%
HRT2	267.800	2%
Mreža TV	154.575	1%
Al Jazeera	53.400	<1%
N1	13.030	<1%
<b>Ukupno</b>	<b>12.022.960</b>	<b>100%</b>

- PR učinak je **POZITIVAN** i procijenjen na 3.504.920 kuna



## Broj i vrijednost objava po mjesecima



## Orijentacija objava po mjesecima



### Važnije akcije/događanja

Događaj	Broj priloga	Vrijednost
Advent u srcu Zagreba	119	10.309.836 kn
Božićna i novogodišnja događanja	39	2.897.341 kn
Snježna kraljica	22	2.254.195 kn
Hanžek memorijal	20	803.490 kn
Zagrebački vremeplov	18	703.035 kn
Ljeto na Štrošu	15	1.115.830 kn
Noć muzeja	9	905.925 kn
Cest Is d'Best	9	576.770 kn
Floraart	8	323.230 kn
Zlatna pirueta	7	147.200 kn
Gornji grad u prošlosti	6	713.360 kn
Zgb Indoors	4	534.000 kn
Galerija Klovićevi dvori	4	752.720 kn
Međunarodna smotra folklor	3	88.350 kn
Markov sajam	3	123.900 kn
Svjetski kup u skijanju	3	181.550 kn
Koncertna direkcija Zagreb	2	3.944 kn
INIMusic festival	2	199.484 kn
Promenađni koncert na Zrinjvcu	2	122.570 kn
Zagreb Film Festival	1	9.150 kn
Noć kazališta	1	28.800 kn
Martin je u Zagrebu	1	25.380 kn
Majčin dan na Zrinjvcu	1	23.400 kn



## Radio & Teme od interesa za naručitelja

- U promatranom razdoblju odabrani radijski programi objavili su o temama od interesa za naručitelja 797 priloga
- Ukupne vrijednosti 2.048.176 kuna

Radio	Broj priloga	Udio
Laganini FM	135	17%
HR1	120	15%
Radio Antena Zagreb	118	15%
Radio Sljeme	89	11%
Enter Zagreb	82	10%
Soundset Plavi	70	9%
Yammak	58	7%
HR2	52	7%
Radio 101	28	3%
Totalni FM - Zagreb	14	2%
Hrvatski katolički radio	12	2%
Narodni radio	12	2%
HR3	5	1%
Otvoreni radio	3	0%
Radio Kaj	1	0%
<b>Otvoreni radio</b>	<b>797</b>	<b>100%</b>

Radio	Vrijednost	Udio
HR1	688.814	34%
Radio Sljeme	411.873	20%
HR2	250.547	12%
Soundset Plavi	184.668	9%
Radio Antena Zagreb	140.522	7%
Radio 101	103.898	5%
Yammak	83.752	5%
Enter Zagreb	50.381	2%
Laganini FM	34.958	2%
Narodni radio	27.000	1%
HR3	20.925	1%
Hrvatski katolički radio	17.793	1%
Totalni FM - Zagreb	9.198	0%
Otvoreni radio	2.748	0%
Radio Kaj	1.100	0%
<b>Ukupno</b>	<b>2.048.176</b>	<b>100%</b>



## Broj i vrijednost radio objava po temama



## Radio & Turistička zajednica grada Zagreba

- O Turističkoj zajednici grada Zagreba odabrani radio programi objavili su 234 priloga, ukupne vrijednosti 673.537 kuna (AVE)
- TZGZ je u 225 priloga pozitivna, a u 9 neutralna
- TZGZ je u 119 glavni, a u 115 sporedan

Radio	Broj priloga	Udio
Laganini FM	41	18%
Soundset Plavi	30	13%
Radio Sjeme	30	13%
Radio Antena Zagreb	30	13%
Yammot	27	12%
Enter Zagreb	22	9%
HR2	15	6%
Radio 101	13	6%
HR1	9	4%
Totalni FM - Zagreb	5	2%
Narodni radio	5	2%
Hrvatski katolički radio	4	2%
Radio Kaj	1	<1%
HR3	1	<1%
Otvoreni radio	1	<1%
<b>Otvoreni radio</b>	<b>234</b>	<b>100%</b>

Radio	Vrijednost	Udio
Radio Sjeme	202.896	30%
HR1	106.650	16%
HR2	104.886	16%
Soundset Plavi	65.646	10%
Yammot	50.894	8%
Radio Antena Zagreb	44.548	7%
Radio 101	42.038	6%
Enter Zagreb	16.447	2%
Laganini FM	13.104	2%
Narodni radio	9.200	1%
Hrvatski katolički radio	6.031	1%
HR3	5.640	1%
Totalni FM - Zagreb	3.573	1%
Radio Kaj	1.100	<1%
Otvoreni radio	883	<1%
<b>Ukupno</b>	<b>673.538</b>	<b>100%</b>

- PR učinak je **POZITIVAN** i procijenjen na **316.493 kune**



## Broj i vrijednost objava po mjesecima



## Orijentacija objava po mjesecima



### Važnije akcije/događanja

Događaj	Broj priloga	Vrijednost
Advent u srcu Zagreba	154	342.854 kn
Božićna i novogodišnja događanja	35	83.037 kn
Zagrebački vremenoplov	20	54.572 kn
Koncertna direkcija Zagreb	13	86.138 kn
Ljeto na Štrosmu	12	62.046 kn
Floraart	11	15.146 kn
Cest is d'Best	10	44.895 kn
Noć muzeja	9	25.330 kn
Snežna kraljica	9	12.120 kn
Markov sajam	9	41.620 kn
Međunarodna smotra folklor	8	23.470 kn
Galerija Klovičevi dvori	7	51.124 kn
Svjetski kup u skijanju	6	6.545 kn
Promenadni koncert na Zrinjevcu	4	19.964 kn
Gomji grad u prošlosti	4	13.903 kn
Marlin je u Zagrebu	4	4.812 kn
Noć kazališta	2	11.799 kn
Zlatna pirueta	2	10.032 kn
Zagrebački salon	1	1.017 kn
Srednjovjekovni dani na Medvednici	1	222 kn
Handek memorijal	1	1.750 kn
Zgb Indoors	1	252 kn
Dan Grada Zagreba	1	11.821 kn
Večeri Petrice Kerempuha	1	1.366 kn
Zagreb Film Festival	1	970 kn



## Sažetak

- Analitički korpus ove analize obuhvaća ukupno
  - **7.253** priloga
  - ukupne vrijednosti **163.693.413 kn**
- Prema medijima:

Medij	Broj priloga	Vrijednost
Tisak	3.797	65.631.507
Web	2.039	50.121.761
TV	620	45.891.969
Radio	797	2.048.176
<b>Ukupno</b>	<b>7.253</b>	<b>163.693.413 kn</b>



## Mediji & Turistička zajednica grada Zagreba

- Mediji su javnosti, u promatranom razdoblju odaslali **1.191** 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 3,2 priloga svakog dana
- Negativan članak je samo 1, a TZGZ je u njemu sporedna - Nacional (7.4.2015; Melisa Skender):
- U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2015. Turistička zajednica grada Zagreba ostvarila je u promatranim medijima AVE od 31.982.343 kn i POZITIVAN PR učinak procijenjene vrijednosti 6.288.325 kn

TZGZ	Broj priloga	Vrijednost	PR
Tisak	343	7.803.114 kn	1.354.941 kn
Web	453	11.482.732 kn	1.111.971 kn
TV	161	12.022.960 kn	3.504.920 kn
Radio	234	673.537 kn	316.493 kn
<b>Ukupno</b>	<b>1.191</b>	<b>31.982.343 kn</b>	<b>6.288.325 kn</b>



## AVE za promatrane akcije u svim medijima

Događaj	Broj	AVE
Advent u srcu Zagreba	705	21.364.265 kn
Zagrebački Film Festival	299	6.790.752 kn
Strajčna Italica	224	6.913.745 kn
Bošićna i novo godišnja događanja	192	6.747.819 kn
Noć muzaj	179	4.434.844 kn
Zgb Indors	131	1.931.456 kn
Hanski memorial	111	2.291.657 kn
Floraart	92	1.623.513 kn
Zagrebački vremeplov	88	1.953.807 kn
Ljetna Strasa	83	2.546.744 kn
Muzički biennale Zagreb	75	2.034.250 kn
Cast is d'Best	59	1.638.040 kn
Noć izložista	48	1.079.777 kn
Svjetski kup u skijanju Zagreb	45	855.646 kn
Ljetna scena Amadeo	34	1.612.257 kn
Međunarodna smotra folklor	29	396.058 kn

Događaj	Broj	AVE
Međunarodni festival kazališta lutaka	25	903.896 kn
Gornji grad u prošlosti	23	1.421.570 kn
Markov sajam	23	486.184 kn
Promenadni koncerti na Žrnjancu	23	515.447 kn
Dan Grada Zagreba	21	866.357 kn
Međunarodni festival Valrometa	19	317.640 kn
Zlatna pjenuša	17	246.611 kn
Koncertna direkcija Zagreb	15	70.082 kn
Međunarodni festival komorne glazbe	14	166.831 kn
Martin je u Zagrebu	12	280.856 kn
INMusic festival	12	450.671 kn
Zlatni medved	11	356.067 kn
Galerija Klovićevi dvori	11	803.844 kn
Svjetski kup u skijanju	9	188.095 kn
Naj, naj, naj, festival	8	225.210 kn
Zagrebački salon	8	48.895 kn

Događaj	Broj	AVE
Svjetski dan turizma	7	101.362 kn
Festival jednakih mogućnosti	6	95.662 kn
Jesen u Zagrebu	5	265.013 kn
Folklorna scena u subotom	5	64.752 kn
Srednjovjekovni dani na Medvednici	5	67.994 kn
Gornjogradske glazbene večeri	5	98.032 kn
Predušinska događanja	3	81.551 kn
Festival Sv. Marka	2	3.517 kn
Wine gourmet festival Zagreb	2	45.261 kn
Međunarodni festival slijepe i slabovidnih	1	12.896 kn
Zlatna lila	1	62.229 kn
Međunarodno natjecanje mladih dirigenta	1	10.862 kn
Zagreb open - ritmi tenis	1	9.494 kn
Jazzarena	1	29.691 kn
Mačini dan na Žrnjancu	1	23.400 kn
Kepertov memorial Zagreb	1	17.672 kn
Večeri Petrica Karampuha	1	1.366 kn



## Godišnja analiza PR pojavnosti Turističke zajednice Grada Zagreba u inozemnom tisku

Mediji: odabrani inozemni tisak  
Razdoblje: 01.01.do 31.12.2015.

Zagreb, siječanj 2016.

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 "pravim" mjestima

## Kako smo radili analizu

- U promatranom razdoblju (2015. 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 cm<sup>2</sup>, 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 150 članaka
- Ukupne površine 104.469 cm<sup>2</sup>
- Članci su objavljeni u 118 novinskih naslova
- Procijenjena vrijednost iznosi 11.817.800 kn

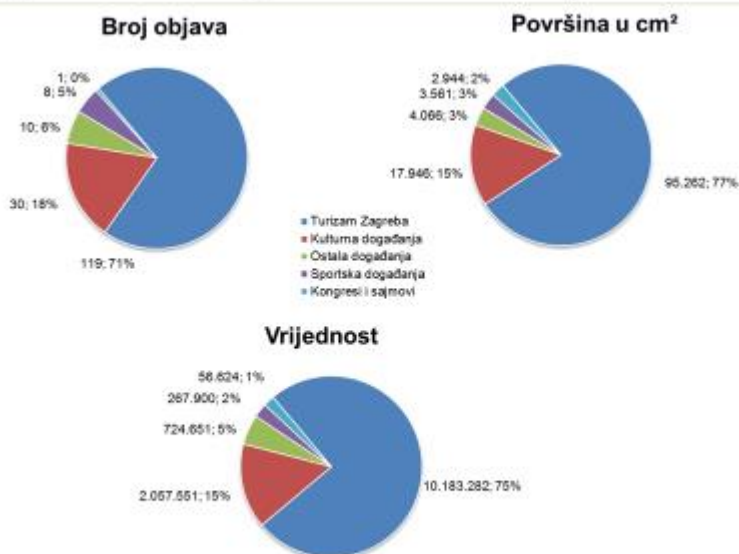
Učestalost	Broj članaka	Udio
Dnevna	58	39%
Mjesečna	43	29%
Tjedna	32	21%
Kvartalna	12	8%
Dvomjesečna	2	1%
Povremena	2	1%
Ovotjedna	1	1%
<b>Ukupno</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Zemlja	Broj članaka	Udio
Velika Britanija	29	19%
Francuska	26	17%
Njemačka	18	12%
Austrija	16	11%
Češka	15	10%
Nizozemska	11	7%
Italija	10	7%
Belgija	5	4%
Švedska	6	4%
Republika Koreja	2	1%
Kina	2	1%
SAD	2	1%
Irak	1	1%
Ujedinjeni Arapski Emirati	1	1%
Švicarska	1	1%
Slovenija	1	1%
Indija	1	1%
Španjolska	1	1%
Čile	1	1%
<b>Ukupno</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Najviše članaka (29) objavljeno je u britanskom tisku



## Broj, površina i vrijednost članaka po temama



## Velika Britanija

Velika Britanija	Broj članaka	Površina	AVE
Independent	3	344	100.497
The Sun	3	2.251	658.039
Select Traveller	2	1.012	211.475
Travel bulletin	1	63	18.351
Straits Time	1	153	44.668
South Wales Argus	1	21	7.475
Independent traveler	1	1.009	295.142
Daily Telegraph	1	403	141.008
Yorkshire Post	1	29	8.479
Daily Star	1	1.936	565.933
Shropshire Star	1	42	8.740
Leader	1	34	9.941
South Shropshire Journal	1	45	13.158
London & Surrey Times	1	342	100.081
Star Magazine	1	1.161	339.350
Lonely Planet Magazine	1	234	68.371
Sun Herald	1	16	4.678
Market Drayton Advertiser	1	45	13.158
TIP travel magazine	1	444	155.406
Mid Wales Journal	1	44	12.865
Travel trade gazette	1	89	25.865
New Musical Express	1	1.329	388.595
Bridgnorth Journal	1	40	11.696
Newport Advertiser	1	33	33



## Francuska

Francuska	Broj članaka	Površina	AVE
Destination	9	14.734	570.773
Agence France Presse - Fil Gen	3	1.332	87.746
Tendance Nomad	2	3.892	256.411
Moyen Courier	1	4.066	267.900
Le Quotidien	1	24	1.571
Pten Air	1	2.405	158.460
La Voix du Nord	1	343	22.603
Les Dernieres Nouvelles D'Alsace	1	361	23.780
Le Figaro Magazine	1	436	28.731
Objectif	1	444	29.230
Referencas Hôtellerie	1	914	60.245
Elle	1	481	31.663
Agence France Presse - Fil Eco	1	521	34.302
Le Point	1	1.137	74.890
La Progres	1	170	11.179



## Njemačka

Njemačka	Broj članaka	Površina	AVE
Omnibus Revue	2	55	115.818
Bus Blickpunkt	2	58	12.777
Reiz& Magazine	1	242	52.460
Westfälische Rundschau	1	21	4.788
Westdeutsche Allgemeine	1	21	4.788
Neue Ruhr Zeitung	1	18	4.104
Berliner Zeitung	1	25	5.700
Belfast Telegraph	1	24	5.256
Ost-West Contact	1	42	9.505
Cosmopolitan	1	502	114.477
Saale Zeitung	1	21	4.788
Frankischer Tag	1	27	6.156
Westfalenpost	1	18	3.648
Fuldser Zeitung	1	43	9.804
Basler Zeitung	1	509	110.428
Holiday & Lifestyle	1	22	5.016



## Austrija i Grčka

Austrija	Broj članaka	Površina	AVE
Kleine Zeitung Steiermark	5	1.983	655.775
Kronen Zeitung	3	1.574	223.181
Kyner	1	704	120.799
Salzburger Nachrichten	1	939	341.186
Reise Aktuell	1	1.304	119.202
Stylines	1	864	33.103
Der Standard	1	527	65.352
TIP Travel Industry Professional	1	120	4.586
Business Monat	1	431	156.631
Kronen Zeitung Gesamt	1	526	105.246
Grčka	Broj članaka	Površina	AVE
METROSPORT	2	659	30.305
Rathminotika Naa	1	191	8.786
Proions logos Trakion	1	363	16.699
Ethnos Kytaliki	1	1.146	52.714
Typos Thessalonikis	1	454	20.890
Glikas Istorias	1	3.007	138.316
Patris Heraklion	1	233	10.718
Icons Travellers	1	3.873	178.151
Protathitis	1	156	7.161
Live sport	1	146	6.728
Star Press Weekend	1	421	19.374
Logos	1	150	6.900
Espresso	1	141	6.486
Makadonia	1	121	5.566



## Nizozemska, Italija, Belgija i Švedska

Nizozemska	Broj članaka	Površina	AVE
TravelPro	1	1.004	50.195
Between Business Travel	1	1.379	121.342
Vna	1	1.700	84.966
Elegance (NL)	1	3.766	188.236
Telegraaf varen, wonen en reizen	1	1.626	81.273
Flying Dutchman	1	443	22.118
Vrijig + in den kisher	1	684	44.203
MM Mannen magazine	1	950	47.506
Weekend Gezet Parkstad Limburg	1	28	1.490
Parool	1	1.232	108.833
Pasar	1	3.326	241.497
Italija	Broj članaka	Površina	AVE
Caravan & Camper	3	2.712	740.658
Travel Quotidiano	2	485	9.877
Ravenna e Dintorni	1	345	123.612
La Repubblica	1	286	122.660
Avventure	1	391	140.118
Cosmopolitan	1	1.437	29.256
Il Piccolo	1	362	7.001
Belgija	Broj članaka	Površina	AVE
Kampeertoerist	2	39	2.221
B Inspired	2	1.830	105.002
Primo TV Gids	1	19	1.090
Het Laatste Nieuws	1	49	1.725
Švedska	Broj članaka	Površina	AVE
Hallands Nyheter	1	32	1.879
Norran	1	32	1.879
Kalla - GT	1	24	1.409
Expressen	1	21	1.233
Dagens Nyheter	1	21	1.233
Goteborgs Posten	1	24	1.409



## Ostale zemlje

Zemlja/izdanje	Broj članaka	Površina	AVE
<b>Republika Koreja</b>	<b>2</b>	<b>629</b>	<b>109.446</b>
Korea Travel Information Times	2	629	109.446
<b>Kina</b>	<b>2</b>	<b>93</b>	<b>16.182</b>
National	1	53	9.222
China Post	1	40	6.960
<b>SAD</b>	<b>2</b>	<b>1.876</b>	<b>434.836</b>
New York Times Magazine	1	14	6.442
National Geographic Traveller	1	1.862	428.394
<b>Irska</b>	<b>1</b>	<b>19</b>	<b>3.705</b>
The Irish Sun	1	19	3.705
<b>Ujedinjeni Arapski Emirati</b>	<b>1</b>	<b>1.556</b>	<b>115.144</b>
Travel Trends International	1	1.556	115.144
<b>Švicarska</b>	<b>1</b>	<b>1.147</b>	<b>105.114</b>
Exclusifmagazin	1	1.147	105.114
<b>Slovenija</b>	<b>1</b>	<b>417</b>	<b>30.886</b>
Fokus Plus	1	417	30.886
<b>Indija</b>	<b>1</b>	<b>6.043</b>	<b>60.430</b>
Selling World travel	1	6.043	60.430
<b>Španjolska</b>	<b>1</b>	<b>959</b>	<b>29.748</b>
Lonely Planet	1	959	29.748
<b>Čile</b>	<b>1</b>	<b>3.233</b>	<b>562.542</b>
El Domingo del Mercurio	1	3.233	562.542



## Ostale zemlje

Zemlja/Novine	Broj članaka	Površina u cm <sup>2</sup>	Vrijednost u KN
<b>Švedska</b>	<b>3</b>	<b>620</b>	<b>29.136</b>
Vi Bilagare	2	605	28.426
Norran	1	15	711
<b>Švicarska</b>	<b>2</b>	<b>3.175</b>	<b>428.521</b>
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
<b>Australija</b>	<b>2</b>	<b>1.918</b>	<b>368.668</b>
Virgin Voyager	1	1.054	197.066
Est magazine	1	864	161.602
<b>Luxemburg</b>	<b>2</b>	<b>1.115</b>	<b>567.400</b>
Tageblatt	2	1.115	567.400
<b>Irska</b>	<b>1</b>	<b>19</b>	<b>4.101</b>
The Irish Sun	1	19	4.101
<b>Belgija</b>	<b>1</b>	<b>3.861</b>	<b>193.063</b>
Feeling	1	3.861	193.063
<b>Norveška</b>	<b>1</b>	<b>184</b>	<b>9.300</b>
GATA	1	184	9.300
<b>Argentina</b>	<b>1</b>	<b>13.677</b>	<b>642.817</b>
Lugares	1	13.677	642.817
<b>Maldivi</b>	<b>1</b>	<b>1.440</b>	<b>59.040</b>
Primeru	1	1.440	59.040



## Sažetak

---

- O temama od interesa za Turističku zajednicu Grada Zagreba promatrani mediji su objavili 150 članka, ukupne površine 104.469 cm<sup>2</sup> i ukupne vrijednosti 11.817.800 kn
- Prilozi su objavljeni u 118 novinskih naslova
- Promatrani mediji porijeklom su iz 19 zemalja
- Najčešća tema o kojoj su izvještavali strani promatrani mediji je turizam Zagreba, koja je prisutna u 119 priloga (71% od ukupnog broja priloga)



**PRILOG 13. SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA**

<b>RB</b>	<b>Grad</b>	<b>Burza</b>	<b>Datum</b>	<b>TZGZ</b>	<b>Plan 2015.</b>	<b>Ostvareno 2015.</b>
1.	Ljubljana	Conventa	21. - 22.1.	4	23.500	23.441
2.	Istanbul	ACE of M.I.C.E.	26. - 28.2.	9	32.400	32.120
3.	Pariz	Meedex	24. - 25.3.	4	49.600	49.529
4.	Moskva	MICE Forum	16.3.	6	26.500	26.465
5.	Calpe	MITM Euromed	06. - 08.05.	6	34.000	33.708
6.	Frankfurt	IMEX	19. - 21.05.	4	195.000	194.895
7.	London	The Meetings Show	07. - 9.07.	6	59.000	63.718
8.	Las Vegas	IMEX America	13. - 15.10.	4	150.000	67.075
9.	Barcelona	IBTM World	17.- 19.11.	4	180.000	187.408
10.	NEPLANIRANO				50.000	
	<b>UKUPNO</b>				<b>800.000</b>	<b>678.358</b>

**PRILOG 14. POPIS ODRŽANIH SKUPOVA PREMA EVIDENCIJI TZGZ**

1	Radionica za borbu protiv poreznih prijevara u sklopu programa Fiscalis 2020.
2	IAESTE godišnja konferencija
3	3. hrvatski simpozij o prevenciji i liječenju početnog raka vrata maternice
4	Adria Hotel Forum
5	Radionica "Srednjoročni razvoj tržišta poljoprivredno prehrambenih proizvoda u odabranim zemljama članicama EU i zemljama Zapadnog Balkana
6	Konferencija "Migracije i etničnost na početku 21. stoljeća
7	Konferencijski događaj "TEDxMaksimir"
8	Vizualizacija molekularnih markera u mozgu
9	Pharmacovigilance Workshop: Risk Management; Electronic reporting; XEVMPD updates
10	Projekt Bin2Grid
11	COST Akcija FP1203
12	8. međunarodni kongres o hemodinamskom monitoriranju
13	Europski susret nacionalnih ravnatelja Papinskih misijskih djela
14	HUPKT workshop: Presentacija i prodaja MICE destinacije
15	Misija stručnjaka vezano uz područje borbe protiv prijevara
16	Sastanak europskog projekta COST - Europska mreža za unapređenje razumijevanja i korištenja tla ispod naših gradova
17	Međunarodna konferencija EU business, Finance and Banking System
18	Konferencija: Zelena kohezijska politika 2014.-2020.
19	4. zagrebački tečaj za rame i lakat
20	Simpozij : Odnos religijskog i nacionalnog u identitetu i stvarnosti balkanskih naroda
21	1. simpozij o zdravstvenim ustanovama grada Zagreba
22	AIESEC-ova konferencija Sellapalooza o prodaji
23	Konferencija: Municipal Investment & Development Arena 2015
24	Sastanak "Genzyme "
25	Gospodarenje otpadom 2015
26	Travel Zoom Conference 2015
27	1. međunarodni kongres Stomatološkog Fakulteta Sveučilišta u Zagrebu
28	2. hrvatski kongres o zbrinjavanju dišnog puta
29	Engleski u akciji
30	FP7 project MYWEB Instituta Ivo Pilar
31	Međunarodni znanstveni kongres studenata i mladih znanstvenika biomedicinskog područja CROSS 11
32	EUSA Conference
33	DataFocus
34	Projekt Model International Criminal Court Western Balkans
35	10. sastanak MPN&MPNr EuroNet
36	Projekt EU, thanks : osnaživanje obitelji u riziku za aktivno građanstvo
37	3. međunarodna konferencija o Regenerativnoj ortopediji
38	Svjetski znanstveni simpozij CBRNE
39	Konferencija: Perspektive hrvatske logističke industrije u privlačenju međunarodnih robnih tokova
40	Rodina mliječna konferencija
41	Ljudska prava u porođaju
42	22. Dani Ramira i Zorana Bujasa
43	10. međunarodna konferencija: Innovation for Development in Learning and Sustainability
44	Nove tehnologije u oftalmologiji
45	Grading Soft Skills GRASS
46	Sastanak Upravljačkog tijela RACVIAC
47	31. Sjednica Radne grupe za modeliranje i kartiranje
48	Godišnja skupština asocijacije Creditreform International
49	Međunarodna studentska konferencija: Manager 20 -Youth reshaping the future

50	IV međunarodna znanstveno stručna konferencija: Istraživački dani visoke policijske škole u Zagrebu
51	Godišnja skupština UIMLA 2015
52	7. međunarodna konferencija o dizajnu automobila
53	Sastanak Izvršnog odbora Svjetske asocijacije psihologije ličnosti WAPP
54	Hrvatski turistički kongres
55	34. međunarodni sastanak projektnog tima FM44 - satelitske komunikacije
56	Međunarodni susret mladih : Zagreb - Million hearts, one soul!
57	Kongres mladih Jadranske unije IMPACT2015
58	Projekt Model European Union Zagreb 2015
59	Treća međunarodna konferencija o upravljanju kontinuitetom poslovanja BCM Adriatic 2015
60	Znanstveni kolokvij: Hrvatska nematerijalna kulturna baština: folklor od sjevera do juga
61	Godišnja konferencija IHHA
62	Kongres studenata i mladih profesionalaca Središnje Europe - CEuSYP
63	Tjedan dizajna Zagreb
64	Edukacijski trening za nefonetičare FonET
65	Međunarodna stručna radionica CroApps
66	Znanost i razvitak prometa (ZIRP 2015)
67	Croatia maymester Study Abroad 2015
68	Snaga hrvatske hrane 2015.
69	Završni sastanak projekta COST Action TU 1101
70	Southeastern Europe Innermed Networking Meeting
71	Vijeće Europske zelene stranke
72	BEST-ov proljetni stručni seminar : Incredible Adventure with INA
73	Skup: Stop nasilju među djecom: Od inspirativnih praksi do škola i zajednica bez nasilja
74	New Europe Business Forum
75	1. hrvatski summit kreativnih kulturnih industrija
76	5. dani zagrebačke arhitekture 2015 - Zgrade društvenog standarda u Zagrebu
77	3 dnevna radionica o terapiji sa psima vodičima
78	Konferencija počasnih konzula RH
79	Godišnja radionica o bjesnoći
80	Primjena matičnih stanica i biomaterijala u obnovi mozga
81	CroArtScia2015: Tehnološke inovacije - umjetnost i znanost
82	20. EMN kongres
83	FemCities konferencija 2015.
84	Međunarodni kongres: Kateheza mladih i uloga nacionalnih katehetskih ureda u pripravi nacionalnih svjetskih susreta mladih
85	2. međunarodni znanstveni skup srednjovjekovne arheologije: Srednjovjekovna naselja u svjetlu arheoloških izvora
86	CECE7 - VIIIth European Conference of Egyptologists
87	Sastanak Zonta International
88	Tehnički sastanak predstavnika Mediteranske mreže regulatornih tijela
89	Međunarodna konferencija COST projekta: Forest Land Ownership Changes in Europe
90	Konferencija ARTUR: Prostor i turistički potencijali kontinentalne Hrvatske
91	13. Innova Wood Generalna skupština
92	Međunarodni znanstveni skup o animiranom filmu "Animafest Scanner"
93	Skup Elektroda Zagreb dd
94	Kongres CEPF zemalja
95	25. simpozij komparativne patologije "Ljudevit Jurak"
96	6. hrvatski kongres regionalne anestezije i analgezije
97	CEECOM 2015 Izazov digitalnih medija
98	RH u suvremenom sigurnosnom okruženju
99	10. konferencija voditelja dječjih domova
100	Grupna konferencija ljudskih potencijala Sberbanke
101	17. CIRAS

102	Konferencija "Napredak u izobrazbi i podršci nastavi fizike u školama"
103	Znanstvena konferencija "Vjerodostojnost medija "
104	EADV tečaj za specijalizante iz dermatoskopije
105	Tečaj Međunarodnog društva za farmakoekonomiku i istraživanje ishoda (ISPOR)
106	12. kongres SIEF: Utopije, zbilje i nasljeđa: etnografije za 21. stoljeće
107	Radionica za javne financije
108	Konferencija "Integrirana zaštita uskladištenih proizvoda
109	Projekt : International Week Zagreb
110	Konferencija: Being a citizen in Europe
111	2. sastanak Tematske upravljačke skupine IV stupa EUSAIR-a
112	9. međunarodna konferencija vojnih edukatora
113	Međunarodna konferencija "Tesla u Zagrebu"
114	Međunarodni operni seminar "Canto"
115	Bartes - stvaranje, emocija , užitak
116	Zagrebačka konferencija o primijenjenoj etici
117	Radionica Svjetske meteorološke organizacije
118	Završni sastanak projekta EwaGlos
119	Konferencija "Novi studeni, nove metode, nova vrednovanja "
120	Projekt " Doprimos institucionalnom kapacitetu za krv, tkiva i stanice
121	UFAW International Animal Welfare Science Symposium
122	HSA International Symposium 2015: Recent Advances II (Humane Slaughter Association)
123	International Conference on Engineering Education
124	Trening u sklopu EU projekta LADDER
125	Ljudska prava u zdravstvenoj zaštiti - Orijentacijski skup za mlade nastavnike
126	Radionica za razmjenu iskustava o modeliranju energetskih sustava za planiranje
127	Svjetski kongres Jehovinih svjedoka
128	Međunarodna konferencija studenata fizike (International Association of Physic Students Conference)
129	2015 Ljetna škola HDSOR-a
130	Intenzivna radionica iz mikromorfologije tla
131	Prva međunarodna konvencija mladih liječenih od malignih bolesti "Malo svjetlo nade" (Krijesnica)
132	13. Olaf kompjuter forenzički tečaj
133	AOEC konferencija
134	IAPP Marie Curie Summer School
135	Skupština Međunarodne zajednice vatrogasnih i spasilačkih službi
136	Stručni sastanak Hrvatskog psihijatrijskog društva
137	Međunarodna konferencija ISISPA
138	Ligatus ljetna škola
139	Otkrivanje zajedničkih sjećanja - Francuska i Hrvatska
140	Akademski seminar "Usklađivanje lijekova"
141	Konferencija YAM Session 2015
142	Hrvatsko iseljništvo, poticaj gospodarskom razvoju i kreatori budućih politika - Neodoljiva Hrvatska , Fusion 1 /2
143	Zagreb Crowdfunding Konvencija
144	Radionica: Antropološki pristup kulturnom turizmu
145	Osma međunarodna konferencija o važnosti učenja stručnih stranih jezika u svrhu komunikacije među kulturama
146	Energy market forum 2015
147	Građani u fokusu - Decentralizacija i lokalne razvojne politike
148	Javni mediji i parlamenti zemalja proširenja
149	Urbane medijske studije: teme, sjecišta i izazovi
150	Sastanak radne skupine SELECT
151	1. konferencija Hrvatskog udruženja za bihevioralno-kognitivne terapije
152	Mit, trauma i sjećanje u srednjoeuropskim i istočnoeuropskim kulturama
153	Topološki efekti i sintetska magnetska polja za atome i fotone

154	Lokalni i regionalni sajmovi u funkciji razvoja gospodarstva
155	50. zagrebački salon - arhitektura i urbanizam
156	6. međunarodni simpozij: Interdisciplinarnost prometa i logistike
157	Profil dionika u geodeziji3: Tehnološki razvitak i profesije u geodeziji i geoinformatici
158	Regionalna konferencija Chevening
159	Regionalni koordinacijski sastanak "ReCoM 2015"
160	Simpozij: Slika bez kraja
161	WebCamp Zagreb 2015
162	Small & Medium Business Forum
163	Sberbank Compliance konferencija
164	Supresjedanje Strategijom EU za jadransko jonsku regiju - EUSAIR
165	Sastanak partnera projekta INNOGUIDE 2.O. Tourism
166	Susret Social Erasmus koordinatora Zagreb 2015
167	COST Action IS 1106 Offender Supervision in Europe Meeting: Working group and management committee meetings
168	EPBS 2015 -Generalna skupština Europskog udruženja djelatnika u biomedicinskoj znanosti
169	Seminar za ravnopravnost spolova u sportu
170	Onkraj 49. paralele: Kanada i Sjever - pitanja i izazovi
171	Međunarodna konferencija: Prezentacijske i komunikacijske tehnike u inovativnoj nastavi njemačkog kao stranog jezika
172	Sastanak Mreže europskih tijela za središnju javnu nabavu
173	Konferencija MAGROS - Trgovina u urbanim sredinama
174	Međunarodni skup učitelja makrobiotike
175	1. međunarodna konferencija transportnog prava i prava osiguranja - INTRANSLAW Zagreb 2015.
176	AECM konferencija: Inovacije u jamstvenim programima
177	Znanstvena konferencija: Implementacija znanstvenih istraživanja u drvoprerađivački sektor (ICWST)
178	Cilane weekend
179	Međunarodni susret OSF (Red Sv. Fortunata)
180	10. Quintessence kongres
181	Drugi kongres studenata farmacije i medicinske kemije Hrvatske
182	Zasjedanje međunarodnog projekta Općeslavenski lingvistički atlas
183	EUROCITIES - forum za gospodarski razvoj
184	5. međunarodna konferencija o učenju za poduzetništvo 2015. ICEL 5
185	Budućnost zdravstvene industrije 2015.
186	Konferencija : Jačanje socijalnog dijaloga u željezničkom sektoru Hrvatske
187	II. Međunarodna studentska konferencija: Jučer, danas, sutra - slavistika
188	Konferencija " Prostorne i razvojne mogućnosti kulturnog naslijeđa"
189	Međunarodna konferencija: Obitelj - ključ demografskog i ekonomskog oporavka
190	15. EFLM tečaj "How to assess the quality of your method?"
191	Sastanak Europske mreže za parazite prenosive hranom
192	Sastanak radne skupine za Konvenciju o pravima osoba s invaliditetom Europske mreže nezavisnih tijela za ljudska prava
193	Meeting G2.1
194	Konferencija o prodaji i marketingu osigurateljnih proizvoda
195	IV međunarodni kongres studenata povijesti umjetnosti
196	CEUREG FORUM XIX
197	3. međunarodni kongres nutricionista
198	Hrvatski skijaški savez - Seminar tehničkih delegata
199	South East Europe Technology in Radiation Oncology
200	Konferencija CEO (Career and Entrepreneurship Opportunities)
201	Konvencija UN o pravima osoba s invaliditetom - primjena, monitoring i standardi kvalitete
202	ICT u službi obrazovanja - budućnost obrazovanja
203	Prvi sastanak regionalnog informacijskog centra na temu obnavljanja obiteljskih veza
204	EDQM Meeting

205	InFuture2015: E-Institucije - otvorenost, dostupnost i očuvanje
206	48. sastanak EQuIP 2015
207	3. glavna skupština Europske udruge dugoročnih investitora (ELTI)
208	Konferencija: Sloboda i odgovornost: Rješenja mladih za probleme današnjice
209	FMCG SUMMIT
210	Meteorološki izazovi 4
211	9. hrvatski kongres hitne medicine s međunarodnim sudjelovanjem
212	Skup: Uloga stručnog knjižničarskog društva danas
213	12. hrvatski skup osoba oboljelih od neuromuskularnih bolesti
214	Međunarodna konferencija "Zdravstveni turizam - Perspektive i granice"
215	Unity konzorcijski sastanak
216	Svjetski dan televizije
217	XVIII kongres hotelijera: e-hotelijerstvo
218	Prvi hrvatski kongres sportskog turizma
219	3. Europski kongres o globalnom obrazovanju
220	Dostignuća u liječenju ovisnosti u gradu Zagrebu
221	Druga međunarodna konferencija o evoluciji i ponašanju
222	24 Forum Dan energije u Hrvatskoj
223	Konferencija CISG Zagreb 2015
224	4. godišnji forum hrvatske kongresne industrije: Utjecaj kongresno - incentive industrije na razvoj destinacije
225	14. Internacionalna radionica o mrežnoj i sustavnoj podršci za igre - NetGames 2015
226	6. kongres perinatalne medicine zemalja južne i jugoistočne Europe
227	Prva edukativna konferencija o alzheimerovoj bolesti (EDUKAL)
228	Philip Morris Zagreb d.o.o. - MT PMI sastanak
229	Znanstveni skup: Pogled na društvo kroz prizmu zabave
230	Konferencija: Politička prava i religija
231	Konferencija "Spolno prenosive bolesti - zašto zatvaramo vrata budućnosti?"
232	Stručna konferencija: Hitne situacije uzrokovane klimatskim promjenama
233	FIA SPORT regionalni kongres