



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED

**IZVJEŠĆE O RADU DIREKTORA I
TURISTIČKOG UREDA O IZVRŠENJU
PROGRAMA RADA I FINANCIJSKO
IZVJEŠĆE
ZA 2017. GODINU**

Zagreb, veljača 2018.

Sadržaj

Uvod.....	03
1. Struktura marketing miksa	
I. Administrativni rashod.....	09
II. Dizajn vrijednosti.....	10
III. Komunikacija vrijednosti.....	16
IV. Distribucija i prodaja vrijednosti.....	22
V. Interni marketing.....	27
VI. Marketinška infrastruktura.....	28
VII. Transfer boravišne pristojbe gradu.....	30
2. Financijsko izvješće	
VIII. Prihodi.....	31
IX. Rashodi.....	35
3. Prilozi	
Prilog 1. Statistika noćenja i dolazaka turista.....	42
Prilog 2. Rashodi ureda.....	44
Prilog 3. Turistički informativni centri.....	45
Prilog 4. Potpora događanjima.....	51
Prilog 5. Potpora razvoju DMO-a.....	61
Prilog 6. Volim Zagreb.....	62
Prilog 7. Oglašavanje.....	63
Prilog 8. Brošure i suveniri.....	65
Prilog 9. Sajmovi i prezentacije.....	67
Prilog 10. Rezultati anketiranja turističkih grupa	69
Prilog 11. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama ...	71
Prilog 12. Kandidature za stručne skupove i potp. skupovima	71
Prilog 13. Popis održanih skupova prema evidenciji TZGZ.....	73

UVOD

Izvešće o radu direktora, ostvarenju Programa rada i financijsko izvješće Turističke zajednice grada Zagreba (TZGZ), prikaz je obavljenih aktivnosti tijekom 2017. godine, ostvarenih u skladu s Programom rada i sukladno odlukama Turističkog vijeća, Nadzornog odbora i Skupštine.

Turistički dolasci i noćenja u 2017. godini ostvareni su i realizirani iznad planiranja, (planirano je 1.260.000 dolazaka i 2.250.000 noćenja, a realizirano je 1.290.226 dolazaka i 2.283.158 noćenja) te pokazuju rast u odnosu na 2016. godinu od 17% u dolascima i 15% u noćenjima. U dolascima su na prvom mjestu gosti iz Koreje, zatim slijede gosti iz SAD-a, Njemačke i Italije. Značajnije promjene u poretku dolazaka bilježimo za posjetitelje iz Kine koji su se s 9. mjesta pomaknuli na 5. mjesto te za posjetitelje iz ostalih azijskih zemalja koji su se s 15. mjesta pomaknuli na 10. mjesto.

U odnosu na 2016. godinu evidentiran je veći broj poslovnih skupova i sudionika te je na kongresnim burzama i specijaliziranim radionicama primijećen još veći interes sa svih relevantnih tržišta (Europa, SAD, Azija) za organizaciju kongresa i incentive putovanja u Zagrebu. Nedostatak polivalentnog – multifunkcionalnog kongresnog centra ostaje glavnom preprekom kod kandidiranja za velike kongrese međunarodnih asocijacija.

Otvaranje novog terminala Međunarodne zračne luke Dr. Franjo Tuđman očekivano je pozitivno utjecalo na interes avio prijevoznika za otvaranjem novih linija, a što otvara veće mogućnosti za organizaciju različitih događanja u Zagrebu, kao i veći potencijal za daljnji razvoj tzv. city break turizma. U prostoru novog terminala domaćeg i međunarodnog dolaska otvoren je i centar za posjetitelje.

Prema podacima TZGZ-a ukupni smještajni kapaciteti u hotelima 2017. godine ostali su na razini 2016. godine s manjim izmjenama i to pad od 5,85% u hotelima s 4 zvjezdice, pad od 16,38% u hotelima s 4/3 zvjezdica i rast od 2,83% u hotelima s 3 zvjezdica. Smještajni kapaciteti u hotelima s 5 i 2 zvjezdice ostali su nepromijenjeni. Do navedenih razlika došlo je uslijed otvaranja novih hotela s 4 i 3 zvjezdice (Integralni hotel Zagreb 3*, Admiral hotel 4*, Hotel Maroon 3*, Hotel Forty two 3* i nekategorizirani Hotel Le Premier), zatvaranjem postojećih (Hotel Arcotel Allegra 4*) te promjene smještajnih kapaciteta nakon provedenog upravnog postupka ponovne kategorizacije (Hotel President 4*, Integralni hotel Zig Zag 4/3*, Hotel Central 3*, Hotel Gallus 3*, Hotel Holiday 3* i The movie hotel 3*).

SMJEŠTAJNI KAPACITETI:

SMJEŠTAJNI KAPACITETI						
HOTELI	2017		2016		index'17./'16.	
	Sobe i ap.	Postelje	Sobe i ap.	Postelje	Sobe i ap.	Postelje
5*	863	1.540	863	1.540	100,00	100,00
4*	1.712	3.011	1.803	3.198	94,95	94,15
4/3*	19	41	21	49	90,48	83,67
3*	1.315	2.395	1.285	2.329	102,33	102,83
2*	131	281	131	281	100,00	100,00
nema kategoriju	63	119				
Ukupno:	4.103	7.387	4.103	7.397	100,00	99,86

U 2017. godini broj privatnih smještajnih objekata povećao se za 42,95% u odnosu na 2016. godinu, njihov broj smještajnih jedinica za 36,67% i njihovi smještajni kapaciteti povećali su se za 37,79% u odnosu na 2016. godinu.

PIVATNI SMJEŠTAJ								
2017			2016			index'17./'16		
Broj objekata	broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj objekata	broj smještajnih jedinica	Postelje	Broj objekata	broj smještajnih jedinica	Postelje
2.090	2.952	7.121	1.462	2.160	5.168	142,95	136,67	137,79
2.090	2.952	7.121	1.462	2.160	5.168	142,95	136,67	137,79

U 2017. godini zabilježili smo i povećanje broja hostela za 8,51% i njihovih smještajnih kapaciteta za 6,88% u odnosu na 2016. godinu.

HOSTELI	2017		2016		index'17./'16.	
	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje	Broj objekata	Postelje
	51	2.361	47	2.209	108,51	106,88
Ukupno:	51	2.361	47	2.209	108,51	106,88

Strategije marketinške politike TZGZ u 2017. godini, usmjerene su prema ostvarenju sljedećih ciljeva:

- 1) Stvoriti veću dodanu vrijednost boravka u destinaciji
 - Razviti Zagreb kao cjelogodišnju destinaciju kroz fokusirani razvoj turističkih proizvoda
 - Unaprijediti ključne turističke proizvode destinacije, posebice kratki odmor – city break
 - Valorizirati nedovoljno iskorištene resurse i stvoriti dodatne motive dolaska u destinaciju, zadržavanje i unapređenje pozicije grada Zagreba kao atraktivne kongresno-turističke destinacije – aktivnosti promocije – online i offline, prezentacije i sajmovi te aktivnosti kongresnog ureda
- 2) Povećati efikasnost marketinških aktivnosti
 - Konzistentno komunicirati i primjenjivati turistički brend Zagreba
 - Provoditi integrirane marketinške kampanje na ciljnim tržištima, fokusirane prema ciljnim segmentima gostiju te otvaranje novih tržišta
 - Kontinuirano podizati prepoznatljivost Zagreba kao kongresne i turističke destinacije

- 3) Inovirati sustav upravljanja turizmom destinacije
 - Kontinuirano stvarati intelektualni kapital turističke zajednice kojim se omogućava donošenje efikasnih poslovnih odluka
 - Inovirati interne i eksterne procese kako bi se povećala efikasnost
 - Razvijati B2B komunikaciju i odnose radi uravnoteženog i uključivog razvoja upravljanja destinacijom na svim razinama
 - Korištenje modernih tehnologija u kreiranju, stvaranju i promoviranju ponude

- 1) Stvoriti veću dodanu vrijednost boravka u destinaciji

U 2017. 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 26 turističkih sajmovu u 21 zemlji, od kojih na 11 samostalno, a na 15 u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom te na 6 kongresnih burzi. U suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a, veleposlanstvima RH, Croatiom Airlines ili samostalno, održana je 21 prezentacija/poslovna radionica u 16 zemalja. Prezentacijama i poslovnim radionicama je prisustvovao velik broj profesionalaca koji odlučuju o kreiranju i prodaji turističkih programa i stvaranju svijesti o Zagrebu kao destinaciji. Ove godine nastavljene su ciljane promotivne online i offline kampanje u Hrvatskoj, zemljama regije te zemljama s direktnim letovima za Zagreb 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 može se vidjeti izrazita uspješnost vođenih kampanja.

U 2017. godini TZGZ je ugostila 271 turističkog agenta iz 24 zemlje te 218 novinara iz 39 zemalja. Putem studijskih putovanja agenata i novinara, najviše su komunicirani turistički proizvodi Zagreb city break (proljeće-ljeto, jesen, Advent) i Zagreb-medicinski turizam.

Tiskana je prva naklada nove opće brošure za ukupno 9 jezičnih verzija. Brošura tematski pokriva sadržaj dvaju dosadašnjih izdanja – opće brošure i brošure o zagrebačkoj okolici te na zanimljiv i zabavan način predstavlja Zagreb kao cjelogodišnju destinaciju, pogodnu za nekoliko tržišnih segmenata (city break, kultura, obiteljski odmor s djecom itd.).

Nastavilo se i s produkcijom kulturnog vodiča–„Zagreb Culture & Events Guide 2017“, tiskano je i novo izdanje dvojezične brošure „Zagrebački vremeplov“ koja je korištena za vrijeme trajanja istoimene manifestacije, nastavljen je kontinuirani tisak mjesečnika „Program priredaba“ i turističkih novina „Zagreb4You“. S obzirom na kontinuirani rast broja dolazaka i noćenja stranih i domaćih gostiju tijekom proljetno-ljetnih mjeseci te prosinca, podržano je i izdanje tjednih turističkih novina „Zagreb Times“ čiji je cilj predstaviti raznolikost zagrebačke turističke ponude te time posjetitelje grada Zagreba zadržati što duže u destinaciji i motivirati ih na ponovni posjet. Napravljen je i dotisak kongresne brošure „Meeting Planner's Guide“.

S ciljem zadržavanja i unapređenja pozicije grada Zagreba kao atraktivne kongresno-incentive destinacije, provode se aktivnosti promocije grada na specijaliziranim kongresnim burzama i radionicama. Jednako tako, tijekom godine se organiziraju studijska putovanja za organizatore poslovnih događaja, a u svrhu njihova upoznavanja s destinacijom i njezinim mogućnostima.

Turistička zajednica grada Zagreba je u 2017. godini nastavila s razvojem i dodavanjem novog sadržaja na aplikaciju Zagreb Be There kojom se daje naglasak na manje poznate i posjećene atrakcije Zagreba. Zagreb Be There aplikacija predstavlja IT rješenje kojim se

valoriziraju i promoviraju nedovoljno iskorišteni resursi turističke ponude grada Zagreba i time stvaraju dodatni motivi za dolazak u destinaciju i produljene boravka u istoj. Aktivno je nastavljeno razvijanje i podupiranje postojećih i novih događanja u Zagrebu koji sve više predstavljaju razlog dolaska u Zagreb. U tome se najviše ističe Advent u Zagrebu kao vrhunsko gradsko događanje koje integrira velik broj dionika i ima višestruke učinke na turizam te doprinosi promociji Zagreba na razini cijele godine. Kroz godinu se prate, podržavaju i unapređuju raznovrsni tematski razgledi grada te individualni projekti i manifestacije koji u konačnici stvaraju destinaciju atraktivnu kroz cijelu godinu i čine komparativnu prednost u diverzifikaciji ponude. Festival svjetla Zagreb predstavlja novu manifestaciju koju TZGZ razvija i realizira s posebnom pažnjom. Pažljivom analizom postojeće ponude, pritom se vodeći kriterijima koji uključuju atraktivnost sadržaja, potencijal razvoja, lokaciju i vremena održavanja, donesena je odluka o realizaciji manifestacije. Od festivala se očekuje da u narednom razdoblju postane međunarodno prepoznato događanje i motiv dolaska u destinaciju. Pod okriljem Turističke zajednice grada Zagreba funkcionira pet turističkih informativnih centara koje je tijekom godine posjetilo 450.705 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 pažnja posvećuje kontinuiranom usavršavanju stranih jezika kako bi se pružila usluga visoke razine.

2) Povećati efikasnost marketinških aktivnosti

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

Tijekom prošle godine provedene su dvije velike marketinške kampanje Zagreb Summer Tour i Advent u Zagrebu koje su obuhvatile dva najznačajnija turistička proizvoda Zagreba, ljeta u Zagrebu i Adventa. Kampanje su se provodile na svim najznačajnijim ciljanim tržištima u Europi poput Njemačke, Italije, Francuske, Velike Britanije, Španjolske i Austrije. Posebna pozornost kao i dosad posvećena je lako dostupnim tržištima u regiji, Sloveniji, Srbiji, Mađarskoj i Bosni i Hercegovini. Također, ove godine su po prvi put rađene kampanje za tržišta Danske, Norveške, Švedske, Poljske, Rumunjske i Bugarske. Ciljni segmenti gostiju birani su ovisno o proizvodu i interesima te dosadašnjim pokazateljima o strukturi gostiju koji posjećuju Zagreb. Uz navedene kampanje provedene su i dvije manje kampanje. Prva kampanja je obuhvatila promociju blog postova napisanih od strane lokalnih blogera okupljenih na stranici <http://www.lovezagreb.hr/>. Kampanjom je predstavljan niz mogućih aktivnosti u Zagrebu, lokalna gastronomska ponuda te nepoznate zanimljivosti i atrakcije. Druga kampanja rađena je za potrebe promoviranja Europskog rukometnog prvenstva održanog u Zagrebu.

Statistički podaci o porastu broja dolazaka i noćenja s ciljanih tržišta tijekom ljetnih mjeseci su najbolji pokazatelj učinkovitosti kampanje (npr. lipanj 2017.: +26% dolazaka i +30% noćenja gostiju iz BiH, +10% dolazaka i +18% noćenja gostiju iz Italije, +28% dolazaka i +19% noćenja gostiju iz Slovenije, +12% dolazaka i +6% noćenja gostiju iz Srbije).

Zimska kampanja pod nazivom Advent u Zagrebu ostvarena je tijekom studenog i prosinca.

Podaci o broju dolazaka i noćenja gostiju s ciljanih tržišta tijekom prosinca potvrđuju uspješnost realizirane kampanje (npr. +54% dolazaka i +40% noćenja gostiju iz Austrije, +18% dolazaka i +23% noćenja gostiju iz Italije, +13% dolazaka i +9% noćenja gostiju iz BiH, +7% dolazaka i +10% noćenja gostiju iz Hrvatske).

Uz to, na domaćem tržištima u regiji (Srbija, Slovenija i BiH) su realizirane mini offline kampanje vezane za događanja Festival svjetla i Bijela noć.

U 2017. godini nastavljena je i suradnja s aviokompanijom Turkish Airlines koja ima kao cilj promociju Adventa u Zagrebu na dalekim tržištima. Korištenjem jake komunikacijske mreže Turkish Airlinesa značajno je podignuta prepoznatljivost Adventa u Zagrebu, kao i Zagreba kao turističke destinacije.

3) Inovirati sustav upravljanja turizmom destinacije

S ciljem dobivanja što preciznijih podataka vezanih za ekonomske učinke aktivnosti Turističke zajednice grada Zagreba, ali i kvalitete ponude destinacije te percepcije destinacije u svijetu u svibnju 2017. godine u suradnji s tvrtkom STR započeta je izrada godišnjeg istraživanja o Stavovima i potrošnji posjetitelja i turista u gradu Zagrebu (Visitor survey), a u periodu srpanj-kolovoz 2017. je na uzorku od 1.255 pax koji nisu posjetili Zagreb provedena online anketa o percepciji grada (Non-visitor survey). Iako će cjelokupni rezultati biti dostupni po završetku terenskog istraživanja, sredinom 2018, parcijalni izvještaj ukazao je na generalno zadovoljstvo posjetitelja zagrebačkom turističkom ponudom (čak 44% ispitanika će sigurno preporučiti Zagreb obitelji i prijateljima). Online anketa o percepciji Zagreba na uzorku koji još nije posjetio naš grad (non visitor survey) ukazala je da postoji svijest o Zagrebu i značajan potencijal za povećanje posjeta: više od tri četvrtine ispitanika čulo je za Zagreb, a gotovo polovica (48%) zainteresirana je za posjet.

Tijekom Adventa 2016 (od 26.11.2016. do 8.1.2017.) provedeno je istraživanje „Procjena ukupne potrošnje generirane Adventom u Zagrebu u 2016. godini“ čiji rezultati, objavljeni u veljači 2017. godine, su pokazali da je za čak 96% posjetitelja Advent nadmašio ili u potpunosti ispunio njihova očekivanja. Ukupna potrošnja generirana 'Adventom' u Zagrebu procijenjena je u rasponu od 390 milijuna (konzervativni pristup) do 438 milijuna kuna (optimistični pristup).

Za potrebe kontrole kvalitete organiziranih razgleda grada koje Turistička zajednica grada Zagreba financijski podupire, tijekom jeseni proveden je nadzor razgleda putem metode mystery shopping. Rezultati analize će biti korišteni za unaprjeđenje usluga te će biti predstavljeni partnerima.

Turistička zajednica grada Zagreba u prošloj godini razvila je sustav online prijave projekata za sufinanciranje čime će se omogućiti lakša, objektivnija i sustavnija procjena projekata i dodjela sredstava. Sustav će omogućiti kontinuirano praćenje, objektivno i intuitivno ocjenjivanje te pregled statistike koja će olakšati analizu i buduće planiranje samog procesa. Ujedno sustav omogućava lakšu prijavu i pregled projekata samom korisniku odnosno prijavitelju.

Kako je gore opisano Turistička zajednica grada Zagreba je u protekloj godini nastavila sa unaprjeđenjem i dodavanjem sadržaja u aplikaciju Zagreb Be There. Napravljen je i redizajn www.lovezagreb.hr internet stranice koja okuplja blog postove lokalnih blogera. Novost je i predstavljanje ponude grada Zagreba kratkim i zanimljivim video blogovima. Na navedenoj stranici napravljen je i sustav prijave fotografija od strane korisnika (lokalno stanovništvo, posjetitelji) koje se kasnije prikazuju na samoj stranici. Time je uspostavljen inovativan i zanimljiv kanal komunikacije između Turističke zajednice grada Zagreba, lokalnog stanovništva, lokalnih blogera i posjetitelja.

TZGZ je osvojila brojne nagrade među kojima treba istaknuti:

1. TZGZ – grad Zagreb – nagrada Best in Europe, Lonely Planet, Velika Britanija 2017.
2. TZGZ – Grad Zagreb – nagrada „Most Admirable Holiday“, od časopisa „U Magazine“, Hong Kong, 2017.
3. TZGZ – nagrada Best Christmas Market 2018. za Advent u Zagrebu, organizacija European Best Destinations, Bruxelles, Belgija, 2017.
4. TZGZ – priznanje za višegodišnju suradnju i doprinos razvoju i ugledu Nacionalne udruge hotelijera, UPUHH, Zagreb, 2017.

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. 44

Sukladno usvojenom Programu rada za 2017. godinu ovo Izvješće prati redoslijed utvrđenih vrsta aktivnosti i njihovu realizaciju.

1. STRUKTURA MARKETING MIKSA

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

1. Rashodi za radnike

Prema Programu rada i financijskom planu za 2017. 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 2017. 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 2017. godinu.

PRILOG 2.: Rashodi ureda

3. Rashodi TIC – evi

Pružanje informacija u izravnom kontaktu, putem telefona ili elektronske pošte, prikupljanje, obrada i mjesečno publiciranje informacija o događanjima u našem gradu u mjesečniku „Program priredaba“, temeljni su poslovi koji su obavljani u svim Turističko-informativnim centrima (TIC-evima).

Informativni centri smješteni su na četiri lokacije u gradu te u Zračnoj luci, a radno vrijeme je tijekom cijele godine bilo u potpunosti prilagođeno potrebama posjetitelja (svoga četiri neradna dana u godini). Krajem ožujka 2017. godine postojeći informativni centar u zračnoj luci, preseljen je u suvremeni i moderno uređeni prostor zgrade putničkog terminala novootvorene Međunarodne zračne luke „Franjo Tuđman“. Radno vrijeme novog informativnog centra je produženo, odnosno usklađeno je s redom letenja, što se pokazalo opravdanim jer se broj posjetitelja u odnosu na prethodnu godinu udvostručio.

Također, u posebnim prigodama tijekom godine, uspostavljeni su i privremeni info-punktovi, u svrhu potpore organizaciji pojedinih kongresnih skupova, sportskih priredbi ili drugih značajnijih događanja.

U izlogu središnjeg TIC-a na Trgu bana Jelačića, na velikom elektronskom panelu, svakodnevno su tijekom cijele godine emitirani promotivni turistički filmovi o Zagrebu. Osim navedenog, ovaj medij je ujedno korišten i za najavu svih najzanimljivijih događanja u gradu. Na ovaj način, središnji info-centar je posjetitelje Zagreba dodatno animirao i upućivao na posjete nekom od najzanimljivije kulturno-zabavnih i sportskih događanja u našem gradu.

Kao i prethodnih godina tako su i tijekom 2017. godine nastavljena kontinuirana jezična usavršavanja i edukacija dijela osoblja zaposlenog u TIC-evima.

U posebnim okolnostima tijekom godine kada je to bilo potrebno za kontinuirano obavljanje temeljne djelatnosti, za povremeni rad u TIC-evima, korištene su usluge studenata, osposobljenih za obavljanje poslova turističkih informatora.

U svim info-centrima vođena je svakodnevna statistika o broju inozemnih i domaćih posjetitelja koji su osobno tijekom 2017. godine zatražili bilo kakvu informaciju. Statistički podaci o broju posjetitelja u pojedinom info-centru, iskazani su u tablicama i popratnim grafičkim prikazima.

Od ukupnog broja evidentiranih posjetitelja u TIC-evima, udio domaćih posjetitelja bio je 34,76%, a inozemnih 65,24%.

U središnjem TIC-u na Trgu bana J. Jelačića evidentirano je tijekom godine čak 69 dana kada je broj posjetitelja koji su zatražili neku informaciju bio veći od tisuću (1.002 - 1.999). U svim mjesecima kroz godinu u središnjem TIC-u zabilježen je najmanje 1 dan u kojem je bilo više od 1.000 posjetitelja. Vrijedno je spomenuti da je više od 1.000 posjetitelja evidentirano 8 dana u srpnju i 7 dana u prosincu. Na ove posljednje rezultate (mjesec prosinac), osobit utjecaj imaju brojni sadržaji vezani za organizaciju događanja *Advent u Zagrebu*, kad je i zabilježen najveći broj posjetitelja u jednome danu (u cijeloj godini). Dana 1. prosinca evidentirano je 2.398 posjetitelja, iz čega proizlazi da je svaki od 6 djelatnika tijekom toga radnog dana uslužio gotovo 400 stranaka.

PRILOG 3. Turistički informativni centri

4. Rashodi za rad tijela: Naknada TV i NO

Prema Planu sredstva su utrošena za naknadu članovima Turističkog vijeća i Nadzornog odbora.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Nastavljen je projekt ukrašavanja ulica i trgova cvjetnim košaricama. Cvjetne košarice na rasvjetnim stupovima, zidnim svjetiljkama i kandelabrima vizualno oplemenjuju turistički atraktivne lokacije te čine turistima boravak u Zagrebu ugodnijim stvarajući klimu dobrodošlice.

2. Potpora događanjima

S ciljem razvoja cjelogodišnje destinacije kroz razvoj fokusiranih i unapređenja ključnih turističkih proizvoda, valorizacije nedovoljno iskorištenih resursa i stvaranja dodatnog motiva dolaska u destinaciju, organizatorima događanja se pruža savjetodavna, promidžbena, logistička i financijska potpora.

Potpore su dodijeljene projektima koji doprinose poboljšanju turističke ponude grada Zagreba, a koji posjetiteljima pružaju nova, drugačija iskustva i doživljaje svojim originalnim sadržajem. Podržani su različiti tematski razgledi grada s inovativnim scenskim prikazima i zanimljivom interakcijom - od onih temeljenih na legendama ili povijesnim likovima poput Gornjogradskih coprnica, mračnim tajnama grada poput Secret Zagreb Quests, street art sceni kojom se bavi Meet Street Art(ist) ili gastronomskom ponudom grada, pa sve do razgleda najrazličitijim i ekološki prihvatljivim prijevoznim sredstvima poput Segwaya, Oldtimer električnog vozila ili fijakera. Sredstva su izdvojena za projekt digitalizacije starih razglednica Nacionalne i sveučilišne knjižnice te Mozgaonicu – pametnu igraonicu. Posebna pažnja se posvetila projektima koji imaju za cilj edukaciju i razvijanje svijesti o potrebi i važnosti zaštite okoliša i životne sredine, kao i očuvanju povijesne, kulturne i etnološke baštine sukladno čemu je potpora dodijeljena projektu Zagrebački piknik u Maksimiru i projektu Hrvatska kravata na Europskom trgu. Projekti ATV Safari, Jet Ski Safari na Savi i Croatia Moto Expo nisu ostvarili predviđena sredstva zbog tehničke nemogućnosti realizacije projekata. Iz istih razloga nisu iskorištena ni sredstva namijenjena postavljanju spomenika na Zvezdišću, te projektima Ljeto na Trešnjevci, Najromantičnija mjesta grada Zagreba, Tajanstvene priče i Luminoakustične vožnje. Potpore su dodijeljene projektima DriveInKino, manifestaciji More knjiga te tematskim razgledima grada Pedicab i Truffle Garden. Predviđena sredstva za sajam knjiga Interliber nisu ostvarena.

Bogata gastronomija i vinska kultura važan su segment hrvatske turističke i kulturne baštine. Zagreb njeguje kulturu dnevnog boravka koja vrhunsku gastronomiju i vinsku kulturu približava posjetiteljima pa tako ulice i trgovi postaju mjesto najrazličitijih eno i gastro festivala.

Podržani su međunarodni festival ružičastih vina Pink Day, ZZZagreb Delimano Food Festival, Food Film Festival Zagreb, Gastro Best Fest, Mali piknik na Gornjem gradu kao i vinska manifestacija Vinoljupci u Tomićevoj ulici. Sredstva su izdvojena i za Udruženje ugostitelja Zagreb za Gastro dane i Gastro forum čiji je cilj promocija hrvatskih autohtonih jela i gastronomske ponude Grada Zagreba. Sportska događanja izravno utječu na povećanje dolazaka i noćenja, a u značajnoj mjeri na promociju destinacije te se u tom kontekstu razmatra suradnja s organizatorima i odobrava potpora. Najveća natjecanja osim sudionika generiraju i dolaske navijača, dok u većini slučajeva natjecatelji imaju pratnju pa se time multiplicira učinak na dolaske i noćenja, posljedično i turističku potrošnju. Potpore su realizirane za natjecanja koja uključuju međunarodne sudionike u nizu različitih sportova i natjecanja: skijanje, trčanje, mačevanje, hokej na ledu, plivanje, jedrenje, squash, badminton, veliki nogomet, kajak i kanu, obaranje ruku, ples, speedminton, tenis za invalide, automobilske utrke, veslanje, biciklizam, taekwondo, kviz, umjetničko klizanje, mali nogomet, ronjenje i rukomet. Snježna kraljica zbog velike medijske pokrivenosti, brojnih posjetitelja i sudionika te svoje atraktivnosti već tradicionalno predvodi listu najvećih natjecanja, dok je posebna suradnja realizirana i s organizatorima natjecanja Hrvatske svjetske igre. Radi se o manifestaciji koja uključuje natjecanja u nizu različitih sportova, a sudjeluju i Hrvati iz dijaspore koji tom prigodom dolaze iz tridesetak zemalja svijeta.

Nastavljena je suradnja s relevantnim gradskim uredima u dodjeli potpora prema njihovoj sugestiji, uz uvjet da se radi o događanjima od posebnog utjecaja na turizam grada. 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.

O iznimnom uspjehu projekta Advent u Zagrebu prije svega govori činjenica da je Zagreb jedini grad koji titulu najbolje božićne destinacije nosi tri godine zaredom. Naime, Zagreb je u 2018. godini treći puta zaredom osvojio nagradu za najbolju božićnu destinaciju u Europi (nagrada Best Christmas Market 2016., 2017. i 2018. za Advent u Zagrebu u organizaciji European Best Destinations nezavisnog portala). Zagreb u adventsko vrijeme nudi pregršt događanja i manifestacija koje iz godine u godinu privlače sve veći broj posjetitelja. Jedinstveni događaji, zabava, umjetnost, ali i istinski blagdanski ugođaj u okviru Adventa u Zagrebu rezultat su

dugogodišnjeg rada Turističke zajednice grada Zagreba, izgradnji brenda i snažnoj promociji u suradnji s važnim dionicima, turističkom industrijom i Gradom Zagrebom. Sve navedeno doprinosi valoriziranju na međunarodnom turističkom tržištu i, u konačnici, brendiranju Zagreba kao prepoznatljivog turističkog odredišta u vrijeme zimskih blagdana. Iz godine u godinu razvijaju se bogatiji sadržaji i programi u odnosu na prethodne godine, od projekata koji imaju kontinuitet održavanja do novih projekata na novim atraktivnim lokacijama. Sukladno navedenom, TZGZ je s partnerima realizirala i nove programe: Advent u Hrvatskom željezničkom muzeju, Advent u Marićevom prolazu, Caffè de Matoš, Fuliranje na novoj lokaciji – Trgu J.J. Strossmayera, a posebno se ističe i suradnja s Uredom predsjednice RH koji se uključio u Advent s programom Advent na Prekrižju. Ondje je, umjesto u Oktogonu koji je u fazi preuređenja, nastupao Ansambel salonske glazbe Strauss. Realizirani su i tradicionalni programi u Donjem gradu poput Adventa na Zrinjevcu, Ledenog parka na Tomislavovom trgu, Adventa na Europskom trgu, Zagrebačke božićne bajke, Živih božićnih jaslaca, Adventa na Trgu bana Jelačića, kao i na Gornjem gradu: Advent na Vranicanijevoj poljani, Advent u Galeriji Klovićevi dvori i Advent na Štrošu. I ove godine u program je bio uključen Tunel Grič, kao i kulturne institucije poput Muzeja za umjetnost i obrt, Etnografskog muzeja, Hrvatsko narodno kazalište, Umjetnički paviljon te Zoološki vrt grada Zagreba. Širenjem događanja na nove lokacije rasterećuje se najuži centar grada, čime projekt dobiva na širini i raznovrsnosti sadržaja, smanjuju se gužve, a atmosfera zahvaća cijeli grad. Program Adventa u Zagrebu popratila je i velika izložba Nikola Tesla - Mind from the future. U znak prijateljstva i suradnje darovan je bor gradu Sofiji, kao nastavak tradicije darivanja borova gradovima prijateljima. Otkazani su programi: Artomat, Advent na Velesajmu, Modni Advent Oktogon, Advent u Dežmanovoj pa je izvršena preraspodjela sredstava unutar Božićnih i novogodišnjih događanja. Na lokaciji projekta Rudolfova božićna čarolija - Trg J.J. Strossmayera održano je Fuliranje, a sredstva za Advent na Velesajmu preusmjerena su na novi atraktivni projekt Caffè de Matoš. Zbog unapređenja kvalitete programa utrošeno je više sredstava od planiranih Izmjenama i dopunama programa rada i financijskog plana za 2017. godinu u stavci Neplanirana sredstva te kod sljedećih projekata: Fuliranje, Advent u Tunelu Grič, Advent na Vranicanijevoj poljani, Advent na Štrošu, Advent u Klovićevim dvorima.

Zagreb je prepoznat kao zanimljivo odredište bogato kulturnim sadržajima. Kulturna ponuda grada Zagreba obuhvaća širok spektar modernih i tradicionalnih manifestacija, festivala, performansa kao i programa kulturnih ustanova, koje svojim sadržajima privlače brojne građane i turiste tijekom cijele godine. Upravo takve manifestacije postaju ključnim elementima u međunarodnoj turističkoj promociji na danas sve konkurentnijem turističkom tržištu, a pridonose animaciji statičkih kulturnih atrakcija i stvaraju želju za ponovnim dolaskom. Strategija razvoja turizma RH do 2020. u trendovima razvoja turističkih proizvoda izdvaja kulturni turizam kao jedan od primarnih proizvoda s naglaskom na razvoj gradske kulturne scene, podizanje razine tržišne spremnosti objekata kulturne baštine i ulaganje u tržišnu prepoznatljivost te ističe velik značaj ovog proizvoda za budući rast ukupnog turističkog sektora. Sukladno navedenom, TZGZ stavlja naglasak na osmišljavanje visoko atraktivnih proizvoda kulture, koji prioritetno podržavaju imidž kulturno-turističkih destinacija. Bogata kulturna baština u gradu Zagrebu njeguje se vodeći računa o autentičnosti lokalne kulture uz uvođenje suvremenog načina interpretacije koji uključuje različite manifestacije, glazbene ili filmske festivale, kulturne priredbe, tradicionalne svečanosti, a otvaraju se i novi inovativni muzeji i slično. S time u vezi, podržana su već tradicionalna događanja od posebnog kulturnog i turističkog značaja kao što su Međunarodna vrtna izložba Floraart, Međunarodna smotra folklor, projekt koji je obilježio godinu kulture 2017. Austrija – Hrvatska: Zagreb pozdravlja Austriju, Design district Zagreb, Art park, Medvedgradske glazbene večeri, AMADEO ljetna kazališno-glazbena scena, Ljetne noći Teatra Exit, Ljeto u MSU. Posebno atraktivna i ove godine bila je jedinstvena manifestacija Bijela noć, koja je po treći put u Zagrebu ujedinila brojne umjetničke intervencije i kulturna događanja. U manifestaciji je sudjelovalo niz kulturnih ustanova, a atraktivan program se održavao na brojnim lokacijama na otvorenom. Projekt Opera u skrivenim prolazima nije održan zbog tehničke nemogućnosti realizacije projekata.

Od modnih događanja podržan je Fashion Week Zagreb/Cro a porter. Dio sredstava doznačen je s ove stavke za tradicionalnu modnu reviju 81. Zlatna igla Zagreba koja promovira hrvatski modni dizajn, dok je ostatak ostvaren na stavci koordinacija s Gradom.

Festivali značajno oblikuju imidž grada Zagreba kao destinacije pune života, ljudi i doživljaja te značajno utječu na obogaćivanje turističke ponude. Različitom tematikom obraćaju se svim skupinama posjetitelja pa je tijekom godine pružena potpora realizaciji festivala različite glazbene tematike, kao i onih koji su posvećeni samo jednom glazbenom instrumentu, primjerice harfi, gitari ili harmonici. Zatim su podržani festivali vatrometa, stripa, poezije, fotografije te ulično-cirkuski, folklorni, umjetnički i kazališni festivali, a u konačnici i festivali u kojima sudjeluju osobe s posebnim potrebama. Posebna pažnja se posvećuje cijelo-ljetnim manifestacijama zahvaljujući kojima nema prekida ponude zabavnih sadržaja u vrijeme kada je u gradu najviše posjetitelja. Festival svjetla

Zagreb je novi i poseban projekt pokrenut od TZGZ, čime se Zagreb pridružio drugim svjetskim gradovima, poput Lyona, Amsterdama, Helsinkija, Praga, St. Petersburga ili Berlina, koji imaju tradiciju održavanja ovakvih festivala.

Festivalom su se u povijesnoj jezgri grada Zagreba objedinila najmodernija svjetlosna rješenja na bazi vrlo recentnih rasvjetnih tehnologija, a atraktivne audiovizualne instalacije i projekcije mogle su se pogledati na niz lokacija Gornjeg grada. Strateški je odabrano vrijeme realizacije u ožujku, kada postoji potencijal povećanja dolazaka i noćenja te potreba za sadržajima najviše kvalitete izvedbe. Osim njega, uspješno su realizirani i ostali popularni festivali, prepoznatljivi simboli grada: Ljeto na Štrošu, INmusic festival, Cest is d' best, Festival vatrometa, Večeri na Griču i Festival svjetskog kazališta.

Filmski festivali su dio tradicije grada, a struku koja za njihova trajanja gostuje potiču na razmatranje o odabiru Zagreba za snimanje filmova. Osim toga, izvrsno nadopunjuju ponudu i pozitivno utječu na imidž grada. Suradnja se ostvaruje s popularnim filmskim festivalima kao što su Zagreb film festival, ZagrebDox i Animafest.

TZGZ je i ove, kao i prethodnih godina ostvarila uspješnu suradnju s pojedinim turističkim zajednicama unutar sustava te im pružila potporu za predstavljanje njihovih manifestacija u Zagrebu i za turistički atraktivne programe na njihovom području. Pružena je potpora TZG Lepoglave za predstavljanje 21. Međunarodnog festivala lepoglavске čipke i kulturno-turističke ponude Lepoglave u Zagrebu, TZG Čakovca za predstavljanje manifestacije Porcijunkulovo, TZG Nove Gradiške za prezentaciju turističke ponude Nove Gradiške u Zagrebu, TZG Hrvatske Kostajnice za predstavljanje Unskih noći i Međunarodne Una regate, TZG Slavenskog Broda za predstavljanje turističke ponude Slavenskog Broda u Zagrebu, TZG Županje za predstavljanje manifestacije 50. Šokačko sijelo te TZG Krapine za predstavljanje i aktivnosti povodom glumačkog festivala. Predstavljanjem turističkih zajednica iz drugih krajeva Hrvatske u Zagrebu doprinosi se upoznavanju građana grada Zagreba i turista s bogatstvom i raznolikošću kulturne, povijesne i tradicijske baštine tih područja.

TZGZ pruža potporu nizu udruga koje njeguju i promoviraju tradicijske vrijednosti, čime posredno ili neposredno doprinose turističkoj ponudi grada Zagreba. Potpora je tako ponovno pružena Društvu turističkih vodiča Zagreba, a nastavljena je i suradnja s Narodnim sveučilištem Sesvete na nizu manifestacija koje se ostvaruju na području Gradske četvrti Sesvete. Potporu su ostvarili HKD Gradišće te Glijivarsko društvo Kamilo Blagaić, a sredstva su izdvojena i za ekološko-edukativni festival Pozdrav proljeću.

Brojna kulturno umjetnička društva s područja grada Zagreba čuvaju bogato tradicijsko nasljeđe Zagreba i okolice njegujući i promovirajući ga kroz folklorne običaje, plesove i pjesme, ali i edukativne radionice. Potpora za različite programe tijekom godine pružena je udruzi Prigorski dan, FA Turopolje i KUD-ovima Preslica i Prepuštovec.

Putem donacija u kulturi pružena je potpora institucijama koje doprinose promidžbi grada Zagreba u Hrvatskoj i u inozemstvu kao što su Ansambl Lado i Zagrebačke mažoretkinje. Muzejima, kao važnim nositeljima kulturne ponude grada Zagreba, godišnja potpora pružena je za njihove programe rada, ali i za značajne izložbe. Potpore su ostvarili: Muzej grada Zagreba, Muzej za umjetnost i obrt, Galerija Klovićevi dvori, Muzej suvremene umjetnosti, Muzej prekinutih veza, Hrvatski prirodoslovni muzej, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika, Muzej iluzija, Arheološki muzej, Muzejsko-memorijalni centar Dražen Petrović, Etnografski muzej, Muzeji Ivana Meštrovića - Atelijer Meštrović Zagreb te Moderna Galerija. Podržano je i Hrvatsko narodno kazalište, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Zoološki vrt grada Zagreba te Kuća za ljude i umjetnost – Lauba za program Ljeto u Laubi. Isto tako, sredstva su izdvojena za različite programe Parka prirode Medvednica. Sufinancirane su posebno značajne izložbe koje su privukle velik broj posjetitelja i obogatile turističku ponudu grada Zagreba i to u Galeriji Klovićevi dvori izložba „Strasna ljepota“ Dagmar Meneghello, u Umjetničkom paviljonu izložba „Strast stvaranja – remek-djela iz zbirke Fundacije Maeght“ koja je oplemenila kulturni program u vrijeme Adventa u Zagrebu te izložba Obala neba finsko-američkog fotografa Arna Rafaela Minkkinena u Muzeju suvremene umjetnosti.

Turistička zajednica je kroz razne vidove oglašavanja promovirala turističku ponudu grada Zagreba u suradnji s pojedinim sportskim klubovima od međunarodnog značaja. Različiti oglašivački paketi omogućili su da se na stadionima prikažu oglasi TZGZ-a (LED displayi, banneri na ogradi, semafori), da oglasi TZGZ budu vidljivi na press zidovima za vrijeme domaćih i međunarodnih press konferencija te da se Zagreb promovira na klupskim materijalima i opremi 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	250.000
NK Dinamo	562.500
RK Zagreb	300.000

VK Mladost	480.000
KK Cibona	480.000
KK Cedevisa	250.000

PRILOG 4.: Potpora događanjima

3. Potpora razvoju DMO-a

Projekti TZGZ podrazumijevaju čitav niz projekata i manifestacija koji su nastali unutar TZGZ, a najvećim su dijelom rezultat prijedloga i ideja djelatnika Turističkog ureda TZGZ i sugrađana. Projekti se tijekom godina nadograđuju, nadopunjuju novim sadržajima ili mijenjaju prateći nove trendove ili se uvode i osmišljavaju iz temelja novi projekti, a u suradnji sa stručnim organizacijama, društvima i udrugama uz pomno praćenje od strane djelatnika TZGZ.

Budući da se najvećim dijelom održavaju na otvorenim gradskim prostorima, na ulicama, trgovima te u gornjogradskim dvorištima, izazivaju pozitivne reakcije lokalnog stanovništva, ali i mnogobrojnih turista koji prepoznaju ovakav način prezentacije kulturnog, povijesnog i folklornog nasljeđa grada Zagreba.

Zbog povećanog interesa građana za besplatne razglede grada za Zagrepčane sredstva su povećana u odnosu na planirana. Kao i dosadašnjih godina TZGZ je uljepšala uskrсне blagdane Zagrepčanima i turistima te u suradnji s Podružnicom Zrinjevac postavila prigodnu uskrсну instalaciju s pripadajućim hortikulturnim uređenjem na Kaptolu ispred Katedrale. Na Uskrсни ponedjeljak je tradicionalno održana i Uskršnja folklorna večer u Gradskom kazalištu Komedija okupivši mnogobrojne turiste koji su uskrсне blagdane proveli u Zagrebu.

U okviru Zagrebačkog vremeplova uspješno su realizirani svi projekti koji se, u razdoblju od travnja do početka listopada održavaju na ulicama i trgovima središta grada te u parku Maksimir. Nastavljen je projekt Dvorišta kojim se otkrivaju neki od najljepših privatnih i javnih vrtova i dvorišta gornjogradskih palača te se kroz bogat glazbeni i umjetnički program u autohtonoj i intimnoj atmosferi na zanimljiv i inovativan način promovira jedinstveni povijesno-urbani kompleks Gornjega grada. U čast Dana grada Zagreba TZGZ je već tradicionalno darivala građane i turiste besplatnim tematskim razgledima grada. Tom prilikom podijeljena su i licitarska srca svim sudionicima.

TZGZ se i ove godine uključila u projekt Novogodišnjeg koncerta Tamburaškog orkestra HRT-a pod nazivom Valceri, polke i druge špelancije. Koncert je održan 1. siječnja 2017. godine u HNK u nazočnosti velikog broja inozemnih posjetitelja koji su novogodišnje praznike provodili u Zagrebu. Realiziran je i međunarodni festival turističkog filma Zagreb Tourfilm festival na kojem je prikazan bogati program ponajboljih svjetskih turističkih filmova.

U kolovozu je realiziran novi projekt Opatovina Music Jam s ciljem oživljavanja živopisne ulice Opatovina, a instalacijom Floraart u Tunelu Grič dodatno je oplemenjen program 52. međunarodne izložbe cvijeća Floraart. Izrađena je programsko-prostorna studija Akupunktura grada u svrhu novih ideja i mogućih uspostavljanja trajnih novih vizura Zagreba kao prepoznatljivih i suvremenih atrakcija. Za veliku multimedijalnu izložbu Croatia je Hrvatska koja se održala u Tunelu Grič ostvarena je institucionalna i partnerska suradnja s Croatia osiguranjem. Ostali projekti unutar Projekata TZGZ provedeni su prema planu.

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 2017. godini financijski podržala inicijative DMK, turoperatora, nacionalnog avioprijevoznika Croatia Airlines i ostalih avioprijevoznika kao što su kanadski Air Transat i britanski Monarch.

Zagrebačkim destinacijskim menadžment kompanijama dana je potpora za nastup na turističkim sajmovima u organizaciji HTZ-a, a TZGZ se uključila i u organizaciju studijskih posjeta njihovih poslovnih partnera - predstavnika stranih putničkih agencija. Od posebnog interesa su bile i suradnje s DMK Kompas Zagreb za izradu promotivnih materijala u kojima je naglasak dan na Advent u Zagrebu, s DMK Obzor putovanja za promociju paket aranžmana u vrijeme Adventa u Zagrebu i charter let iz Sofije, te s DMK Atlantis Travel za nastup na turističkim sajmovima i poslovnim radionicama u Gruziji, Azerbajdžanu i Kazahstanu. Nastavljena je uspješna suradnja s Croatiom Airlines u svrhu promocije avio linija za Zagreb, s posebnim naglaskom na nove sezonske aviolinije iz Stockholma, Osla, Helsinkija i Bukurešta te linije iz Barcelone i Lisabona koje su produžene i na period Adventa. Uz financijsku potporu, nacionalnom prijevozniku omogućen je i zajednički nastup na sajmu SITC Barcelona, zajedničke prezentacije u Skandinaviji, Lisabonu i Barceloni, a pružena je i potpora u organizaciji studijskih posjeta prodajnih predstavnika Croatia Airlinesa.

Uspješno je nastavljena suradnja i s korejskim turoperatorom Kal Tour - Hanjin Travel Service za kojeg je i u 2017. godini organiziran folklorni doček charter letova.

S obzirom na otvaranje novih sezonskih letova iz Londona i Manchestera za Zagreb, za promociju letova na britanskom tržištu dana je financijska potpora britanskom avioprijevozniku Monarch i održana je zajednička prezentacija u Londonu. Nažalost, usprkos dobroj prodaji i najavama prijevoznika da će se letovi produžiti na cijelu godinu, oni su zbog stečaja firme obustavljeni u listopadu.

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 stranih agencijskih gostiju (27% više noćenja tijekom prosinca tj. Adventa i 12% više noćenja na razini cijele 2017. godine). Zajednička promotivna kampanja s kanadskim avioprijevoznikom Air Transat pridonijela je povećanju broja dolazaka (+26%) i noćenja (+25%) kanadskih gostiju, a kampanja s Monarch Airlinesom povećanju broja dolazaka(+18%) i noćenja (+21%) gostiju iz Velike Britanije.

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 2017. godini Kongresni ured je evidentirao 300 skupova (271 u 2016. godini) s ukupno 55.346 sudionika. U 2016. godini evidentirano je 33.949 sudionika. U skladu s Programom rada i financijskim planom za 2017. godinu Kongresni ured Turističke zajednice grada Zagreba pružio je pomoć organizatorima pri podnošenju kandidatura, i dao potporu za organizaciju 109 skupova. U 2017. godini potvrđeno je 9 kandidatura za skupove koji će se održati u razdoblju od 2018. – 2020. 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.: Kandidature za stručne skupove i potpore skupovima; Popis održanih skupova prema evidenciji TZGZ.

6. Projekt : Volim Zagreb

Nastavljeno je s provođenjem ekološko edukativnog projekta Volim Zagreb i tijekom 2017. godine. Aktivnosti su provedene sa istim dosadašnjim ciljem: nastavak poticanja svih relevantnih subjekata da se aktivno uključe u očuvanje turističkog prostora, unapređenja turističkog okruženja, zaštitu čovjekova okoliša, kulturnog, etnološkog i povijesnog nasljeđa te održivog razvoja.

U projektu su sudjelovale: Policijska uprava Zagrebačka, Gradski ured za obrazovanje, kulturu i šport te ekološko-edukativne udruge koje svoje djelovanje temelje na podizanju svijesti o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora.

TZGZ je provela i natječaj za najbolje likovno i literarno djelo za osnovne škole i dječje vrtiće pod nazivom Proljeće u mom Zagrebu. U okviru projekta djeca od najranije dobi usvajaju saznanja o neprolaznim vrednotama svoga grada, 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. Sredstva nisu ostvarena za Dječji ljetni kamp. TZGZ je sudjelovala i u projektu Dani dječjih vrtića grada Zagreba podijelivši im sadnice.

PRILOG 6.: Volim Zagreb

7. Maketa grada Zagreba

Sredstva planirana u 2017. 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.

Seminari, studijska i stručna putovanja

Budući da nije bilo potrebe, sredstva nisu realizirana.

Susreti s partnerima

Održana su dva susreta s novom generacijom turističkih vodiča s ciljem jačanja suradnje i pružanja potpore u radu.

Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza

Ostvarena je potpora za gostovanje Muzeja prekinutih veza u Heidelbergu (Njemačka) u tamošnjem interkulturalnom centru. Muzej prekinutih veza na ovaj način promovirao je muzej u Zagrebu kao originalni turistički sadržaj, a bila je to i prilika za promociju Zagreba kao atraktivne turističke destinacije za posjetitelje iz regije Baden-Wurttemberg.

9. Projekt – Izbor zagrebačkog suvenira

Projekt izbora novog, dizajniranog zagrebačkog suvenira osmišljen je s namjerom da se unaprijedi kvaliteta Zagreba kao turističke destinacije u vidu ponude različitih proizvoda suvenirske tipologije te da se kreira svojevrsni dodatni kanal promocije grada. Kroz afirmaciju novih ideja u promišljanju

autentičnog suvenira Zagreba, namjera je bila pokazati mogućnosti kvalitativnog napretka proizvodnje u turističkom sektoru, a projekt bi također trebao potaknuti jače povezivanje zagrebačkih dizajnera, primijenjenih umjetnika i obrtnika s dionicima turističkog sektora.

Organizator projekta je neprofitna udruga Dizajn centar Zagreb koji je, u suradnji s Turističkom zajednicom grada Zagreba, u 2017. godini proveo drugu fazu aktivnosti. Prva faza realizirana je tijekom 2016. godine kada je provedeno terensko istraživanje i dokumentiranje zatečenog stanja suvenirne ponude u Zagrebu, selekcija postojeće dizajnerske produkcije u Hrvatskoj u području suvenira te ostale pripremne radnje za nastavak projekta. U 2017. godini dovršene su planirane aktivnosti - proveden je natječaj temeljem javnog poziva na sudjelovanje u projektu, a selekcija odabranih autorskih radova, od kojih su oni koje je žiri proglasio najboljima nagrađeni i novčanim nagradama i priznanjima, predstavljena je u lipnju na izložbi „Piece of Zagreb – Komadić Zagreba“ u privremenoj galeriji u Bauerovoj ulici 9, u sklopu festivala Design District Zagreb.

10. Zdravstveni turizam

U 2017. godini započete su značajnije aktivnosti s ciljem razvoja zdravstvenog turizma u Zagrebu. Na HTI konferenciji u Rovinju (28.2.-2.3.) Zagreb je nastupio kao dijamantni sponzor, a najavljeno je i održavanje HTI konferencije u Zagrebu od 1.-3. ožujka 2018. godine, što će pomoći pozicioniranju Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma.

Slijedom toga, Turistička zajednica grada Zagreba nastupila je 2017. godine i na specijaliziranim sajmovima/kongresima zdravstvenog turizma u Milanu (Intercare; 25.-27.5.) te u Los Angelesu (WMTC; 2.-4.10.).

S ciljem podizanja svijesti o Zagrebu kao destinaciji zdravstvenog turizma, otisnuto je i posebno izdanje HTI News časopisa s editorijalom o Zagrebu kao centru medicinske izvrsnosti. Časopis se distribuirao na specijaliziranim sajmovima zdravstvenog turizma, kao i nekim B2C sajmovima diljem svijeta.

Također, ostvarena je i suradnja s facilitatorskim agencijama i klinikama u vidu sponzoriranja razgleda grada, noćenja i/ili obroka za njihove partnere/agente iz područja zdravstvenog turizma.

Nastavljen je i rad na izradi strategije pozicioniranja na tržištu u području zdravstvenog turizma (Medical Tourism Feasibility Study and Market Penetration Strategy) u suradnji s Medical Tourism Association.

11. 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.

12. Potpore marketinškim projektima

Turistička zajednica grada Zagreba je u 2017. godini dala potpore za dva projekta: Internetski portal Zagrebački muzeji i interaktivni vodič Groblje Mirogoj.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije

U 2017. godini Turistička zajednica grada Zagreba nastavila je s oglašavanjem putem Google AdWords oglašivačke mreže 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 kojom je započela 2008. godine. Sukladno tome, na web stranicama Turističke zajednice grada Zagreba kreirane su tzv. „landing stranice“ – stranice kreirane posebno za pojedine kampanje na koje korisnik dolazi preusmjeren određenom kampanjom na tražilici ili sadržajnoj mreži. Informacije vezane uz Google AdWords kampanje nalaze se u prilogu.

TZGZ je na servisu YouTube, dostupnom u Hrvatskoj i u ostatku regije od 2014. godine, oglašavala i ove godine s dva video uratka: Make the Moment #Zagreb koji je pregledalo 4.021,337 korisnika i to na tržištima Mađarske, Srbije, Slovenije, Francuske, BiH, Njemačke, Italije, Španjolske, Velike Britanije i Austrije, i Advent in Zagreb - Save the best for December koji je pregledalo 497.401 korisnika i to na tržištima Španjolske, Njemačke, Francuske, Italije, Austrije i Velike Britanije.

Promocija niza događanja u Zagrebu provedena je kroz ljetnu tzv. Zagreb Summer Tour i zimsku-Advent in Zagreb kampanju na vodećim portalima u ciljanim zemljama te na mobilnim platformama. Također, rađena je promotivna kampanja za web stranicu www.lovezagreb.hr s ciljem upoznavanja posjetitelja s turističkom ponudom grada Zagreba kroz zanimljive blog postove lokalnih blogera. 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 značajnosti tržišta. Uz navedene kampanje rađena je i posebna kampanja za Europsko prvenstvo u rukometu za muškarce održanom u Zagrebu. Tržišta i ciljana publika odabrani su u suradnji s Hrvatskim rukometnim savezom i prema rasporedu odigranih utakmica, odnosno reprezentacija koje su svoje dvoboje odigravale u Zagrebu.

Zagreb Summer Tour kampanja provedena je na portalima i na mrežama portala u Njemačkoj, Italiji, Srbiji, Francuskoj, Sloveniji, Poljskoj, Češkoj, Rumunjskoj, Danskoj, Švedskoj i Norveškoj, a Advent in Zagreb kampanja provedena je na portalima i mrežama portala u Italiji, Velikoj Britaniji, Francuskoj, Belgiji, Nizozemskoj, Portugalu i Španjolskoj. Promocija na internet portalima i mrežama portala odvijala se putem banneri, advertorijala i sadržajnih oglasa, a koji su se prikazivali na istima u dogovorenom periodu.

Na web adresi www.lovezagreb.hr, tzv Social Hub-u, koji je posvećen korisnicima i objedinjava sadržaj generiran od strane korisnika te tematske blog postove posvećene zagrebačkim atrakcijama, običajima, delicijama i slično mjesečno su objavljivani novi tekstovi. U 2017. godini napravljen je redizajn stranica te dodane nove funkcionalnosti u CMS radi lakšeg unosa i pregleda tekstova. Za potrebe stranica u prošloj godini producirani su i kratki vlogovi (video blogovi) koji na zanimljiv način prezentiraju posebnosti Zagreba.

Također, u 2017. 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 tri nove rute nazvane Craft, Street Art i Great Croats. Na spomenutim rutama posjetiteljima Zagreba ponuđene su lokacije sa hrvatskim craft pivom, zanimljivim uličnim muralima i lokacije povezane sa hrvatskim povijesnim velikanima. Craft lokacije predložio je Nick Colgan iz Garden Brewery, uličnu umjetnost Boris Bare iz Pimp my Pump, a hrvatske velikane predstavio je poznati televizijski voditelj Robert Knjaz. Aplikacija je dostupna na Android i iPhone uređajima za koje je rađena i prilagodba za novije verzije njihovih sustava. ZagrebBeThere aplikacija 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 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 dodane su, kroz mjesec prosinac, Advent Zagreb i Sweetmas ruta koje su korisnike vodile kroz najznačajnija adventska događanja u gradu i poznate slastičarne koje je odabrala poznata hrvatska slastičarka Petra Jelenić. Za potrebe aplikacije provedene su i marketinške kampanje na društvenim mrežama i Google oglasnoj mreži.

Time Out Zagreb aplikacija za IOS nadograđena je novim sadržajem.

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

Google+, LinkedIn, Pinterest, Instagram, a YouTube profil konstantno je nadopunjavan novim filmovima.

Nastavljeno je i s oglašavanjem na društvenim mrežama Facebook i Instagram. **Instagram** - Početkom 2017. godine broj fanova iznosio je 7.300 dok je početkom 2018. iznosio 13.500. 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. Instagram profil se pokazao kao odličan kanal komunikacije za još bolje povezivanje s fanovima, odnosno turistima i građanima grada Zagreba.

Facebook - na Facebook-u se bilježi konstantan porast broja fanova. Početkom 2017. broj fanova je bio 47.040, a početkom 2018. 54.000 s konstantnom tendencijom rasta. Fanovi dolaze ponajviše iz: Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Njemačke, SAD, Italije, Srbije, Makedonije, Austrije, Slovenije, Mađarske. 63% fanova čine žene, a 36% 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 2018. godine je 10.230, što je porast od 2.030 followera u odnosu na početak 2017. 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 200 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 treću godinu zaredom.

1.2. **Newsletter i B2B Alert obavijesti**

Osnovna funkcija newslettera TZGZ je redovito obavještavanje 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 povećala se u odnosu na prošlu godinu te broji više od 15.000 adresa, a isti se šalje jednom mjesečno.

B2B Alert (Zagreb Travel News) ima osnovnu funkciju pravodobnog obavještavanja stranih agencija i turoperatora o najvažnijim događanjima u Zagrebu. Isti se šalje ovisno o broju značajnijih događanja u gradu također na više od 15.000 adresa.

U 2017. godini napravljen je redizajn samog Newslettera koji je obuhvatio promjenu izgleda + dodavanje nove kategorije za vlogove (video blog) koji se izrađuju u sklopu projekta Love Zagreb.

Manji broj tekstova i dužina istih te smanjenje isporuke B2B Alerta rezultiralo je neostvarivanjem planiranih sredstava.

1.3. **Internet stranica i upravljanje internet stranicama**

U 2016. godini Turistička zajednica grada Zagreba razvila je potpuno nove adventske web stranice www.adventzagreb.com i njima se upravlja iz posebno razvijenog web administratora – CMS-a (Content Management System) tzv. Tourist Info CMS. U 2017. godini nastavljeno je s izmjenama i prilagodbama stranice kako bi se zadovoljile potrebe što kvalitetnije prezentacije svih događanja u sklopu Adventa. Sadržaj stranica je mijenjan sukladno novim SEO trendovima, i to u smislu izmjena u navigaciji stranicama kao i izmjenama u samom sadržaju stranica. Nastavljeno je i sa unapređivanjem Web administratora – CMS (Content Management System) tzv. Tourist Info CMS za www.infozagreb.hr stranice kako bi se olakšalo upravljanje sadržajem i uređivanje stranica.

Google Analytics statistički alat, koji koristi TZGZ za obradu podataka, pokazuje da je u 2016. godini web stranicu www.infozagreb.hr posjetilo ukupno 2,800,230 posjetitelja koji su pregledali 4,281,860 stranica. Razlog rasta broja pregleda stranica u odnosu na prethodnu godinu je u povećanom turističkom interesu za grad Zagreb. Također, razlog povećanog broja posjeta stranicama su i povećani naponi u promociji turističke ponude grada Zagreba. Web stranicu www.meetinzagreb.hr posjetilo je ukupno 12,079 posjetitelja koji su pregledali 28,960 stranica što predstavlja pad u odnosu na prošlu godinu i ukazuje na potrebu redizajna stranica kao i potrebu ulaganja u promoviranje Zagreba kao kongresne destinacije. Naime, u prošloj godini smanjeno je ulaganje u oglašavanje www.meetinzagreb.hr stranica što je i najviše pridonijelo smanjenim brojem posjeta.

U 2017. godini napravljen je i kompletni redizajn www.lovezagreb.hr stranica. Uz promjenu dizajna napravljena je nova kategorizacija blogova te dodana funkcija unosa vloga (video blog).

Specijalizirane stranice i mikrostranice u vlasništvu TZGZ kao www.zagrebplaces.com, www.betherezagreb.com, 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 na sljedećoj poveznici <http://www.tzgz.hr/dokumenti>.

Zbog povećanog broja prijevoda za potrebe web stranica www.adventzagreb.com premašen je iznos potrošenih sredstava u odnosu na planirana.

Na internetskim stranicama www.tzgz.hr Turistička zajednica grada Zagreba u prošloj godini razvila je sustav online prijave projekata za sufinanciranje čime je omogućena jednostavnija, objektivnija i sustavnija procjena projekata i dodjela sredstava. Sustav će omogućiti kontinuirano praćenje,

objektivno i intuitivno ocjenjivanje te pregled statistike koja će olakšati analizu i buduće planiranje samog procesa. Ujedno sustav omogućava lakšu prijavu i pregled projekata samom korisniku odnosno prijavitelju.

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 2017. godini oglašavala turističku ponudu grada Zagreba kroz offline komunikacijske kanale: radio, časopisi, novine, oglasne pozicije na javnom prijevozu, billboard i citylight plakati na glavnim emitivnim turističkim tržištima. Poseban naglasak je stavljen na oglašavanje proljetno-ljetnih događanja (Zagreb Summer Tour 2017), projekta Zagreb Card, manifestacija Festival svjetla Zagreb, Bijela noć i Adventa 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 (Hotel Dubrovnik, Pirnat d.o.o. Hostel Swanky Mint, HUP - Zagreb d.d., Hotel Rebro d.o.o., Turopolis d.o.o. - Hotel Aristos, Phoenix Capitis d.o.o. - Hotel Phoenix), DMK agencijama i avioprijevoznicima (Eurowings, Croatia Airlines, Destinacija senzacija., Btravel, Wayoudo i Uniline) realizirala zajedničke promotivne kampanje.

Uspješnost zajedničkih promotivnih kampanja potvrđuju statistički podaci - veća popunjenost smještajnih kapaciteta u 2017. godini (+15% noćenja u hotelima, +15% noćenja u hostelima).

Ostvarene su i samostalne promotivne offline kampanje. Proljetno-ljetna kampanja pod nazivom Zagreb Summer Tour ostvarena je tijekom svibnja i lipnja putem billboard i citylight oglašavanja u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji i BiH, radio kampanje u Sloveniji i Italiji te oglašavanjem zagrebačke turističke ponude na oglasnim panoima na hrvatskim plažama od lipnja do kraja rujna. Statistički podaci o porastu broja dolazaka i noćenja s ciljanih tržišta tijekom ljetnih mjeseci su najbolji pokazatelj učinkovitosti kampanje (npr. lipanj 2017.: +26% dolazaka i +30% noćenja gostiju iz BiH, +10% dolazaka i +18% noćenja gostiju iz Italije, +28% dolazaka i +19% noćenja gostiju iz Slovenije, +12% dolazaka i +6% noćenja gostiju iz Srbije).

Zimska offline kampanja pod nazivom Advent u Zagrebu ostvarena je tijekom studenog i prosinca putem OOH oglašavanja (billboard, citylight, javni prijevoz) u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Austriji, BiH i Italiji te putem radio kampanje Advent u Zagrebu koja je realizirana u Hrvatskoj, BiH i Italiji.

Podaci o broju dolazaka i noćenja gostiju s ciljanih tržišta tijekom prosinca potvrđuju uspješnost realizirane kampanje (npr. +54% dolazaka i +40% noćenja gostiju iz Austrije, +18% dolazaka i +23% noćenja gostiju iz Italije, +13% dolazaka i +9% noćenja gostiju iz BiH, +7% dolazaka i +10% noćenja gostiju iz Hrvatske).

Uz to, na domaćem tržištima u regiji (Srbija, Slovenija i BiH) su realizirane mini kampanje vezane za događanja Festival svjetla i Bijela noć, a dodatno je na području Zagreba komunicirana titula Lonely Planeta „Best in Europe 2017“ te Zagreb card kartica koja je zahvaljujući jačoj promotivnoj akciji ostvarila porast prodaje od 20% u odnosu na rezultate iz 2016.

U 2017. godini nastavljena je i suradnja s aviokompanijom Turkish Airlines koja ima kao cilj promociju Adventa u Zagrebu na dalekim tržištima. Informacija o Adventu u Zagrebu uključena je u newsletter koji se distribuira kroz njihovu mrežu i komunicirana putem društvenih mreža Turkish Airlinesa. Tijekom prosinca su zajednički organizirana studijska putovanja za turističke agente iz Japana, Malezije, Tajlanda i Filipina. Agenti su bili iznimno zadovoljni viđenim na terenu i izrazili interes za uključivanje Adventa u Zagrebu u njihove zimske programe.

Dodatno, kako bi se pojačala prisutnost Zagreba u prodajnim kanalima turističkih agencija na području SAD-a, nastavljene su aktivnosti u Virtuoso mreži (webinar) te je u suradnji s HTZ-om, TZ Šibensko-kninske županije i TZ Ličko-senjske županije dogovoreno i realizirano strateško partnerstvo u promociji putem Signature mreže, s fokusom na B2B aktivnostima (networking event, oglašavanje u online i offline publikacijama). Osnovni benefit suradnje sa Signature mrežom je pristup 6.000 agenata koji generiraju više od 7 milijuna USD prihoda od prodaje, a klijenti su im viša srednja i visoka klasa potrošača te luksuzni segment. Ova aktivnost rezultirala je značajnim povećanjem dolazaka (+27%) i noćenja (+26%) s tržišta SAD-a već u 2017. godini, a sigurno će se odraziti i na rast u narednom periodu.

2.2. Suradnja s HNS - om

Suradnja s HNS-om ostvaruje se u svrhu korištenja promotivnih minuta i oglašivačkog potencijala u Hrvatskoj i inozemstvu putem stadionskih LED ekrana, rotacijskih banneri uz teren, press panoa tijekom konferencija za novinare HNS-a, oglašavanja na web stranici HNS-a i ostalim službenim materijalima. Ova izuzetna suradnja dodatno se nadograđuje mogućnošću korištenja reprezentativne vrste za promotivne nastupe TZGZ-a, a sve u svrhu pozicioniranja Zagreba te nadogradnju ukupnoj promociji.

2.3. Promotivni panoi i displeji

Tijekom godine naručivano je više vrsta promotivnih panoa tj. banneri (roll up banneri, pop up rastezalice većih dimenzija, banneri isprintani na tekstilu) različitih motiva koji su korišteni za potrebe nastupa Turističke zajednice grada Zagreba na turističkim sajmovima i posebnim prezentacijama te prilikom predstavljanja medijima i turističkoj industriji. Tako su npr. izrađivani banneri za promociju događanja poput Festivala svjetla i Bijeće noći, zatim Zagreb Carda, medicinskog turizma, ljetne promotivne kampanje Zagreb Summer Tour i manifestacije Advent u Zagrebu te za potrebe nastupa na prezentacijama u Stockholmu, Oslu i Helsinkiju povodom uvođenja direktnih avio linija Croatia Airlinesa za Skandinaviju. Dio sredstava korišten je i za tisak PVC naljepnica s logotipom TZGZ-a za uređenje info pultova na sajamskim nastupima.

2.4. Promotivni panoi i displeji / kongresni ured

Za aktivnosti u 2017. godini, uz ranije izrađene promotivne panoa producirana su i dva nova roll up banneri (kongresni i incentive) za korištenje na kongresnim burzama i radionicama.

2.5. Idejna rješenja novih oglasa / kongresni ured

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

2.6. Opće oglašavanje

Promocijske aktivnosti usmjerene su prema suradnji s medijima kroz objavljivanje oglasa u tisku, uvjetovanjem objave PR tekstova i 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.

2.6.1. Oglašavanje u tisku

S ciljem informiranja o događanjima u Zagrebu te pozicioniranja Zagreba kao atraktivne turističke destinacije, Turistička zajednica grada Zagreba je tijekom 2017. godine objavljivala oglase i PR tekstove u domaćim i stranim tiskanim medijima. Većina oglasa bila je popraćena i besplatnim PR člancima o Zagrebu.

Plasirani su oglasi i u katalozima najvažnijih njemačkih turoperatora FTI i TUI, te češkog turoperatora Kompas Praha.

Turistička ponuda grada Zagreba (posebno proljetno-ljetna događanja te Advent u Zagrebu) predstavljeni su i u inozemnim tiskanim medijima namijenjenima širokoj publici. Putem PR agencije Hills Balfour na području Velike Britanije zakupljen je oglasni prostor i plasirani su advertorijali u izdanjima Lonely Planet, Select Traveller, TTT magazine.

Putem PR agencije Vailati&Savarro realizirano je oglašavanje u tiskanim medijima na području Italije (F, Bell'Europa, Bell'Italia, Natural Style, inViaggio, Itinerari e Luoghi, Traveller).

Od posebnog značaja je i objava oglasa Advent u Zagrebu u listopadskom izdanju Lufthansa Inflight magazina čiji je doseg više od 1,38 milijuna čitatelja.

U domaćim medijima namijenjenim stranim posjetiteljima (Zagreb in your pocket, Insight design guide, Esplanade magazine) poseban naglasak je dan na promociju Zagreb Card kartice, dok su u stranim medijima iz regije (World Horizons, Putovanja za dvoje, Glossy Srbija) 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 2017. godini ostvaren veći broj noćenja s tržišta na kojima se TZGZ intenzivnije oglašavala (npr. Njemačka +15%, Velika Britanija +18%, Italija +10%) te da je povećan broj noćenja i agencijskih (+10%) i individualnih posjetitelja (+17%) ocjenjujemo da je oglašavanje bilo uspješno.

PRILOG 7.: Oglašavanje

2.6.2. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni ured

Kongresni ured oglašavao je u 18 kongresno-incentive publikacija i online izdanja koja pokrivaju globalno tržište, kao i tržišta Europe, Sjeverne Amerike, Azije i Hrvatske 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

2.6.3. TV Oglašavanje

Emitiranje promidžbenih emisija TZGZ-a tijekom 2017. 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.

2.7. Brošure i ostali tiskani materijal

Sukladno Programu rada i financijskom planu tijekom godine su obavljene aktivnosti vezane uz planiranje, organizaciju izrade i izdavanje različitih tiskanih promotivnih materijala koji se uglavnom koriste pri predstavljanju Turističke zajednice grada Zagreba na brojnim turističkim i kongresnim sajmovima te na posebnim prezentacijama. Pored toga, tiskani materijali dijele se posjetiteljima putem turističkih informativnih centara i smještajnih objekata, zatim posredstvom gospodarskih i sportskih organizacija i saveza, sportskih klubova, državnih institucija, udruga i drugih organizatora

brojnih raznovrsnih događanja u Zagrebu, u Hrvatskoj i inozemstvu.

Nastavljeno je tiskanje brošura s osnovnim promidžbeno-informativnim sadržajima i u više jezičnih mutacija, namijenjenih širokoj distribuciji: „Zagreb - sve boje grada“, „Korak po korak“ i „Zagrebačka okolica“. Također je dovršena produkcija grafičke pripreme za novu opću brošuru na hrvatskom i engleskom jeziku (započeta u 2016. g.), a potom organizirano njeno prevođenje na 7 dodatnih stranih jezika. Slijedom navedenog krajem godine je organiziran i tisak prve naklade nove brošure za ukupno 9 jezičnih verzija. Nova opća brošura osim novog vizualnog rješenja donosi i promjenu u sadržajnom smislu u odnosu na prethodnu opću brošuru „Zagreb – sve boje grada“, s obzirom da tematski zapravo pokriva sadržaj dvaju dosadašnjih izdanja – opće brošure i brošure o zagrebačkoj okolici. Na toj stavci potrošeno je nešto više od planiranog budući da se nije mogao unaprijed preciznije odrediti očekivani trošak pojedinačnog primjerka brošure, a s obzirom na novu vrstu proizvoda i njegove specifičnosti.

Nastavljeno je i kontinuirano izdavanje mjesečnika „Program priredaba“ vezanog uz cjelokupnu ponudu događanja u gradu uz brojne korisne informacije i kontakte. Mjesečnik se tiska na hrvatskom i engleskom jeziku te distribuira putem turističkih informativnih centara i brojnih smještajnih objekata. Osim spomenutih mjesečnika tiskan je i godišnji vodič posvećen događanjima - „Zagreb Culture & Events Guide 2017“. Prema konceptu usvojenom prethodne godine brošura je obuhvatila izdvojena događanja u 2017. godini s jedne strane, te pregled muzeja, galerija i zbirki s druge. Također je nastavljeno naručivanje planova grada u formi letka za koje planirana sredstva ipak nisu u potpunosti realizirana, budući da su preostale zalihe dostatne, a krajem godine naručena je i nova tzv. adventska karta grada. Posljednjih godina, na specijaliziranim kongresnim burzama i radionicama primijećen je značajan pad interesa za tiskano izdanje kongresne brošure. S obzirom da ipak postoji jedan broj kupaca koji preferira brošuru, izvršen je dotisak kongresne brošure „Meeting Planner's Guide“ u manjoj količini.

Tijekom godine naručeno je umnožavanje DVD-a s novim promotivnim filmom „Zagreb is...“ te dodatno za potrebe planiranih promotivnih aktivnosti vezanih uz Advent, umnožavanje DVD-a s prigodnim novim videom „Advent in Zagreb“.

Za potrebe promocije manifestacije Zagrebački vremeplov ponovno je organizirana izrada i tisak istoimene brošure na hrvatskom i engleskom jeziku, pri čemu se zadržao isti prepoznatljivi format i vizualni koncept.

Turistička zajednica grada Zagreba podržala je i nova izdanja posebnih turističkih novina koje predstavljaju raznoliku turističku ponudu grada - „Zagreb4You“ i „Zagreb Times“, zatim novo dopunjeno izdanje gastro vodiča „Eat Zagreb“ na engleskom jeziku, „Zagreb Gay Guide“ vodiča, kao i tisak promotivnih letaka Parka prirode Medvednica i knjige Made in Ilica.

Uz navedeno, ostvarena je i suradnja pri izdavanju posebnog broja specijaliziranog britanskog časopisa Time Out - Time Out Zagreb Visitors' Guide 2017, namijenjenog jačanju promocije Zagreba kao atraktivne city break destinacije.

PRILOG 8.: Brošure i suveniri

2.8. Suveniri i promo materijali

Turistička zajednica grada Zagreba i u 2017. godini nastavila je s organizacijom višekratnih narudžbi suvenira i ostalih promotivnih proizvoda koji se koriste prilikom različitih promotivnih aktivnosti. Većina naručivanih artikala koristi u svom vizualu aplikaciju logotipa TZGZ-a ili prepoznatljivi motiv iz logotipa – licitarsko srce, pa su tako naručivane kemijske olovke, pamučne majice, metalni privjesci, magneti, vezice za mobitel/akreditacije, USB stickovi, papirnate vrećice i sl. Dio proizvoda posvećen je promociji mobilne aplikacije TZGZ-a Zagreb be there te je stoga korišten njen vizual pri izradi putnih jastučića, eko vrećica, oznaka za prtljagu, vezica za mobitel i promotivnih razglednica, dok je par suvenira bilo naručeno za potrebe promocije događanja kao što su Festival svjetla (pamučne majice sa svjetlećim otiskom) i Zagrebački vremeplov (plastična lepeza s aplikacijom zaštitnog motiva manifestacije).

Od svih proizvoda najviše je naručivano licitarskih srca s natpisom „Zagreb“ koji ujedno predstavljaju najprepoznatljiviji i najtraženiji suvenir u ponudi TZGZ-a.

Dio planiranih sredstava iskoristio se za izradu i kupnju prigodnih poklona za poslovne suradnike te agente i novinare koji su u Zagrebu boravili na studijskim putovanjima u prosincu, te također za promociju manifestacije Advent u Zagrebu. U tu svrhu naručeni su kalendari, rokovnici, adventske dekice, čokolade, ukrasi i magneti.

PRILOG 8.: Brošure i suveniri

2.9. Zagreb Card

Tijekom 2017. godine je ukupno prodano 2.623 Zagreb Card kartica, od čega 1.593 od 72h i 1.030 od 24h. Radi se o povećanju prodaje od 20% s obzirom na rezultate iz 2016.godine.

Poboljšanje prodaje rezultat je novog koncepta „all inclusive“ kartice koja uključuje besplatan prijevoz, gratis ulaz u dvije gradske atrakcije (Zoološki vrt i vidikovac Zagreb Eye), gratis ulaz u 4 muzeja (MSU, Muzej za umjetnost i obrt, Muzej prekinutih veza, Muzej grada Zagreba) te popuste

na više od 70 lokacija. Novi koncept kartice, uz promijenjenu cijenu (98 kn za 24h i 135 kn za 72h) stupio je na snagu 1. siječnja 2017.godine.

Radi racionalizacije troškova, ukinuta je Zagreb Card knjižica, a sve pogodnosti nabrojane su u letku i na web stranici www.zagrebcard.com.

Zagreb Card je predstavljen i u zajedničkoj promotivnoj ECM brošuri svih europskih gradova koji imaju „city card“ karticu pod naslovom European City Cards te uključen u ECM-ove promotivne aktivnosti u kampanji We love city cards (web, Facebook), a tijekom listopada je realizirana i billboard i citylight kampanja na atraktivnim lokacijama u gradu.

3. Smeđa signalizacija i info table

Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije tijekom 2017. godine odvijalo se sukladno trenutnim potrebama održavanja. Izrađene su nove table za Hrvatski željeznički muzej, Hrvatski glazbeni zavod i Kuću Šenoa.

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 dodjeljuju se nagradan putovanja u Zagreb, od kojih je u 2017. godini realizirano njih 10. Na filmskim festivalima te međunarodnim skupovima, TZGZ je u 2017. godini osvojila:

1. TZGZ – grad Zagreb – nagrada Best in Europe, Lonely Planet, Velika Britanija 2017.
2. TZGZ – Grad Zagreb – nagrada „Most Admirable Holiday“, od časopisa „U Magazine“, Hong Kong, 2017.
3. TZGZ – nagrada Best Christmas Market 2018. za Advent u Zagrebu, organizacija European Best Destinations, Bruxelles, Belgija, 2017.
4. TZGZ – priznanje za višegodišnju suradnju i doprinos razvoju i ugledu Nacionalne udruge hotelijera, UPUHH, Zagreb, 2017.

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi

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

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

U 2017. godini TZGZ je sudjelovala na ukupno 26 turističkih sajmova u 21 zemlji, od kojih 11 samostalno, a 15 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, FITUR Madrid i ATM Dubai; agenciji Atlantis travel za nastup na sajmu MITT Moskva; agenciji Atlas za nastup na sajmu FITUR Madrid; agenciji Ban Tours za nastup na sajmovima ITB Berlin i WTM London; HUP-u Zagreb za nastup na sajmu WTM London; agenciji Kompas Zagreb za nastup na sajmu FITUR Madrid; agenciji INCOMING EUROPE ADRIATIC za nastup na sajmu TTG Rimini; agenciji Penta Zagreb za nastup na sajmu ATM Dubai; agenciji PERFECTA TRAVEL za nastup na sajmovima WTM London i ITB Berlin; agenciji UNILINE za nastup na sajmovima FITUR Madrid i WTM London) te im je omogućen besplatan nastup u okviru samostalnih sajamskih nastupa TZGZ-a (agenciji Atlantis za nastup na sajmovima OTM Mumbai, ITE&MICE Hong Kong, ITB Asia; agenciji Obzor putovanja za nastup na sajmu Travel & Adventure Show Los Angeles; agenciji Abacus Tours za nastup na sajmu ITB Asia; agenciji Paraiso Mediterraneo za nastup na sajmovima B-travel Barcelona, T&AS Los Angeles, Travel Industry Expo Sydney; agenciji Tureta Travel na sajmovima OTM Mumbai, B-Travel Barcelona i ITB Singapur; agenciji Limea Travel za nastup na sajmovima ITB Shanghai i T&AS Los Angeles; agenciji Konoko za nastup na sajmu New York Times Travel Show; nacionalnom avioprijevozniku Croatia Airlines za nastup na sajmovima B-Travel Barcelona i New York Times Travel Show).

Nastupi na turističkim sajmovima, posebice onima na dalekim tržištima (SAD, Kanada, Indija, Singapur, Japan, Južna Koreja, Kina te po prvi put Australija) ocjenjeni 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 dostavljani promotivni materijali.

Naknadno utvrđena obveza plaćanja hrvatskog PDV-a pri zakupu i opremi štandova u inozemstvu utjecala je na povećanje rashoda na stavkama pojedinačnih samostalnih sajmova (Australija). Uz to, temeljem nove izravne sezone aviolinije Croatia Airlinesa Stockholm - Zagreb i velikog potencijala švedskog tržišta, posebno u segmentu seniora, u plan se naknadno dodao samostalni sajam Senior Massen u Švedskoj.

PRILOG 9.: 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 šest 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 11.: Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

2. Posebne prezentacije – radionice

2.1. Posebne prezentacije – radionice

Turistička zajednica grada Zagreba je u 2017. godini predstavila turističku ponudu grada Zagreba na ukupno 21 prezentaciji te poslovnim radionicama u 16 zemalja. Posebne prezentacije i radionice održane su u suradnji s HTZ-om (Sell Croatia), hrvatskim diplomatskim predstavništvima, stranim PR agencijama. Posebno se ističu prezentacije turističke ponude grada Zagreba koje su održane u Oslu (6. travnja, u suradnji s Croatia Airlines i TZG Dubrovnika, povodom uvođenja nove aviolinije Zagreb-Oslo), Londonu (12. travnja, gastro prezentacija Zagreba), Helsinkiju i Stockholmu (25. i 26. travnja, u suradnji s Croatia Airlinesom, povodom uvođenja novih linija Zagreb-Helsinki i Zagreb-Stockholm), Kini (23. i 25. svibnja u Shanghaiju i Hong Kongu, zajednička radionica s HTZ-om te Slovenskom turističkom zajednicom za kinesko tržište), Jakarti i Beirutu (5. travnja i 12. listopada u suradnji s Turkish Airlinesom), Sydneyu i Melbourneu (20. i 25. srpnja tijekom sajma Travel Industry Expo Sydney/Melbourne), Las Vegasu (12.-18. kolovoza, Virtuoso workshop, sastanci i radionica s predstavnicima američkih turističkih agencija), Hollywood, Florida (27. studeni - 1. prosinca USTOA

konferencija - u suradnji s HTZ-om) te promocija manifestacije Advent u Zagrebu u Barceloni i Lisabonu (18. i 19. listopada u suradnji s Croatia Airlinesom).

Povećana aktivnost u promociji putem posebnih prezentacija i poslovnih radionica te porast broja dolazaka i noćenja s ciljanih tržišta pokazuje da su dodatna ulaganja u promociju na ciljanim tržištima opravdana (npr. Kanada +26 % dolazaka, Kina +36% dolazaka, SAD +27% dolazaka, Rusija +16% dolazaka, Japan +28%, Indija +66%, Australija +39%). S obzirom na povećani interes partnera za uključivanje Zagreba u svoje programe kružnih i city break putovanja, u narednom periodu očekuje se nastavak rasta broja dolazaka i noćenja.

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 (Frankfurt), Sell Croatia MICE (London), EPEX@WOW (Delhi), Partance Winter Workshop (Pariz). U sklopu studijskog putovanja koje je organizirano za francuske MICE agente, u suradnji s agencijom Partance, organizirana je i poslovna radionica za predstavnike zagrebačke kongresno-incentive ponude. U okviru organizacije studijskog putovanja za organizatore kongresa s suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i TZ Opatija, organizirana je i poslovna radionica za predstavnike hrvatske kongresne industrije.

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 2017. Zagreb je posjetilo 98 studijskih grupa s ukupno 218 novinara iz 39 različite zemlje, a najviše studijskih grupa bilo je iz: Velike Britanije, Italije, Nizozemske, Švedske i Njemačke. Od ukupnog broja studijskih posjeta, bilo je 9 TV ekipa sa 32 osobe.

Detaljan popis novinara po zemljama prikazan je u tablici.

Država	Broj studijskih posjeta	Broj osoba
Argentina	2	7
Austrija	4	7
Bahrein	1	1
Belgija	2	3
Brazil	1	4
Češka	1	2
Danska	2	4
Egipat	1	1
Filipini	1	8
Finska	2	6
Francuska	4	11
Hrvatska	2	3
Hong Kong	2	4
Indija	1	2
Indonezija	1	12
Italija	7	16
Japan	2	4
Jordan	1	1
Koreja	1	2
Kina	4	5
Malezija	1	1
Nizozemska	5	11
Njemačka	5	5
Norveška	2	4
Palestina	1	1
Poljska	3	6
Portugal	1	2
Rusija	3	13
SAD	4	7

S. Arabija	1	1
Singapur	3	4
Španjolska	4	10
Švedska	5	8
Švicarska	2	2
Turska	1	2
Taipei	2	4
Tajvan	1	2
UAE	1	3
Velika Britanija	11	29
UKUPNO	98	218

Od ukupnog broje studijskih posjeta bilo je 9 TV ekipa s 32 pax:

Država	Broj TV ekipa	Broj osoba
Filipini	1	8
Francuska	2	6
Italija	2	7
Japan	1	3
Nizozemska	1	4
Rusija	1	2
Tajvan	1	2
UKUPNO	9	32

Za domaće novinare organizirane su četiri konferencije za medije s ciljem upoznavanja javnosti s planovima za 2017. godinu. Na tri konferencije su bile predstavljene novi ili značajni projekti u 2017. godini, koji su realizirani u suradnji s TZGZ, a to su: Festival svjetla Zagreb, Zagreb moj grad i Bijela noć, dok je na posljednjoj konferenciji predstavljena manifestacija Advent u Zagrebu koja se svake godine na taj način prezentira.

4. Studijska putovanja agenata

Tijekom 2017. 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 u suradnji sa stranim turoperatorima i njihovim domicilnim partnerima, aviokompanijama (Turkish Airlines, Croatia Airlines, Emirates), Hrvatskom turističkom zajednicom te s pružateljima medicinskih usluga i facilitatorima na području grada Zagreba (Atlantis, Arabco projects). Ukupno, Zagreb je posjetio 271 turistički agent iz 24 zemlje.

Od ukupno 30 studijskih posjeta ističu se: studijsko putovanje agenata iz SAD-a organizirano u suradnji s agencijom Via Tours (19.-22.5.2017.), studijsko putovanje Buy Croatia poslovne radionice za agente iz Skandinavije (9.-12.10.2017.) organizirano u suradnji s glavnim uredom HTZ-a i predstavništvom HTZ-a u Švedskoj, studijsko putovanje agenata iz Rusije (ATOR-ruska UHPA) organizirano u suradnji s predstavništvom HTZ-a u Rusiji i hrvatskom udrugom UHPA (5.-7.10.2017.), studijsko putovanje agenata iz Kine organizirano u suradnji s Atlasom i aviokompanijom Emirates (15.-19.10.2017.), studijsko putovanje agenata iz Norveške (tržišta koje ima veliki potencijal rasta) organizirano u suradnji s aviokompanijom Croatia Airlines (14.-15.11.2017.) i studijsko putovanje agenata iz Japana organizirano u suradnji s aviokompanijom Turkish Airlines (4.-7.12.2017.).

U tablici je prikazan detaljan popis turističkih agenata koji su 2017. godini u organizaciji TZGZ-a boravili u Zagrebu.

Država	Broj studijskih posjeta	Broj osoba
Argentina	1	2
Australija	1	1
Austrija	1	12
Belgija	1	2
Danska	3	13
Filipini	1	1
Finska	1	5
Francuska	2	4
Japan	1	8
Kanada	1	2
Kina	2	23
Kuvajt	1	9
Mađarska	1	49
Malezija	1	1
Nizozemska	2	13
Norveška	2	13
Njemačka	2	2
Rusija	2	18
SAD	5	54
Španjolska	1	2
Švedska	3	27
Tajland	1	1
Ujedinjeni Arapski Emirati	1	1
Ujedinjeno Kraljevstvo	2	4
Ukupno	39	267

Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured

5.

Kongresni ured samostalno izrađuje, organizira i provodi programe inspekcijskih putovanja i studijskih posjeta na terenu. U 2017. godini, Kongresni ured je organizirao ili sudjelovao u organizaciji 18 inspekcijskih putovanja za kongresne organizatore s ukupno 92 osobe. U suradnji s kongresnom burzom Conventa, organizirano je studijsko putovanje za 13 zainteresiranih kupaca. U suradnji s avio-kompanijom Turkish Airlines organizirano je studijsko putovanje za predstavnike korejskih korporativaca. Kongresni ured se posebno okrenuo francuskom tržištu, te je u suradnji sa specijaliziranom agencijom Partance organizirao studijsko putovanje i radionicu za Francuske MICE agencije. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i TZ Opatija, organizirano je studijsko putovanje i radionica organizatora kongresa - hosted buyera s jedne od najvećih svjetskih kongresnih burzi - IBTM.

6. Suradnja sa stranim PR agencijama

Za promidžbu na tržištima Velike Britanije i Indije Turistička zajednica grada Zagreba je u 2017. godini ostvarila suradnju sa stranim PR agencijama.

U Indiji je nastavljena suradnja s PR agencijom „Celebrations“ uz čiju je pomoć ostvaren uspješan nastup na turističkom sajmu OTM u Mumbaiu. PR agencija je u okviru roadshowa u ime TZGZ-a dogovorila i održala B2B sastanke s predstavnicima turističkih agencija, te prezentacije u predstavnštvu aviokompanije Emirates u Mumbaiu te tijekom godine kontinuirano održavala kontakte s indijskim turoperatorima i novinarima što je rezultiralo organizacijom studijskog putovanja novinara te objavom članaka o Zagrebu u izdanjima Kotak Select, Dainik Bhaskar, The Sunday magazine, Deccan Chronicle, JBM Mumbai, Ulaganja u indijsko tržište i u 2017. godini rezultirala su porastom dolazaka (+66%) i noćenja (+63%).

Na tržištu Velike Britanije je u 2017. godini nastavljena suradnja s PR agencijom Hills Balfour. Suradnja se ostvarila kroz pripremu i slanje mjesečne objave za novinare, organizaciju 6 press studijskih putovanja te komunikaciju s novinarima, turoperatorima i turističkim agentima, objavljivanje postova na Facebook-u i Twitteru, pomoć pri organizaciji predstavljanja TZGZ-a na sajmu WTM London i posebnoj prezentaciji u Londonu (travanj), pripremu advertoriala te mjesečno izvještavanje o postignutim rezultatima/objavama o Zagrebu. Ukupna vrijednost medijskih objava o Zagrebu u Velikoj Britaniji tijekom 2017. godine procijenjena je na više od 450.000 GBP.

Tijekom 2017. zabilježen je porast dolazaka (+18%) i noćenja (+21%) gostiju s britanskog tržišta, a očekuje se da će pojačana promocija rezultirati i nastavkom porasta broja dolazaka i noćenja u 2018. godini.

7. Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim org.

Suradnja s ministarstvima RH i protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organizacijama uspješno je realizirana i u 2017. godini. Organiziran je ukupno 71 razgled grada za strane diplomate, visoke dužnosnike i značajne osobe, učenike na razmjeni, inozemne sudionike projekata, festivala i sportskih događanja, a u svrhu upoznavanja grada i njegove promocije. U navedenim prigodama dijeljeni su promotivni materijali, a u nekim slučajevima organizirani i posjeti muzejima i galerijama te ostalim značajnijim gradskim atrakcijama.

Organizirano je i slanje promotivnih materijala u Frankfurt za događanje Večernjakova domovnica te Veleposlanstvu Republike Hrvatske u Lisabonu.

Povodom najuspješnije zagrebačke turističke godine, Turistička zajednica grada Zagreba je za sve institucionalne partnere te turističku industriju 21.12. organizirala svečani koncert i proslavu u hotelu Esplanade. S obzirom na veliki broj uzvanika, premašena su sredstva na stavci.

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: radionica - Certified Incentive Specialist (CIS), prezentacija i predavanje - Uloga Semiotike u kreiranju imidža destinacije, tečajevi korejskog i talijanskog i francuskog jezika i dr.

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. Studijska putovanja TU TZGZ

S ciljem upoznavanja turističke ponude te konkurentnih prednosti drugih destinacija, organiziraju se studijska putovanja. U 2017. godini realizirano je putovanje u Rusiju.

2.2.2. Sastanci s predstavnicima turističke industrije

Sredstva na stavci iskorištena su prvenstveno za unapređenje kvalitete ponude turističke industrije grada Zagreba. U suradnji s Udrugom nezavisnih putničkih agenata Hrvatske organiziran je seminar pod nazivom „Kulturni, sportski i socijalni turizam - izazovi i prilike“.

Dio sredstava iskorišten je i za predstavljanje novog koncepta Zagreb card kartice za turističku industriju. U lipnju je održan sastanak s direktorom Emirates Airlinesa u Dubaiu, a vezan za otvaranje nove direktne linije za Zagreb i mogućnosti suradnje. Također, sredstva su iskorištena za sastanke u Rimu i Lyonu, vezane za aktivnosti na području kulturnog turizma i razvoj novih turističkih proizvoda grada Zagreba kao što je Festival svjetla Zagreb.

Iznos na stavci nije u potpunosti iskorišten zbog racionalizacije potrošnje.

2.3. Kultura turizma – 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.

Ciljevi projekta "Kultura turizma" su: teorijska i praktična edukacija mladih s ciljem percepcije grada Zagreba kao turistički atraktivne destinacije, interaktivna edukacija mladih o kulturno-povijesnim znamenitostima i ljepotama grada, odgovornosti u ponašanju prema gradu i turistima, podizanje razine svijesti o tome da su svi lokalni stanovnici, a samim time i učenici, značajni dionici uspješnosti Zagreba kao turističke destinacije te poticanje mladih na kreativnost i sudjelovanje u otkrivanju grada i istraživanje nepoznate turističke ponude.

Sukladno planiranom, projekt je uspješno okončan sudjelovanjem pet zagrebačkih srednjih škola. Učenici su tijekom jednog semestra sudjelovali u projektu u obliku izvan-nastavne aktivnosti te u konačnici, na završnoj prezentaciji predstavili svoje projekte.

Perspektiva mladih na temu turizma i kulture grada Zagreba uvijek iznova iznenađuje inovativnošću i otvara mogućnosti realizacije novih turističkih sadržaja, što dugoročno ostavlja traga na zagrebačkom turizmu te gospodarskom razvoju grada Zagreba.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

U 2017. godini nastavljena je produkcija promotivnih multimedijalnih materijala o Zagrebu koji su korišteni za prikazivanje na TV-u, Internetu (YouTube), ekranima na letovima Croatia Airlinesa i posebnim prezentacijama TZGZ-a. U svrhu promocije Zagreba kao city break destinacije, u suradnji s regionalnom influencericom Idom Prester, produciran je serijal „City Break Zagreb“ od ukupno 8 epizoda-verzija na hrvatskom i verzija s titlovima na engleskom jeziku. Serijal je prikazan na MTV Adria, dogovoreno je i prikazivanje na ekranima u avionima nacionalnog prijevoznika Croatia Airlines, a postoji mogućnost da se prikazuje i u avionima drugih aviokompanija.

Tijekom proljeća snimljena je emisija o gradu Zagrebu koja je u sklopu 3. sezone TV serijala „SailHo!Croatia“ prikazana na Nautical Channelu kojeg prati više od 150 milijuna gledatelja u preko 50 zemalja svijeta (Europa, Rusija, Turska, Bliski Istok, Australija, Kanada, SAD).

S obzirom na potrebu za izradom kratkog i dinamičnog destinacijskog filma Zagreba, posebno za korištenje u okviru posebnih prezentacija te distribuciju na sajmovima u formatu DVD-a, snimljen je novi dvominutni film pod nazivom „We love Zagreb“. Promotivni film na simpatičan način prikazuje specifičnosti grada Zagreba (Grički top, tržnica Dolac, plinske lampe, Muzej prekinutih veza, street art...) te će tijekom 2018. godine biti umnožen na DVD-e i distribuiran kao promo materijal TZGZ-a.

Za promociju događanja Festival svjetla i Bijela noć snimljeni su kratki jednogminutni video materijali koji će se koristiti za promociju događanja putem YouTube kampanja.

Za promociju Adventa u Zagrebu prilagođen je video snimljen tijekom Adventa 2016, u kojemu je izmijenjen uvodni dio i stavljen novi pozivni slogan „šećer dolazi na kraju...godine“. Video je zabilježio više od 520.000 pregleda na YouTubeu.

2. Istraživanje tržišta

U svibnju 2017. godine u suradnji s tvrtkom STR započeta je izrada godišnjeg istraživanja o Stavovima i potrošnji posjetitelja i turista u gradu Zagrebu (Visitor survey), a u periodu srpanj-kolovoz 2017. je na uzorku od 1.255 pax koji nisu posjetili Zagreb provedena online anketa o percepciji grada (Non-visitor survey). Parcijalni izvještaj o stavovima i potrošnji posjetitelja i turista u gradu Zagrebu (ankete provedene u periodu svibanj- listopad) pokazao je sljedeće:

- 1.) 67% ispitanika je u Zagrebu bilo prvi put.
- 2.) 48% ispitanika je u Zagreb došlo avionom.
- 3.) Najvažniji razlozi dolaska u Zagreb su odmor (57%) i kulturni doživljaji (52%).
- 4.) Veliki dio posjetitelja (47%) je prije dolaska razmatrao i druge destinacije, a za Zagreb su se odlučili zbog toga što je on ishodišna točka za obilazak Hrvatske (44%), zbog lokacije Zagreba i jednostavnog načina za dolazak (39%) te izbora turističkih atrakcija (33%).
- 5.) Najposjećenije zagrebačke lokacije su: Trg bana Jelačića (91%), Gornji grad (85%), Donji grad (82%), Katedrala (81%) i tržnica Dolac (71%).
- 6.) Najposjećeniji muzeji su Muzej prekinutih veza (23%), Muzej iluzija (10%) i Muzej grada Zagreba (9%).
- 7.) 15% posjetitelja je u Zagrebu bilo na organiziranom razgledu grada.
- 8.) 9% posjetitelja je bilo na organiziranom obilasku okolice Zagreba.
- 9.) Najbolje ocijenjeni elementi ponude su: ljubaznost osoblja u smještajnim objektima, dostupnost informacija u TIC-evima, ljepota i čistoća grada i sigurnost.
- 10.) 44% ispitanika će sigurno preporučiti Zagreb obitelji i prijateljima.

Cjelokupni rezultati bit će dostupni po završetku terenskog istraživanja, sredinom 2018.

Online anketa o percepciji Zagreba na uzorku koji još nije posjetio naš grad (non visitor survey) pokazala je sljedeće:

- 1.) Postoji svijest o Zagrebu i značajan potencijal za povećanje posjeta: više od tri četvrtine ispitanika čulo je za Zagreb, a gotovo polovica (48%) zainteresirana je za posjet.
- 2.) Tri petine ispitanika povezale su Zagreb s proljetnim/ljetnim posjetima, međutim, gotovo dvije petine Zagreb doživljava kao cjelogodišnju destinaciju.
- 3.) Najčešće asocijacije na Zagreb su: "Hrvatska", "sukob/rat" i "povijesni".
- 4.) Trećina ispitanika je čula za Advent u Zagrebu, a petina za Muzej prekinutih veza.
- 5.) Postoji pozitivna percepcija Zagreba kao turističke destinacije općenito te zagrebačkog, javnog prijevoza, kulturne baštine i klime. Nasuprot tome, anketirane najviše brine dostupnost i sigurnost.

S ciljem dobivanja što preciznijih podataka vezanih za ekonomski utjecaj Adventa u Zagrebu na gospodarstvo grada, od Instituta za turizam naručeno je istraživanje „Procjena ukupne potrošnje generirane Adventom u Zagrebu u 2016. godini“. Istraživanje je provedeno tijekom Adventa (od

26.11.2016. do 8.1.2017.) na 1.529 ispitanika (na adventskim lokacijama) + 500 ispitanika (telefonska anketa Zagrepčana), a rezultati objavljeni u veljači 2017. godine pokazali su sljedeće:

- 1.) Za 49% posjetitelja Zagreba 'Advent' je glavni razlog ovog posjeta gradu (za 51% domaćih i 46% inozemnih posjetitelja; za 66% jednodnevnih i 38% višednevnih posjetitelja)
- 2.) Za 35% posjetitelja Zagreba 'Advent' je u određenoj mjeri utjecao na posjet gradu
- 3.) Ukupna potrošnja generirana 'Adventom' u Zagrebu procijenjena je u rasponu od 390 milijuna (konzervativni pristup) do 438 milijuna kuna (optimistični pristup).
- 4.) Za 50% posjetitelja 'Advent' je nadmašio njihova očekivanja.
- 5.) Za 44% posjetitelja 'Advent' je u potpunosti ispunio njihova očekivanja.
- 6.) Za 6% posjetitelja 'Advent' je djelomično ispunio njihova očekivanja (nedovoljna diferenciranost ponude, kvantiteta na uštrb kvalitete, visoke cijene).

Za potrebe kontrole kvalitete organiziranih razgleda grada koje Turistička zajednica grada Zagreba financijski podupire, tijekom jeseni proveden je nadzor razgleda putem metode mystery shopping. Rezultati analize će biti korišteni za unaprjeđenje usluga te će biti predstavljeni partnerima.

Tijekom godine, u suradnji s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci realiziran je projekt benchmaringa poslovanja subjekata u turizmu. Radi se o on-line prikupljanju i usporedbi internih rezultata smještajnih objekata (hoteli, hosteli) na području Zagreba. Turističkoj zajednici grada Zagreba dostavljani su mjesečni izvještaji s podacima o iskorištenosti kapaciteta, prosječnoj cijeni sobe/kreveta, RevPAR i TRevPAR.

Već dvanaestu godinu za redom TZGZ je provodila anketiranje organiziranih autobusnih grupa u svrhu prikupljanja podataka o posjetiteljima koji su najčešće samo jednodnevni gosti u Zagrebu te stoga o njihovom broju nigdje ne postoji službena evidencija. Iz toga proizlazi da u praćenom razdoblju 2017. godine, za 3.512 grupa ne bismo imali nikakav podatak o tome da su posjetile grad Zagreb.

Anketa je provedena u razdoblju od sredine travnja do sredine mjeseca listopada, 2017. godine (Kaptol i Palmotićeve / Vlaška ulica).

Tijekom promatranog razdoblja u 2017. godini temeljem provedenih anketa, ukupan broj autobusnih grupa bio je 6.280, što je u odnosu na 2016. godinu (5.015 grupa), povećanje od 25,22%. Broj autobusnih grupa iz Hrvatske bio je 442, što je u usporedbi sa 2016. (432 grupa) neznatno povećanje od 2,31%. Broj autobusnih grupa iz inozemstva bio je 5.838, što je u usporedbi sa 2016. (4.583 grupa) porast od 27,38%.

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

PRIOLOG 10.: Rezultati anketiranja turističkih grupa na Kaptolu i Palmotićevoj 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. U 2017. godini, opseg praćenja tema je dodatno smanjen zbog što preciznijeg prikaza pojavnosti rada TZGZ u medijima, a 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 ukupno 1.944 objava: Web – 801; tisak – 305; radio – 289; TV – 105, čija je ukupna procijenjena vrijednost 29.893.725kn, a mediji su ih javnosti posredovali tijekom 2017. godine.

Mediji su javnosti, u promatranom razdoblju odaslali 1.500 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 4 priloga svakog dana.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2017. Turistička zajednica grada Zagreba ostvarila je u promatranim medijima AVE (Advertising Value Estimation) od 19.574.179kn i POZITIVAN PR učinak procijenjene vrijednosti 4.107.989kn.

Što se inozemnog tiska tiče, u 2017. godini su, o temama od interesa za Turističku zajednicu grada Zagreba promatrani mediji su objavili 137 članaka, ukupne površine 128.536cm² i ukupne vrijednosti 23.574.978kn. Prilozi su objavljeni u 116 novinskih naslova, a promatrani mediji porijeklom su iz 20 zemalja. Najviše članaka objavljeno je u Njemačkoj, Švedskoj, Velikoj Britaniji, Grčkoj i Francuskoj. Najčešća tema o kojoj su izvještavali strani promatrani mediji je turizam Zagreba, koja je prisutna u 118 priloga, a najviše objava bilo je u dnevnim i mjesečnim izdanjima. Više o medijskoj pojavnosti na domaćim i stranim tržištima na: <http://www.tzgz.hr/dokumenti>.

4. Suradnja s domaćim i 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, SITE. U

okviru organizacije SITE, sudjelovalo se na edukaciji Certified Incentive Specialist (CIS). Na godišnjoj skupštini ECM-a, održanoj u Dubrovniku sudjelovalo se u radu Meetings industry steering grupe. Sudjelovalo se na godišnjem kongresu ICCA-e u Pragu.

4.2 Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima

Turistička zajednica grada Zagreba je kroz redovite članske aktivnosti nastavila suradnju s međunarodnim strukovnim organizacijama od važnosti za turizam, promociju i edukaciju. Tako su djelatnici TZGZ-a sudjelovali u najvažnijim godišnjim sastancima organizacije European Cities Marketing: Spring Meeting u Gdansku (22.-25. veljače), Annual Meeting u Dubrovniku (31. svibnja - 3. lipnja) i ECM TIC Expert Meeting u Budimpešti (25. i 26. listopada).

Osim navedenog, djelatnici su sudjelovali i na sljedećim stručnim događanjima: 4th International Scientific Conference: Tourism and Creative Industries – Trends and Challenges u Opatiji (4.-6. svibnja), Investicijski forum zdravlja i turizma Adriatic regije u Zagrebu (11.-13. listopada) te ECM City Cards Expert Meeting u Beču (5.-6. listopada).

4.3. Članarina strukovnim udrugama

U 2017. godini izvršene su članske obveze prema sljedećim organizacijama: UNWTO, UHPA, UPUHH, HUOJ, ECM, SKAL, RDA i USTOA.

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 banneri, brošura, pojedinačnih oglasa i sl.

Tijekom godine organizirano je fotografiranje te su otkupljena prava na korištenje fotografija najvažnijih događanja (Advent u Zagrebu, ljetna događanja, Festival svjetla, Bijela noć), a s etabliranim hrvatskim fotografom, Davorom Rostuharom, nastavljena 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.

Dodatno, za potrebe izrade nove opće brošure TZGZ-a, otkupljene su fotografije zagrebačkih prostora i organizirano je snimanje s modelima za izradu naslovnice. S obzirom na interes stranih medija za zagrebački street art, snimljene su i otkupljene fotografije street art lokacija.

Za potrebe promocije projekta Festival svjetla osmišljen je vizualni identitet, a kreirana je i nova PPT prezentacija „Advent u Zagrebu“ koja je korištena u sklopu prezentacije za novinare i turističku industriju. Kreiran je vizual za promotivnu kampanju „Best in Europe“, a vizuali proljetno-ljetne (Zagreb Summer Tour) i zimske promotivne kampanje (Advent u Zagrebu) su osvježeni i prilagođeni za potrebe OOH kampanja.

Za potrebe promotivne kampanje u tiskanim medijima na talijanskom tržištu, otkupljeni su posebno osmišljeni i prilagođeni vizuala za proljeće-ljeto i zimu.

Sredstva na stavci su djelom prekoračena zbog prevođenja nove opće brošure na nekoliko svjetskih jezika (engleski, francuski, ruski, španjolski, talijanski, njemački, portugalski, korejski) te izrade dodatnih vizualnih materijala za adventske lokacije.

VII. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)

Prema Zakonu o boravišnoj pristojbi, 30% sredstava od boravišne pristojbe, turistička zajednica doznajuje 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

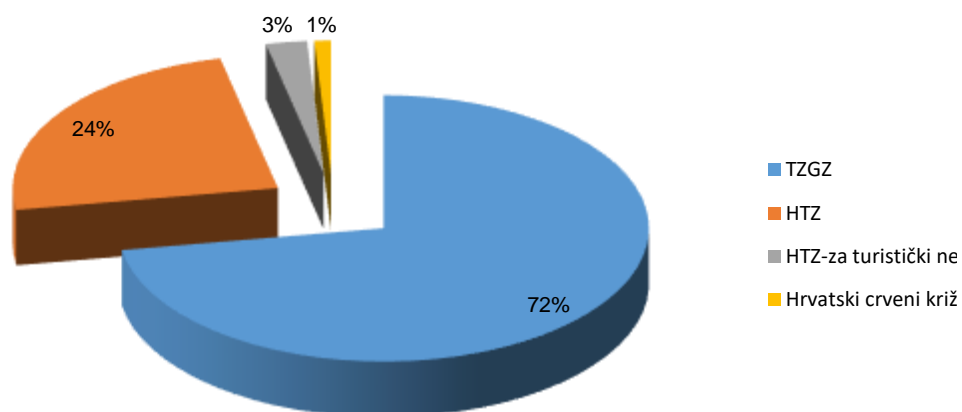
RB	Prihodi po vrstama	Plan 2017.	Ostvareno 2017.	Index
1.	Boravišna pristojba	9.200.000	9.728.498	105,74
2.	Turistička članarina	54.150.000	56.551.444	104,43
3.	Višak prihoda iz Programa rada	8.528.000	8.528.000	100,00
4.	Ostali nespomenuti prihodi	480.000	555.882	115,81

1. Boravišna pristojba

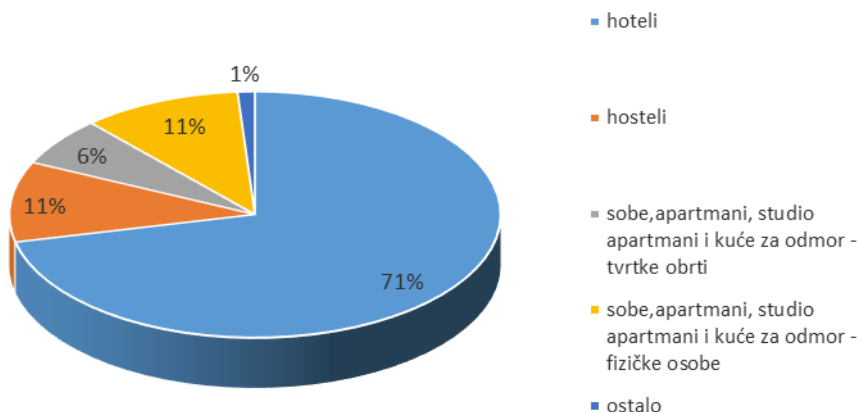
Prihod od boravišne pristojbe za 2017. godinu ostvaren je u iznosu 9.728.498 kuna ili 5,74% viši u odnosu na plan 2017. godine. Prema Zakonu o boravišnoj pristojbi sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	9.728.498	72,38
HTZ	3.242.829	24,12
HTZ-za turistički nerazvijena područja	336.005	2,50
Hrvatski crveni križ	134.454	1,00
Ukupno:	13.441.787	100,00

Grafikon 1. Raspored uplaćene boravišne pristojbe



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



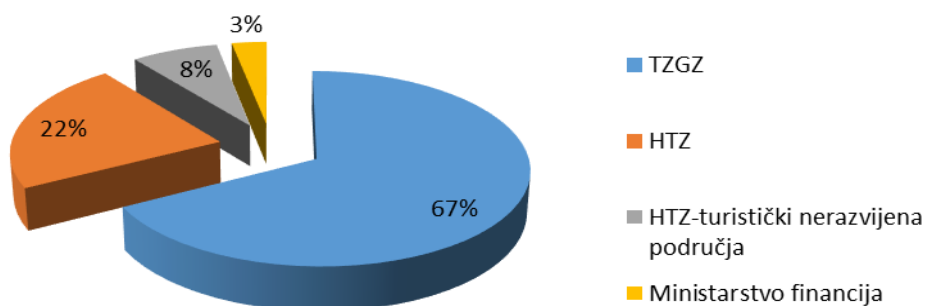
2. Turistička članarina

Prihod od turističke članarine iznosi 56.551.444 kn ili 4,43% više u odnosu na plan. Tijekom 2017. godine s osnove članarine raspoređeno je 84.244.421 kn.

Prema Zakonu o turističkoj članarini sredstva su raspoređena kako slijedi:

TZGZ	56.551.444	67,13
HTZ	18.850.477	22,37
HTZ-turistički nerazvijena područja	6.318.594	7,50
Ministarstvo financija	2.523.907	3,00
Ukupno:	84.244.421	100,00

Grafikon 3. Raspored uplaćene turističke članarine

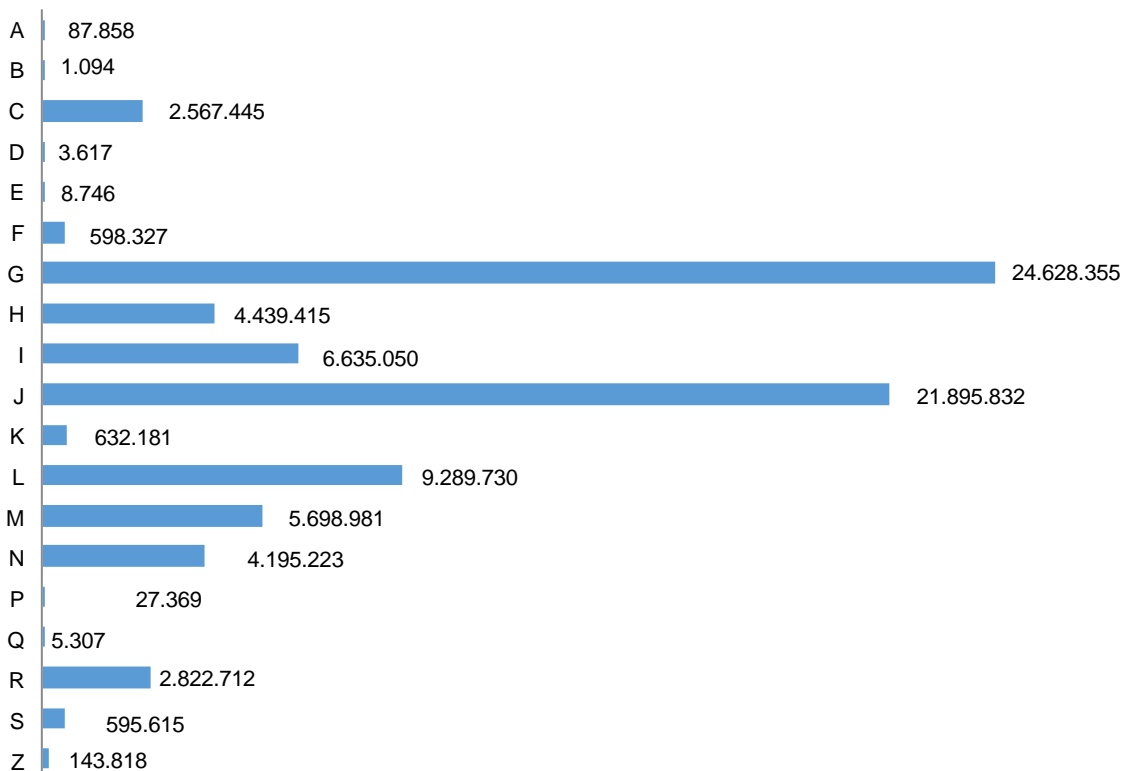


Raspored uplate turističke članarine prema djelatnostima:

	Djelatnosti prema NKD - 2007.	Uplata 2016	Uplata 2017	Index	Struktura
A	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	77.860	87.858	112,84	0,10
B	Rudarstvo i vađenje	-40.744	1.094	-2,69	0,00
C	Prerađivačka industrija	2.435.072	2.567.445	105,44	3,05
D	Opskrba el. energijom, plinom, parom i klimatizacijom	17.801	3.617	20,32	0,00
E	Opskrba vodom, uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	2.234	8.746	391,41	0,01
F	Graditeljstvo	759.239	598.327	78,81	0,71
G	Trgovina na veliko i malo, popravak vozila i motocikala	25.874.344	24.628.355	95,18	29,22
H	Prijevoz i skladištenje	5.326.742	4.439.415	83,34	5,27
I	Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	6.504.948	6.635.050	102,00	7,87
J	Informacije i komunikacije	21.758.700	21.895.832	100,63	25,98
K	Financijska djelatnost i djelatnost osiguranja	1.267.726	632.181	49,87	0,75
L	Poslovanje nekretninama	8.514.621	9.289.730	109,10	11,02
M	Stručne znanstvene i tehničke djelatnosti	6.609.293	5.698.981	86,23	6,76
N	Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	3.882.618	4.195.223	108,05	4,98
P	Obrazovanje	44.049	27.369	62,13	0,03
Q	Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	1.553	5.307	341,63	0,01
R	Umjetnost, zabava i rekreacija	2.440.013	2.822.712	115,68	3,35
S	Ostale uslužne djelatnosti	713.310	595.615	83,50	0,71
Z	Nepoznati	40.048	143.818	359,11	0,17

Prema evidenciji TZGZ u 2017. godini 22.460 obveznika uplaćuje turističku članarinu, od čega su 16.246 pravne osobe, a 6.214 fizičke osobe. U 2016. godini 20.665 obveznika je uplaćivalo turističku članarinu.

Grafikon 4. Raspored uplate turističke članarine po djelatnostima



3. Ostali prihodi

- Prihodi od kamata	24.629 kuna
- Refundacije (HTZ, Zagreb Card, suizlaganje)	482.582 kuna
- Ostali prihodi (prih.od tečajnih .raz, nakn. štete)	48.671 kuna
Ostali prihodi ukupno	555.882 kuna

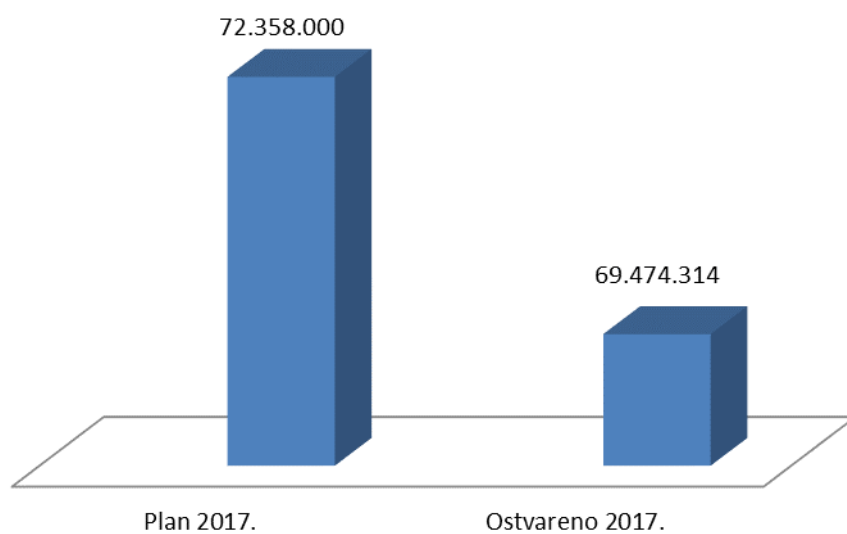
II. RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2017.	Ostvareno 2017.	Indeks	Strukt.
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI				
1.	Rashodi za radnike				
1.1.	Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika	7.600.000	7.714.106	101,50	11,10
1.2.	Izdaci za prijevoz na posao	270.000	264.805	98,08	0,38
1.3.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu)	90.000	7.868	8,74	0,01
2.	Rashodi ureda	3.860.000	3.603.031	93,34	5,19
3.	Rashodi - TIC-evi	4.079.000	3.790.899	92,94	5,46
4.	Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO	470.000	380.731	81,01	0,55
	UKUPNO I.	16.369.000	15.761.440	96,29	22,69
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI				
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	200.000	200.270	100,14	0,29
2.	Potpore događanjima	21.330.400	20.403.520	95,65	29,37
3.	Potpore razvoju DMO - a	3.419.600	3.053.181	89,28	4,39
4.	Potpore DMK - a (turoperatora, aviokompanije)	1.470.000	1.404.963	95,58	2,02
5.	Kandidature za međunarodne skupove i potpore skupovima /kongresni ured	720.500	690.341	95,81	0,99
6.	Projekt: Volim Zagreb	62.500	57.366	91,79	0,08
7.	Maketa grada Zagreba	15.000		0,00	0,00
8.	Kulturni turizam				
8.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja	20.000		0,00	0,00
8.2.	Susreti s partnerima	10.000	1.744	17,44	0,00
8.3.	Posebni projekti i prezentacije	30.000	30.000	100,00	0,04
8.4.	Neplanirano	10.000		0,00	0,00
	Ukupno 8.	70.000	31.744	45,35	0,05
9.	Projekt - Zagrebački suvenir – A piece of Zagreb	150.000	150.000	100,00	0,22
10.	Zdravstveni turizam	600.000	591.161	98,53	0,85
11.	Ured direktora - potpore projektima	300.000	251.325	83,78	0,36
12.	Potpore markentiškim projektima	40.000	40.000	100,00	0,06
	Ukupno II.	28.378.000	26.873.871	94,70	38,68
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI				
1.	Online komunikacija				
1.1.	Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije	5.100.000	5.126.787	100,53	7,38
1.2.	Newsletter i B2B Alert obavijesti	250.000	203.626	81,45	0,29
1.3.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	600.000	634.744	105,79	0,91
2.	Offline komunikacije				
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	2.500.000	2.524.838	100,99	3,63
2.2.	Suradnja sa HNS - om	530.000	530.000	100,00	0,76
2.3.	Promotivni pano i displeji	30.000	21.207	70,69	0,03
2.4.	Promotivni pano i displeji / kongresni ured	10.000	6.557	65,57	0,01
2.5.	Idejna rješenja novih oglasa i adaptacije oglasa / kongresni ured	20.000	11.688	58,44	0,02

2.6.	Opće oglašavanje				
2.6.1.	Oglašavanje u tisku	900.000	846.334	94,04	1,22
2.6.2.	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni ured	292.000	252.617	86,51	0,36
2.6.3.	TV oglašavanje	800.000	800.000	100,00	1,15
2.7.	Brošure i ostali tiskani materijali	3.790.000	3.442.861	90,84	4,96
2.8.	Suveniri i promo materijali	1.720.000	1.609.047	93,55	2,32
2.9.	Zagreb card	123.000	129.035	104,91	0,19
3.	Smeđa signalizacija i info table	120.000	108.068	90,06	0,16
4.	Nagrade i priznanja (nagradna putovanja, priznanja i festivalske prijave)	60.000	39.149	65,25	0,06
	Ukupno III.	16.845.000	16.286.556	96,68	23,44
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI				
1.	Sajmovi				
1.1.	Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ - om	1.628.000	1.651.245	101,43	2,38
1.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	628.000	520.870	82,94	0,75
2.	Posebne prezentacije - radionice				0,00
2.1.	Posebne prezentacije - radionice	750.000	578.274	77,10	0,83
2.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured	250.000	233.665	93,47	0,34
3.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	470.000	423.574	90,12	0,61
4.	Studijska putovanja agenata	380.000	375.539	98,83	0,54
5.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured	300.000	246.296	82,10	0,35
6.	Suradnja sa stranim PR agencijama	380.000	366.906	96,55	0,53
7.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organiz.	120.000	356.274	296,90	0,51
	Ukupno IV.	4.906.000	4.752.643	96,87	6,84
V.	INTERNI MARKETING				
1.	Nagrade i priznanja	18.000	15.000	83,33	0,02
2.	Edukacija				
2.1.	Obuka osoblja	180.000	168.888	93,83	0,24
2.2.	Seminari klubova konkurentnosti i marketinga				
2.2.1.	Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari	100.000	49.824	49,82	0,07
2.2.2.	Studijska putovanja TU TZGZ	189.000	188.523	99,75	0,27
2.3.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	295.000	292.216	99,06	0,42
	Ukupno V.	782.000	714.451	91,36	1,03

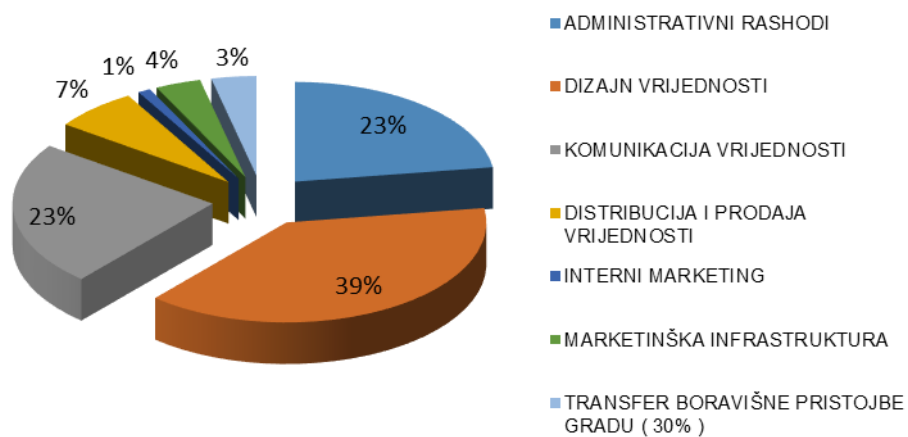
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	1.000.000	937.914	93,79	1,35
2.	Istraživanje tržišta	500.000	459.476	91,90	0,66
3.	Formiranje baze podataka	150.000	107.514	71,68	0,15
4.	Suradnja s domaćim i međ. institucijama				
4.1.	Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službena putovanja / kongresni ured	50.000	16.533	33,07	0,02
4.2.	Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima	100.000	73.162	73,16	0,11
4.3.	Članarine u strukovnim udrugama	136.000	135.639	99,73	0,20
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	750.000	825.704	110,09	1,19
	Ukupno VI.	2.686.000	2.555.944	95,16	3,68
VII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	2.392.000	2.529.410	105,74	3,64
	Ukupno VII.	2.392.000	2.529.410	105,74	3,64
	UKUPNO:	72.358.000	69.474.314	96,01	100,00

Grafikon 5. Planirani i ostvareni rashodi



Grafikon 6. Struktura rashoda

STRUKTURA MARKETING MIKSA



I. Administrativni rashodi

Za administrativne rashode utrošeno je 15.761.440 kn što iznosi 96,29% od planiranih 16.369.000 kn.

1. Rashodi za radnike

Za bruto osobne dohotke i ostala materijalna primanja radnika utrošeno je 7.714.106 kn, što je 1,50% više od planiranih 7.600.000 kn, za izdatke za prijevoz na posao utrošeno je 264.805 kn, odnosno 98,08% od plana te je za ostale rashode za radnike utrošeno 7.868 kn odnosno 8,74% od planiranih sredstava (sistematski pregled nije realiziran).

2. Rashodi ureda

Za rashode ureda utrošeno je 3.603.031 kn, odnosno 93,34% od planiranih 3.860.000 kn.

3. Rashod - TIC-evi

Za rad i funkcioniranje info-centara planirano je 4.079.000 kn, u utrošeno 3.790.899 kn što je 92,94 % od plana.

4. Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO

Utrošeno je 81,01% planiranih sredstava, odnosno 380.731 kn od planiranih 470.000.

II. Dizajn vrijednosti

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Za aktivnosti uređenja grada utrošeno je 200.270 kn, što iznosi 0,14% više od planiranih 200.000 kn.

2. Potpora događanjima

Za potpore događanjima je utrošeno 20.403.520 kn, odnosno 95,65% od planiranih 21.330.400 kn. Razlika između planiranih i ostvarenih troškova manifestira se u najvećem dijelu zbog nerealiziranih planiranih potpora. Prilog 4.

3. Potpora razvoju DMO-a

Za potpore razvoja DMO-a utrošeno je 3.053.181 kn, odnosno 89,28% od planiranih 3.419.600 kn.

4. Potpora DMK

Od planiranih 1.470.000 kn potrošeno je 1.404.963 kn, odnosno 95,58%.

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

Predviđeno je 720.500 kn, a utrošeno 690.341 kn, odnosno 95,81% planiranih sredstava.

6. Projekt Volim Zagreb

Utrošeno je 57.366 kn, što iznosi 91,79% od planiranih 62.500 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 70.000 kn, a utrošeno 31.744 kn, što iznosi 45,35% planom predviđenih sredstava. Na stavci seminari, studijska i stručna putovanja planirana sredstva nisu realizirana.

9. Projekt – Izbor zagrebačkog suvenira

Utrošena su planirana sredstva u iznosu od 150.000 kn.

10. Zdravstveni turizam

Za zdravstveni turizam utrošeno je 591.161 kn odnosno 98,53 % od planiranih 600.000 kn.

11. Ured direktora

Utrošeno je 251.325 kn od planiranih 300.000 kn, odnosno 83,78%.

12. Potpore marketinškim projektima realizirane su u planiranom iznosu od 40.000 kn.

III. Komunikacija vrijednosti

1. Online komunikacije

Planirana sredstva utrošena su za internet oglašavanje, društvene mreže i aplikacije u iznosu 5.126.787 kn, internet stranice 634.744 kn, newsletter B2B Alert obavijesti 203.626. Manji broj tekstova i dužina istih te smanjenje isporuke B2B Alerta rezultiralo je neostvarivanjem planiranih sredstava.

2. Offline komunikacije

Za oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora utrošeno je 2.524.838 kn. Za promotivne panoje i displeje je predviđeno 30.000 kn, a utrošeno 21.207 kn, za promotivne panoje i displeje kongresnog ureda utrošeno je 6.557 kn od predviđenih 10.000 kn, za idejna rješenja novih oglasa utrošeno 11.688 kn od planiranih 20.000. Za oglašavanja u tisku planirano je 900.000 kn, a utrošeno 846.334 kn ili 94,04%. Za oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni ured od predviđenih 292.000 kn, utrošeno je 252.617 kn. Za TV oglašavanje i suradnju s HNS-om utrošeni su predviđeni iznosi. Od ukupno planiranog iznosa od 3.790.000 kn za brošure i ostale tiskane materijale potrošeno je 3.442.861 kn. Od ukupno planiranog iznosa od 1.720.000 kn za suvenire i promo materijale, potrošeno je 1.609.047. Za Zagreb Card utrošeno je 129.035 kn od predviđenih 123.000 kn.

3. Smeđa signalizacija i info table

Utrošeno je 108.068 kn, što je 9,94% manje od planiranih 120.000 kn.

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

Za nagrade i priznanja utrošeno je 39.149 kn od planiranih 60.000 kn, odnosno 65,25% planiranih sredstava. Planirana sredstva nisu realizirana zbog smanjenog broja odlazaka na filmske festivale.

IV. Distribucija i prodaja vrijednosti

1. Sajmovi

Na sajmove, za samostalne nastupe i u suradnji sa HTZ-om od predviđenih 1.628.000 kn, utrošeno je 1.651.245 kn, što iznosi 101,43 planom predviđenih sredstava. Na sudjelovanjima na kongresnim i incentive burzama od planiranih 628.000 utrošeno je 520.870 kn ili 82,94% od plana.

2. Posebne prezentacije - radionice

Za posebne prezentacije - radionice utrošeno je 578.274 kn, odnosno 77,10% od planiranih 750.000 kn. Za organizaciju i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured od predviđenih 250.000 utrošeno je 233.665 kn ili 93,47%.

3. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima

Za studijska putovanja novinara planirano je 470.000 kn, a utrošeno 423.574 kn što je 90,12% od plana.

4. Studijska putovanja agenata

Sredstva za studijska putovanja agenata utrošena su u iznosu od 375.539 kn što čini 98,83% planiranog iznosa.

5. Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured predviđeno je 300.000 kn, a utrošeno 246.296 kn, što iznosi 82,10% od planiranih sredstava.

6. Suradnja sa stranim PR agencijama

Planirana sredstva za suradnju sa stranim PR agencijama iznose 380.000 kn, a utrošena 366.906 kn što iznosi 96,55 % od planiranog.

7. Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organizacijama

Za suradnju je utrošeno 356.274 kune od planiranih 120.000 kn. Odlukom TV planirana sredstva na stavci uvećana su za 110.000 kuna radi organizacije proslave i koncerta povodom najuspješnije turističke godine.

V. Interni marketing

1. Nagrade i priznanja

Od predviđenih 18.000 kn, utrošeno je 15.000 ili 83,33%.

2. Edukacija

Za obuku osoblja utrošeno je 168.888 kn od planiranih 180.000kn, što čini 93,83% od plana. Za sastanke sa predstavnicima turističke industrije utrošeno je 49.824 kn od planiranih 100.000 kn. Za studijska putovanja Turističkog ureda Turističke zajednice grada Zagreba utrošeno je 188.523 kn od planiranih 189.000 kn. Za uvođenje izbornog predmeta u škole - Kultura turizma utrošeno je 292.216 kn od planiranih 295.000, odnosno 99,06%.

VI. Marketinška infrastruktura

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Za proizvodnju multimedijalnih materijala utrošeno je 937.914 kn od planiranih 1.000.000, što je 93,79% od planiranih sredstava.

2. Istraživanje tržišta

Na stavci Istraživanje tržišta realizirano je 91,90% planiranih sredstava, odnosno 459.476 kn od planiranih 500.000 kn.

3. Formiranje baze podataka

Za formiranje baze podataka planirano je 150.000 kn, a utrošeno 107.514 kn, što iznosi 71,68% planiranih sredstava.

4. Suradnja sa domaćim i međunarodnim institucijama

Za aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službena putovanja kongresnog ureda, od planiranih 50.000 kuna utrošeno je 33,07%. Na stavci sudjelovanje na međunarodnim stručnim skupovima je potrošeno 73.162 kune od planiranih 100.000. Za članarine u strukovnim udrugama predviđeno je 136.000 kuna i utrošeno 135.639 kune ili 99,73% plana.

5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Od planiranih 750.000 utrošeno 825.704 kn što iznosi 10,09 % više od plana. Sredstva na stavci su djelom prekoračena zbog prevođenja nove opće brošure na nekoliko svjetskih jezika (engleski, francuski, ruski, španjolski, talijanski, njemački, portugalski, korejski) te izrade dodatnih vizualnih materijala za adventske lokacije.

VII. Transfer boravišne pristojbe gradu

U 2017. godini iznos uplaćene boravišne pristojbe veći je od planiranog za 5,74 % te je posljedično i transfer boravišne pristojbe gradu veći za 5,74%, odnosno iznosi 2.529.410 kn.

PRIOLOG 1. STATISTIKA NOĆENJA I DOLAZAKA TURISTA

DOLASCI I NOĆENJA PREMA EVIDENCIJI TZGZ

TZG ZAGREB									
	Zemlja	I - XII 2017			I - XII 2016			indeks 2017/16	
		dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
1.	Albanija	4.325	6.357	0,278	3.212	5.503	0,277	135	116
2.	Argentina	7.894	14.918	0,653	7.902	20.036	1,008	100	74
3.	Australija	24.620	51.220	2,243	17.650	37.496	1,887	139	137
4.	Austrija	34.770	56.839	2,489	29.610	48.975	2,464	117	116
5.	Belgija	14.203	26.975	1,181	12.490	23.255	1,170	114	116
6.	Bjelorusija	1.159	2.115	0,093	930	1.984	0,100	125	107
7.	Bosna i Hercegovina	41.483	74.326	3,255	38.808	71.479	3,597	107	104
8.	Brazil	13.587	25.890	1,134	9.627	18.030	0,907	141	144
9.	Bugarska	32.066	43.493	1,905	31.816	43.487	2,188	101	100
10.	Cipar	875	1.874	0,082	855	2.440	0,123	102	77
11.	Crna Gora	5.497	11.490	0,503	5.000	10.793	0,543	110	106
12.	Češka	10.884	18.339	0,803	10.043	17.346	0,873	108	106
13.	Čile	1.634	3.094	0,136	1.439	2.858	0,144	114	108
14.	Danska	6.143	13.022	0,570	5.786	11.468	0,577	106	114
15.	Estonija	1.524	2.861	0,125	1.138	3.027	0,152	134	95
16.	Finska	4.554	10.953	0,480	3.636	8.365	0,421	125	131
17.	Francuska	28.127	55.041	2,411	26.822	51.839	2,609	105	106
18.	Grčka	11.784	19.061	0,835	10.208	16.547	0,833	115	115
19.	Hong Kong, Kina	12.194	14.267	0,625	9.936	11.527	0,580	123	124
20.	Indija	13.877	26.753	1,172	8.369	16.426	0,827	166	163
21.	Indonezija	2.389	4.364	0,191	1.968	2.925	0,147	121	149
22.	Irska	3.580	8.074	0,354	2.650	6.186	0,311	135	131
23.	Island	543	1.375	0,060	764	1.597	0,080	71	86
24.	Italija	61.237	117.777	5,159	55.433	106.225	5,345	110	111
25.	Izrael	15.023	30.534	1,337	14.611	29.981	1,509	103	102
26.	Japan	27.717	40.528	1,775	21.601	30.422	1,531	128	133
27.	Jordan	394	1.008	0,044	246	560	0,028	160	180
28.	Južnoafrička Republika	2.694	4.797	0,210	1.692	3.278	0,165	159	146
29.	Kanada	23.601	46.744	2,047	18.678	37.388	1,881	126	125
30.	Katar	4.460	6.523	0,286	1.592	4.736	0,238	280	138
31.	Kazahstan	351	917	0,040	298	907	0,046	118	101
32.	Kina	42.201	56.705	2,484	30.978	45.259	2,277	136	125
33.	Koreja, Republika	112.344	131.837	5,774	91.394	107.470	5,408	123	123
34.	Kosovo	3.251	7.236	0,317	3.019	6.374	0,321	108	114
35.	Kuvajt	648	1.626	0,071	502	1.163	0,059	129	140
36.	Letonija	2.407	3.896	0,171	2.377	3.756	0,189	101	104
37.	Lihtenštajn	69	127	0,006	53	145	0,007	130	88
38.	Litva	2.367	4.810	0,211	2.077	6.059	0,305	114	79
39.	Luksemburg	660	1.363	0,060	630	1.199	0,060	105	114
40.	Mađarska	17.195	30.424	1,333	13.639	23.976	1,206	126	127
41.	Makao, Kina	49	76	0,003	27	58	0,003	181	131
42.	Makedonija	9.663	18.625	0,816	8.818	16.723	0,841	110	111
43.	Malta	742	2.730	0,120	517	1.694	0,085	144	161
44.	Maroko	453	992	0,043	365	768	0,039	124	129
45.	Meksiko	2.659	5.358	0,235	2.145	4.084	0,206	124	131
46.	Nizozemska	20.635	40.194	1,760	17.807	35.110	1,767	116	114
47.	Norveška	4.510	10.751	0,471	3.311	7.631	0,384	136	141
48.	Novi Zeland	3.374	6.337	0,278	2.322	4.734	0,238	145	134
49.	Njemačka	66.091	121.972	5,342	57.593	107.769	5,423	115	113
50.	Oman	427	895	0,039	269	579	0,029	159	155
51.	Ostale afričke zemlje	2.665	8.393	0,368	2.876	9.731	0,490	93	86
52.	Ostale azijske zemlje	32.150	52.823	2,314	21.537	39.489	1,987	149	134
53.	Ostale europske zemlje	1.010	3.852	0,169	951	2.838	0,143	106	136

54.	Ost. zem. Juž. i Sred. Am.	4.899	9.704	0,425	4.551	8.991	0,452	108	108
55.	Ostale zemlje Oceanije	92	135	0,006	120	257	0,013	77	53
56.	Ostale zemlje Sjever. Am.	370	830	0,036	279	801	0,040	133	104
57.	Poljska	24.564	38.371	1,681	20.423	34.152	1,719	120	112
58.	Portugal	9.305	17.856	0,782	7.381	15.402	0,775	126	116
59.	Rumunjska	14.372	28.876	1,265	12.266	24.822	1,249	117	116
60.	Rusija	11.541	23.926	1,048	9.937	22.734	1,144	116	105
61.	SAD	68.407	144.683	6,337	53.978	115.036	5,789	127	126
62.	Slovačka	7.935	13.806	0,605	6.557	11.761	0,592	121	117
63.	Slovenija	27.163	43.887	1,922	25.456	42.207	2,124	107	104
64.	Srbija	30.141	59.198	2,593	28.259	58.138	2,925	107	102
65.	Španjolska	35.677	66.994	2,934	31.892	57.315	2,884	112	117
66.	Švedska	8.793	17.599	0,771	8.010	16.596	0,835	110	106
67.	Švicarska	14.970	29.507	1,292	14.225	28.552	1,437	105	103
68.	Tajland	4.560	5.777	0,253	2.694	3.321	0,167	169	174
69.	Tajvan, Kina	20.540	22.110	0,968	11.506	12.491	0,629	179	177
70.	Tunis	250	500	0,022	385	770	0,039	65	65
71.	Turska	10.917	20.286	0,889	10.135	21.532	1,083	108	94
72.	Ujedinjena Kraljevina	40.099	93.746	4,106	33.883	77.247	3,887	118	121
73.	Ujedinjeni Ar. Emirati	4.908	11.578	0,507	2.482	5.619	0,283	198	206
74.	Ukrajina	7.396	12.977	0,568	5.434	11.231	0,565	136	116
	Strani turisti	1.085.658	1.914.897	83,87	907.870	1.642.670	82,658	120	117
	Domaći turisti	204.568	368.261	16,13	194.791	344.635	17,342	105	107
	UKUPNO	1.290.226	2.283.158	100,00	1.102.661	1.987.305	100,000	117	115

PREGLED TRŽIŠTA S NAJVIŠE OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA

	Zemlja	dolasci
1	Koreja, Republika	112.344
2	SAD	68.407
3	Njemačka	66.091
4	Italija	61.237
5	Kina	42.201
6	Bosna i Hercegovina	41.483
7	Ujedinjena Kraljevina	40.099
8	Španjolska	35.677
9	Austrija	34.770
10	Ostale azijske zemlje	32.150

	Zemlja	noćenja
1	SAD	144.683
2	Koreja, Republika	131.837
3	Njemačka	121.972
4	Italija	117.777
5	Ujedinjena Kraljevina	93.746
6	Bosna i Hercegovina	74.326
7	Španjolska	66.994
8	Srbija	59.198
9	Austrija	56.839
10	Kina	56.705

	Zemlja	dolasci 2017	dolasci 2016	index '17/'16
1	Koreja, Republika	112.344	91.394	123
2	SAD	68.407	53.978	127
3	Njemačka	66.091	57.593	115
4	Italija	61.237	55.433	110
5	Kina	42.201	30.978	136
6	Bosna i Hercegovina	41.483	38.808	107
7	Ujedinjena Kraljevina	40.099	33.883	118
8	Španjolska	35.677	31.892	112
9	Austrija	34.770	29.610	117
10	Ostale azijske zemlje	32.150	21.537	149

	Zemlja	noćenja 2017	noćenja 2016	index '17/'16	prosj. ostanak dana 2017.g.
1	SAD	144.683	115.036	126	2,12
2	Koreja, Republika	131.837	107.470	123	1,17
3	Njemačka	121.972	107.769	113	1,85
4	Italija	117.777	106.225	111	1,92
5	Ujedinjena Kraljevina	93.746	77.247	121	2,34
6	Bosna i Hercegovina	74.326	71.479	104	1,79
7	Španjolska	66.994	57.315	117	1,88
8	Srbija	59.198	58.138	102	1,96
9	Austrija	56.839	48.975	116	1,63
10	Kina	56.705	45.259	125	1,34

PRILOG 2. RASHODI UREDA

RB	Rashodi ureda	Plan 2017.	Ostvareno 2017.	Indeks	Struktura
1.	Potrošni materijal	100.000	84.622	84,62	2,35
2.	Materijal za održavanje čistoće	15.000	11.614	77,43	0,32
3.	Uredski materijal	80.000	63.583	79,48	1,76
4.	Potrošnja električne energije i plina	130.000	79.557	61,20	2,21
5.	Utrošak benzina	30.000	26.064	86,88	0,72
6.	Izdaci za sitan inventar	55.000	46.506	84,56	1,29
7.	Trošak telefona i telefaksa	180.000	160.880	89,38	4,47
8.	Trošak poštarine	70.000	64.821	92,60	1,80
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	350.000	337.515	96,43	9,37
10.	Usluge čišćenja	230.000	215.760	93,81	5,99
11.	Usluge najma poslovnog prostora	920.000	916.540	99,62	25,44
12.	Ostale komunalne usluge	40.000	28.122	70,31	0,78
13.	Odvjetničke i revizorske usluge	45.000	35.625	79,17	0,99
14.	Grafičke usluge	10.000	8.638	86,38	0,24
15.	Usluge tiska - oglasi i dr.				
16.	Ostale usluge	120.000	82.968	69,14	2,30
17.	Dnevnice za službena putovanja u zemlji	4.000		0,00	0,00
18.	Dnevnice za službena put. u inozemstvo	5.000		0,00	0,00
19.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	5.000		0,00	0,00
20.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000		0,00	0,00
21.	Trošak reprezentacije	170.000	204.715	120,42	5,68
22.	Premije osiguranja	70.000	59.324	84,75	1,65
23.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	66.870	102,88	1,86
24.	Stručna literatura i tisak	70.000	63.514	90,73	1,76
25.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	670.000	645.420	96,33	17,91
26.	Ostali troškovi poslovanja	65.000	51.361	79,02	1,43
27.	Neplanirani rashodi	10.000	3.219	32,19	0,09
	UKUPNO I.	3.510.000	3.257.238	92,80	90,40
II.	Poslovni prostor, adaptacija	350.000	345.793	98,80	9,60
	UKUPNO RASHODI UREDA	3.860.000	3.603.031	93,34	100,00

PRILOG 3. TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTRI

TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA

RB	Opis	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Usluge student servisa	60.000	44.633
2.	Usluge najma	110.000	107.038
3.	Radna odjeća	10.000	5.676
4.	Potrošnja električne energije i plina	50.000	33.295
5.	Troškovi telefona, internet	20.000	11.175
6.	Usluge održavanja	15.000	15.263
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	20.000	3.725
8.	Komunalne usluge	23.000	11.490
9.	Uređenje prostora	15.000	
10.	Troškovi reprezentacije	15.000	3.114
11.	Literatura (glasila, časopisi..)	5.000	4.819
12.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	528
	Ukupno:	348.000	240.754

TIC - ZRAČNA LUKA

RB	Opis	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Usluge student servisa	40.000	57.137
2.	Usluge najma	20.000	
3.	Radna odjeća	5.000	3.233
4.	Potrošnja električne energije i plina	10.000	
5.	Troškovi telefona, internet	5.000	3.207
6.	Usluge održavanja	4.000	
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000	
8.	Komunalne usluge	4.000	
9.	Uređenje prostora	5.000	
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	5.000	5.195
11.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000	40
	Ukupno:	105.000	68.812

TIC - GLAVNI KOLODVOR

RB	Opis	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Usluge student servisa	25.000	18.250
2.	Usluge najma	75.000	69.614
3.	Radna odjeća	5.000	2.446
4.	Uređenje prostora	2.000	
5.	Literatura (glasila, časopisi..)	5.000	4.639
6.	Komunalne usluge	3.000	2.124
7.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	
	Ukupno:	118.000	97.072,99

TIC - AUTOBUSNI KOLODVOR

RB	Opis	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Usluge student servisa	35.000	22.945
2.	Usluge najma	110.000	106.500
3.	Usluge najma reklamnog prostora	30.000	26.130
4.	Radna odjeća	5.000	2.446
5.	Potrošnja el. energije i plina	17.000	12.172
6.	Troškovi telefona, internet	10.000	5.512
7.	Usluge održavanja	35.000	36.645
8.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000	
9.	Komunalne usluge	8.000	7.406
10.	Uređenje prostora	5.000	
11.	Literatura (glasila, časopisi..)	5.000	4.525
12.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	
	Ukupno:	270.000	224.280,50

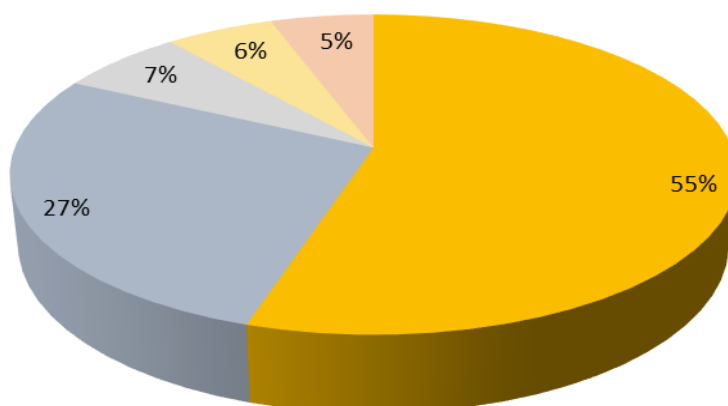
TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Usluge student servisa	50.000	58.973
2.	Usluge najma	60.000	60.000
3.	Radna odjeća	5.000	2.446
4.	Troškovi telefona, internet	10.000	3.696
5.	Tekuće i investicijskog održavanje	3.000	
6.	Uređenje prostora	2.000	
7.	Literatura (glasila, časopisi..)	5.000	4.067
8.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	
	Ukupno:	138.000	129.182

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

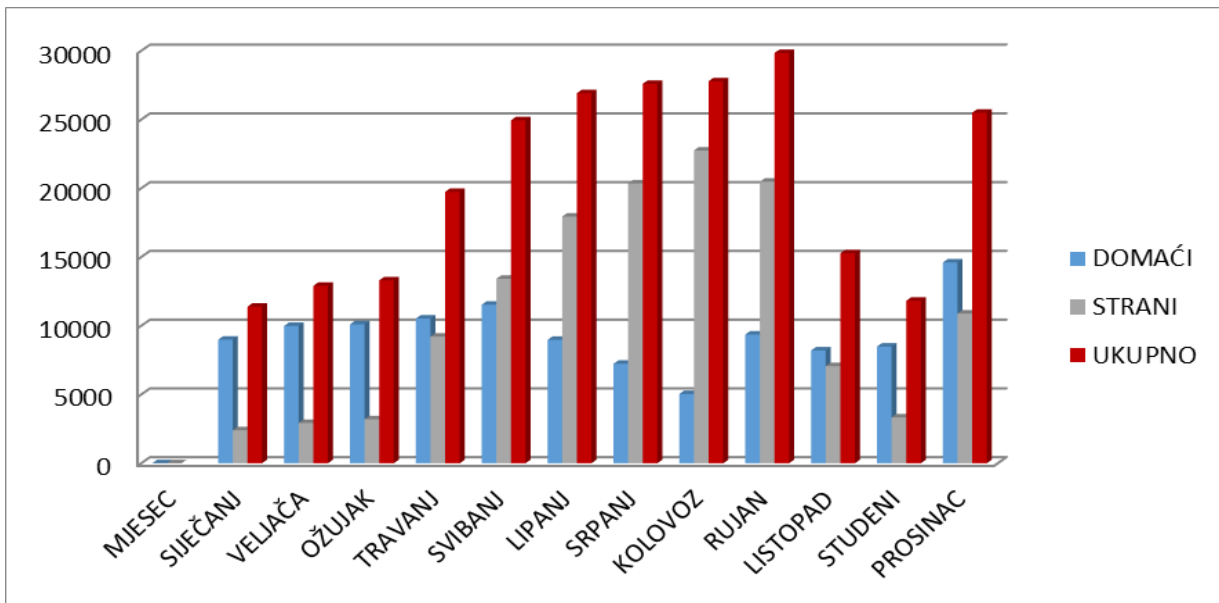
T I C	POSJETITELJI UKUPNO	STRUKTURA
TRG BANA JELAČIĆA	246,985	54,80
ZRAČNA LUKA	124,077	27,53
AUTOBUSNI KOLODVOR	29,685	6,58
LOTRŠČAK	25,673	5,70
ŽELJEZNIČKI KOLODVOR	24,285	5,39
U K U P N O:	450,705	100,00

Grafikon 9. Prikaz broja posjetitelja u turističkim info-centrima

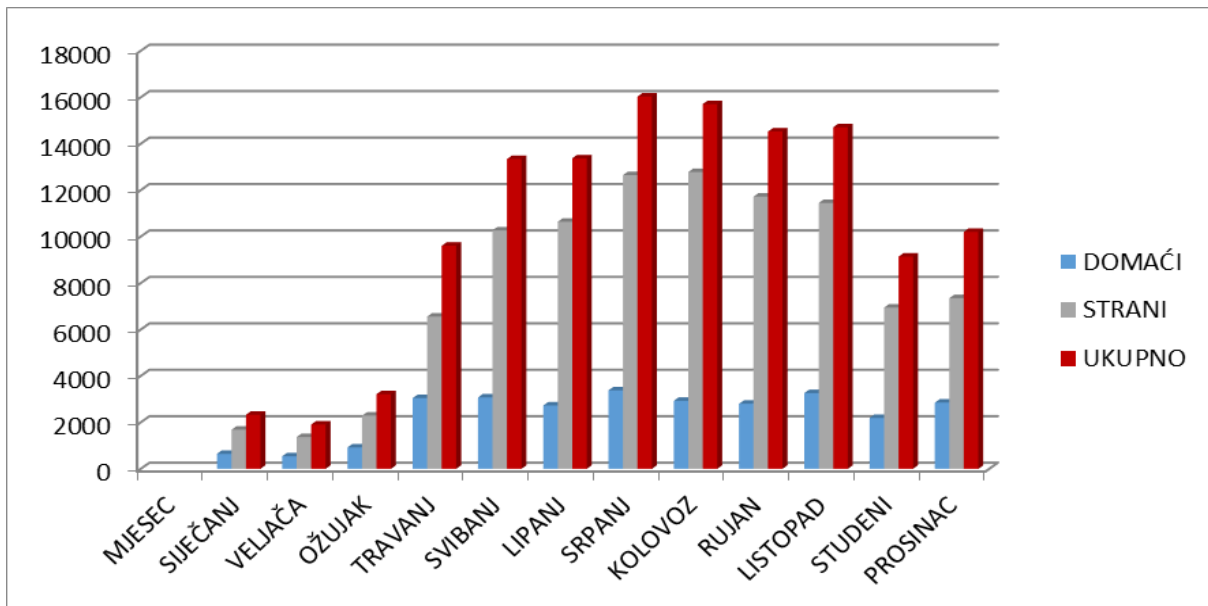


MJESEC	Trg bana Josipa Jelačića		Zračna luka Franjo Tuđman		Željeznički kolodvor		Autobusni kolodvor		Kula Lotrščak	
	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.	HRV.	INO.
Siječanj	8,988	2,401	645	1,683	435	936	387	888	243	687
Veljača	9,986	2,924	539	1,369	381	801	399	878	274	644
Ožujak	10,105	3,195	919	2,291	417	1,090	491	1,280	221	772
Travanj	10,525	9,208	3,049	6,559	433	1,301	444	2,031	481	1,847
Svibanj	11,529	13,412	3,072	10,268	416	1,559	503	2,848	369	2,301
Lipanj	8,978	17,942	2,730	10,640	554	2,038	472	3,092	386	2,733
Srpanj	7,234	20,356	3,382	12,649	590	2,981	477	3,532	440	3,460
Kolovoz	5,035	22,747	2,927	12,778	544	2,621	452	4,253	435	3,126
Rujan	9,357	20,478	2,802	11,725	600	1,978	364	2,662	303	2,158
Listopad	8,205	7,066	3,261	11,449	495	1,320	264	1,695	343	1,586
Studeni	8,492	3,330	2,193	6,944	399	687	292	628	256	771
Prosinac	14,604	10,888	2,851	7,352	530	1,179	512	841	654	1,183
UKUPNO	113,038	133,947	28,370	95,707	5,794	18,491	5,057	24,628	4,405	21,268
SVEUKUPNO	246,985		124,077		24,285		29,685		25,673	
UKUPNO domaćih posjetitelja:										156.664
UKUPNO stranih posjetitelja:										294.041
SVEUKUPNO POSJETITELJA:										450.705

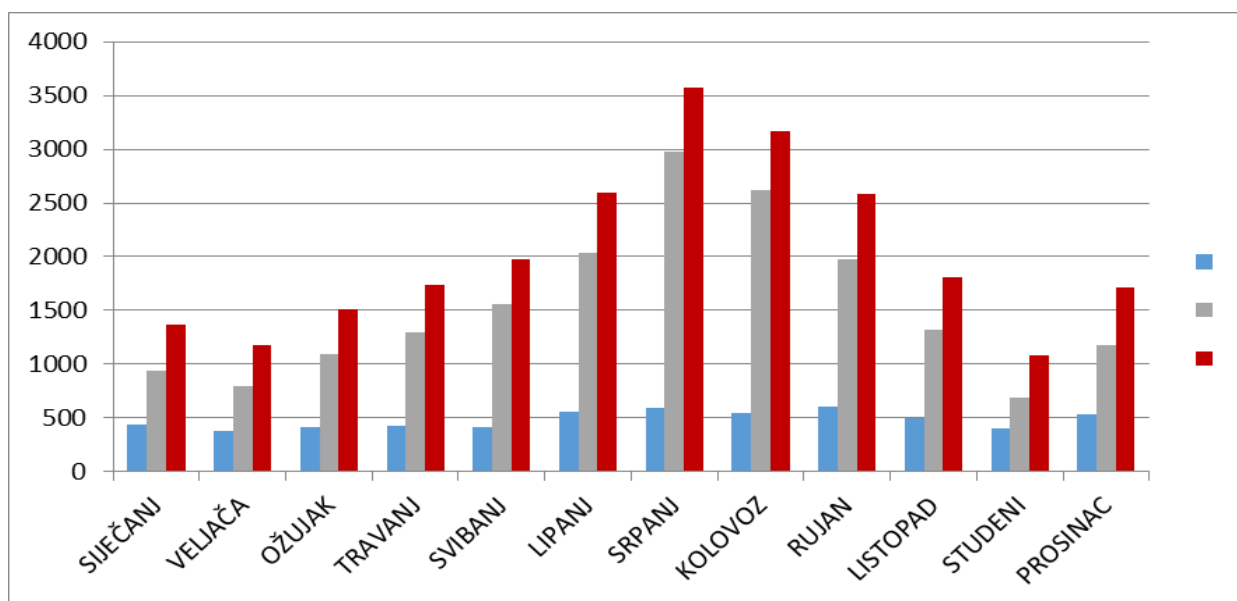
Grafikon 10. Turistički info-centar – TRG BANA JOSIPA JELAČIĆA



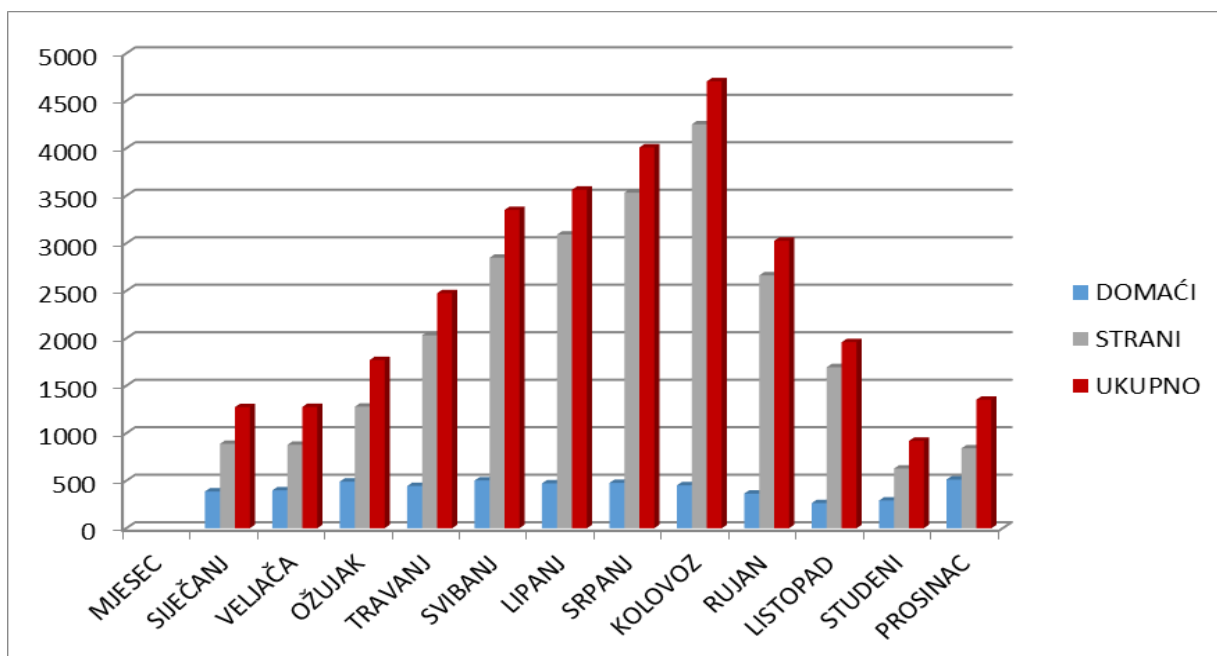
Grafikon 11. Turistički info-centar – ZRAČNA LUKA



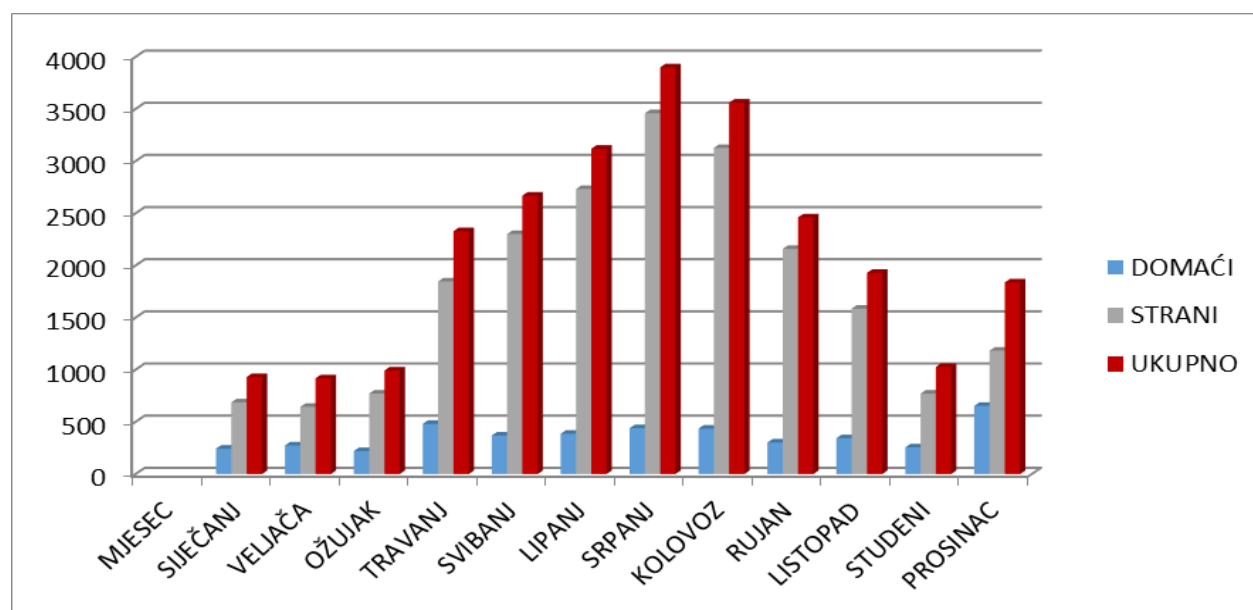
Grafikon 12. Turistički info-centar – **GLAVNI ŽELJEZNIČKI KOLODVOR**



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



Grafikon 14. Turistički info-centar – **KULA LOTRŠČAK**



Iz grafičkih prikaza broja posjetitelja u svim TIC-evima vidljivo je da je sezonalnost posjeta tijekom cijele godine sve manje izražena.

PRILOG 4. POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Spomenik ženama optuženim i spaljenim kao vještice na autentičnoj povijesnoj lokaciji Zvezdišću - postava i manifestacija povodom starta projekta Grička vještica - Udruga Marija Jurić - Zagorka / travanj	70.000	
2.	Pozdrav iz Zagreba, digitalizacija razglednica - Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu / kroz god.	30.000	30.000
3.	Najromantičnija mjesta grada Zagreba - 24 sata d.o.o.	20.000	
4.	Gastro ture i ture Zagreb oko Drugog svjetskog rata - obrt Netragom / kroz godinu	10.000	10.000
5.	Tematske vožnje Gornjim Gradom (Oldtimer elektro vozilo) - Eco Group / kroz godinu	20.000	20.000
6.	Mozgaonica, pametna igraonica - Metamorfoza d.o.o. / kroz godinu	20.000	20.000
7.	Secret Zagreb Quests - obrt Kazivačica / kroz godinu	10.000	10.000
8.	Doručak na travi - Centar mladih Ribnjak	15.000	15.000
9.	Hrvatska kravata na Europskom trgu - Metropol kravate	20.000	20.000
10.	Projekt turističkog panoramskog razgledavanja grada Zagreba - ZET / svibanj - rujan	10.000	10.000
11.	Segway City Tour Zagreb - Exima grupa d.o.o. / ožujak - studeni	15.000	15.000
12.	Meet Street Art(ist), razgled grada - Minuta dvije d.o.o. / ožujak - studeni	10.000	10.000
13.	Dani vitezova templara u Zagrebu - Hrvatski viteški red Templara / travanj	15.000	15.000
14.	Gornjogradske coprnice - Omnes artes d.o.o. / svibanj - kolovoz	8.000	8.000
15.	Luminoakustična vožnja Zagrebom - Bunt art j.d.o.o. / svibanj - lipanj	10.000	
16.	Discover Zagreb - AIESEC Zagreb / lipanj	10.000	10.000
17.	Zagrebački piknik u Maksimiru - Katapult event d.o.o. / lipanj - rujan	15.000	15.000
18.	Ljeto na Zrinjvcu - obrt Deno / srpanj	70.000	70.000
19.	Tajanstvene priče, edukativna interaktivna večernja tura / srpanj - kolovoz	10.000	
20.	European Music Incubator, EMI - LAB 852 d.o.o. / lipanj - prosinac	10.000	10.000
21.	Razgled grada fijakerom – obrt Kočije Habric	10.000	10.000
22.	Pristupačan Zagreb - Slopey, postavljanje kosina – Turistička agencija TravAble d.o.o.	20.000	20.000
23.	Wine and Gourmet Tour Zagreb - Wayoudo d.o.o. / travanj - prosinac	15.000	15.000
24.	Interliber - Zagrebački velesajam / studeni	30.000	
25.	Prijevoz otvorenom rikšom Zagreb - Pedicab d.o.o.	10.000	10.000
26.	Drive in kino Zagreb	10.000	10.000
27.	Zagreb Truffle Garden, obilazak putevima tartufa - Truffle Garden d.o.o.	10.000	10.000
28.	More knjiga - Lumen izdavaštvo	15.000	15.000
29.	NEPLANIRANO	30.000	
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	548.000	378.000

RB	Eno i gastro	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Pink Day - Udruga žene i vino / ožujak	10.000	10.000
2.	Vinoljupci u Kurelčevoj ulici - Udruga Vinoljupci / lipanj	10.000	10.000
3.	ZZZagreb Delimano Food Festival (Zagrabi, Zagrebi, Zagreb Food festival) - Manifestacija studio j.d.o.o. / lipanj	20.000	20.000
4.	Gastro dani i Gastro forum - Udruženje ugostitelja Zagreb / studeni i prosinac	80.000	80.000
5.	Mali piknik na Gornjem gradu - Udruga Mali plac / kolovoz	10.000	10.000
6.	Food Film Festival - S2 d.o.o. / rujan	20.000	20.000
7.	Gatro Best Fest - S2 d.o.o.	15.000	15.000
	UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO	165.000	165.000

RB	Sport	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Svjetski skijaški kup Audi FIS SKI World Cup Vip Snow Queen Trophy - Hrvatski skijaški savez / siječanj	3.400.000	3.400.000
1.2.	Obilježavanje 50. godišnjice 1. utrke FIS Svjetskog skupa u alpskom skijanju - Hrvatski skijaški savez / siječanj	300.000	300.000
1.3.	IV Hrvatske svjetske igre - Hrvatski svjetski kongres	101.200	101.332
1.4.	26. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	25.000	25.000
2.	11. Svjetski kup juniorke floret / Memorijal V. Mažuranić, međunarodni turnir u mačevanju - Hrvatski mačevalački savez / siječanj	10.000	10.000
3.	Doping nije hOkej 2017. - Klub hokeja na ledu Zagreb	10.000	10.000
4.	Miting sv. Patrika, plivačko natjecanje za djecu - Plivački klub Novi Zagreb / ožujak	5.000	5.000
5.	Supermaraton Od Kaptola do Kaptola - Športska zajednica grada Čazme / ožujak	8.000	8.000
6.	25. Velika nagrada Zagreba / travanj i 29. Kepertov memorijal / rujan - Yacht Club Zagreb	10.000	10.000
7.	Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj	10.000	10.000
8.	Victor Croatia International - Hrvatski badmintonski savez / travanj	7.000	7.000
9.	Bubamara Cup i Gothia kup, nogometni turniri - Nogometni klub Bubamara	10.000	10.000
10.	2. Međunarodni Kup grada Zagreba u kajakaškom maratonu, SUP-u i Dragon boat čamcima, Zagreb Open Water Festival - Kajak kanu klub Matija Ljubek / svibanj	10.000	10.000
11.	Svjetski kup u obaranju ruku - Hrvatski savez za obaranje ruku / svibanj	10.000	10.000
12.	WDSF Zagreb Open 2017. - Športski plesni klub Optimus / svibanj	30.000	30.000
13.	ISBO Speedminton Croatia Open - Hrvatski speed badmintonski savez / svibanj	5.000	5.000
14.	Holi Run & Fest - Zdrave ideje j.d.o.o. / svibanj	20.000	20.000

15.	Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj	7.000	7.000
16.	32. Zagrebački rally - Oldtimer klub Zagreb / lipanj	5.500	5.470
17.	20. Međunarodna veslačka regata Jumbo - Veslački klub Jarun / lipanj	5.000	5.000
18.	Međunarodna biciklistička utrka Hrvatska - Slovenija - Biciklistički klub Zagreb / kolovoz	7.000	7.000
19.	Zagreb Open - Klub odbojke na pijesku Zagreb / rujan	7.000	
20.	19. Jastreb Open, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastreb / studeni	15.000	15.000
21.	Europsko prvenstvo u kvizu - Hrvatski kvit savez / studeni	10.000	10.000
22.	32. Zlatni medvjed, međunarodno prvenstvo u umjetničkom klizanju za juniore - Klizačko koturaljaški klub Medveščak / studeni	7.000	7.000
23.	Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac	25.000	25.000
24.	Kutija šibica, turnir u malom nogometu - ZGH, ustanova Upravljanje športskim objektima / prosinac	15.000	15.000
25.	Zagrebački noćni cener, utrka - Udruga Aktivan život	10.000	10.000
26.	Arctic breath, Svjetski rekord u ronjenju - Nemo Adria d.o.o.	10.000	10.000
27.	5. Underwater Photo Marathon, smještaj sudionika - Hotel Jadran	5.700	5.685
28.	EOL solution, Dancestar, plesačko natjecanje	10.000	10.000
29.	Utrka Brzi i žestoki, Autoklub Brzina	15.000	15.000
30.	Plesno natjecanje, udruga Bambi kids	15.000	15.000
31.	Rukometni turnir - RK Dubrava	5.000	5.000
32.	NEPLANIRANO	30.000	10.000
	Winter International KIDS DANCE OPEN - Bambi Kids		10.000
	UKUPNO SPORT	4.175.400	4.148.487

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	HK Medveščak	250.000	250.000
2.	NK Dinamo	562.000	562.500
3.	RK Zagreb	300.000	300.000
4.	VK Mladost	480.000	480.000
5.	KK Cibona	480.000	480.000
6.	KK Cedevita	250.000	250.000
7.	I.A.A.F. - Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting – Atletski klub Dinamo Zrinjevac/rujan	1.300.000	1.300.000
8.	Radio emisija Iz Zagreba po Hrvatskoj – Udruga Tonkica palonkica frrr	40.000	20.000
9.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni	150.000	150.000
10.	Minoranze, dvojezični časopis – Agencija Roma d.o.o.	96.000	96.000
11.	Zagreb Children FIS i međunarodno kadetsko natjecanje u alpskom skijanju - Zagrebački skijaški savez / siječanj - veljača	25.000	25.000
12.	Ljetni Karoca cup – Konjički klub Karoca	42.000	42.000

13.	Tour of Croatia, Race through the natural beauty - Top sport events d.o.o. / travanj	200.000	200.000
14.	Lisinski pleše pod maskama – KD Vatroslav Lisinski	50.000	50.000
15.	Ja BIH...- Udruga za promicanje kulture i umjetnosti Ja BIH...Zagreb i Udruženje za promociju kulture i umjetnosti "jabih"...Sarajevo / svibanj - lipanj i rujan	10.000	10.000
16.	Miss Universe Hrvatske - Media produkcija d.o.o.	20.000	20.000
17.	Pink Wink Production d.o.o.	50.000	50.000
18.	Zagrebačka pjesnička šetnja, film - Društvo prijatelja prirodnih ljepota Slunja i Rastoka	25.000	25.000
19.	4. Tjedan dizajna Zagreb - Scuderia d.o.o.	100.000	100.000
20.	Euro U 17 nogometno natjecanje - Hrvatski nogometni savez	100.000	100.000
21.	Nikola Tesla Rally Croatia 2017. - E.V.A. BLUE d.o.o.	50.000	50.000
22.	Tesla anonimus na Tesla Cro Touru - GDK Gavella	50.000	50.000
23.	Lađarska utrka Zagreba 2017. - Udruga Lađara Neretve	40.000	40.000
24.	1. Bečki bal u Zagrebu - Lions klub Zrinjevac	30.000	30.000
25.	43. Ina Delta Rally - Auto Klub INA Delta	40.000	40.000
26.	Izložba Barokni sjaj Venecije - MUO	30.000	30.000
27.	Izbor Miss sporta Hrvatske - Obrt Mrvec	10.000	10.000
28.	Dani satire Fadila Hadžića - Kazalište Kerempuh	80.000	80.000
29.	WeLoveSound Festival Zagreb - Sonus savjetovanje d.o.o.	50.000	50.000
30.	Izvođenje operete Vesela udovica u Klovićevim dvorima - Opera B.B.	25.000	25.000
31.	Izložba Jagode Buić u Rimu - Oris d.o.o.	60.000	60.000
32.	Izložbeni projekt Nikola Tesla, Mind from the future - Real Grupa d.o.o.	250.000	250.000
33.	Hrvatski skijaški savez - projektne aktivnosti	500.000	500.000
34.	Neraspoređeno	500.000	418.250
	Bečki bal		32.250
	Zagrebačke filharmonija - gostovanje u Beču		200.000
	Zlatna igla		40.000
	Bal Crvenog križa		50.000
	Časopis Minoranze - Agencija Minoranze		96.000
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM	6.245.000	6.143.750

RB	Božićna i novogodišnja događanja	Plan 2017.	Preraspodjela	Ostvareno 2017.
1.	Advent i Nova godina na Trgu bana Jelačića - KD Vatroslav Lisinski	250.000	250.000	250.000
2.	Zagrebačka božićna bajka - Pepermint d.o.o.	120.000	100.000	70.000
3.	Advent na Zrinjercu - Katapult event d.o.o. i Prggin d.o.o.	250.000	250.000	249.347
4.	Žive božićne jaslvice - Udruga S.I.D.R.O. i Udruga Sv. Lovro	30.000	30.000	30.000
5.	Klinci s Ribnjaka, Božićni koncert - KUD Vedra nota	5.000	5.000	5.000
6.	ArtOmat - Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	30.000		
7.	Advent u Maloj sceni - Kazalište Mala scena	10.000	10.000	10.000

8.	S Božićnih balkona u Zagrebu, 4 koncerta - Umjetnička organizacija Ad gloriam brass	40.000	40.000	40.000
9.	Advent na drukčiji način - Omnes Artes d.o.o.	10.000	10.000	10.000
10.	Fuliranje - Kokoš ili Jaje d.o.o.	70.000	100.000	100.000
11.	Blagdan Sv. Nikole - Dječji folklorni susreti na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje	7.000	7.000	7.000
12.	Advent na Europskom trgu - Svibanj projekt d.o.o.	200.000	200.000	200.000
13.	Klizalište na Tomislavovom trgu - Katapult koncept d.o.o.	800.000	800.000	472.556
14.	Božićni bor - darivanje gradu prijatelju	150.000	150.000	25.058
15.	Dizajn District Advent - Superstudio Design Projects d.o.o.			
16.	Međunarodni glazbeni festival adventskih i božićnih pjesama u Zagrebu - Udruga Musica nota	30.000	30.000	30.000
17.	Delnička adventska bajka - TZ Delnice	5.000	5.000	5.000
18.	Adventska dvorišta - Katapult promocija d.o.o.			
19.	Modni Advent Oktogon - Hrvatska modna udruga Kombinat	80.000		
20.	Rudolfova božićna čarolija, Advent na trgu J.J. Strossmayera	120.000		
21.	6. Barbarinje u Rudama - KUD Oštrc	5.000	5.000	5.000
22.	Adventske svečanosti - Udruga Ozana	5.000	5.000	5.000
23.	Advent na Velesajmu/Odluka TV Caffè de Matoš	50.000	50.000	50.000
24.	Advent u Tunelu Grič - Status grupa d.o.o.	240.000	257.000	257.000
25.	Advent u Marićevom prolazu - Status grupa d.o.o. Odluka TV+ 69.000	47.000	47.000	116.000
26.	Advent u Dežmanovoj - Velvet Priredba d.o.o.	100.000		
27.	Advent na Vranicanijevoj poljani - Svibanjprojekt d.o.o.	200.000	270.000	270.000
28.	Advent na Štrošu - Dobra nota	150.000	250.000	250.000
29.	Advent u Klovićevim dvorima - FHR d.o.o.	60.000	100.000	100.070
30.	Strauss u Oktogonu	25.000	25.000	30.000
32.	Agramerski Advent Express - Backo	30.000	30.000	30.000
33.	Advent Classic Fest u Mimari - Prvi glas d.o.o	40.000	40.000	40.000
34.	Advent Run, utrka - Run Croatia j.d.o.o.	10.000	10.000	10.000
35.	Adventski vijenac na Manduševcu - Superstudio Design Projects d.o.o.	30.000	30.000	30.000
36.	NEPLANIRANO	300.000	393.000	419.408
	Vila Prekrižje			147.545
	Advent u Hrvatskom željezničkom muzeju			162.157
	Adventske kugle - popravak i prijevoz			9.238
	Adventsko ukrašavanje zgrade Glavnog kolodvora			100.240
	Odabir najbolje adventske lokacije - glasačka kutija			229
	UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA	3.499.000	3.499.000	3.116.439

Odlukom TV napravljena je preraspodjela sredstava u prethodnoj tablici.

RB	Kultura	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj	100.000	100.000
1.2.	Cvjetna fantazija na jezeru, manifestacija u sklopu Floraart-a - Hrvatska udruga profesionalnih cvjećara aranžera HUPCA	30.000	30.000
1.3.	Zagreb pozdravlja Austriju - Status grupa d.o.o. / lipanj	150.000	150.000
1.4.	51. Međunarodna smotra folklor - KD Vatroslava Lisinskog / srpanj	60.000	60.000
1.5.	Ljetne noći teatra Exit - Teatar Exit / kolovoz	50.000	50.000
1.6.	Ljeto u MSU - 24 sata d.o.o. i Muzej suvremene umjetnosti / lipanj i srpanj	40.000	40.000
1.7.	Medvedgradske glazbene večeri - Centar za kulturu i film Augusta Cesarca / srpanj	40.000	40.000
1.8.	Bijela noć	450.000	419.131
1.9.	Hrvatsko narodno kazalište - Dan otvorenog trga	50.000	50.000
1.10.	Art park Zagreb, revitalizacija parka pored Tomičeve - udruga Preuredi moju pumpu / svibanj - rujan	75.000	75.000
2.	Design District Zagreb - Superstudio Design Projects d.o.o. / lipanj	150.000	150.000
3.	Predstave kazališta Moruzgva s engleskim titlovima / kroz godinu	10.000	10.000
4.	ETNOSphere, programi za turističke grupe - MAUL j.d.o.o. / kroz godinu	15.000	15.000
5.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj	20.000	20.000
6.	25. Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasijske baštine / ožujak	30.000	30.000
7.	Muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj	30.000	30.000
8.	Opera u skrivenim prolazima - Hrvatsko narodno kazalište / travanj - listopad	35.000	
9.	HOERSPIEL: mala igra za slušanje (i gledanje), radiofonični mjuzikl u agramerskom duhu - Multimedijalna koliba Zagreb jesen i zima	20.000	20.000
10.	JAZZ projekti - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu	25.000	25.000
11.	Dobrotvorni novinarski bal - Hrvatsko novinarsko društvo / travanj	10.000	10.000
12.	Klinci s Ribnjaka, programi kroz godinu- KUD Vedra Nota	20.000	20.000
13.	Markov sajam, Srednjovjekovni sajam starih zanata - TZ grada Koprivnice i udruga Cestagram / lipanj	40.000	40.000
14.	2. Međunarodni saksofonističko natjecanje Josip Nohta - Muzička akademija sveučilišta u Zagrebu / travanj	10.000	10.000
15.	30 godina Branimirove - Udruga preuredi moju pumpu i Grafiti na Gradele / svibanj		
16.	Extreme Beethoven - udruga Zvuci tišine / od svibnja	10.000	10.000
17.	Svjetski dan glazbe - Hrvatska glazbena unija / lipanj	10.000	10.000
18.	Večeri Petrice Kerempuha na Opatovini, koncerti - Društvo prijatelja prirodnih ljepota Slunja i Rastoka / lipanj	15.000	15.000
19.	Kesten terasa - udruga Kadenca / lipanj - kolovoz	10.000	10.000

20.	Klupska kazališno-glazbeno-filmska scena AMADEO - Udruga Scena Amadeo / lipanj - rujan	50.000	50.000
21.	Svi dokazi upućuju na ZKM - Zagrebačko kazalište mladih / prosinac	20.000	20.000
22.	Zvuci Opatovine - Studentski KUD Ivan Goran Kovačić / rujan	15.000	15.000
23.	12. Međunarodni festival komorne glazbe ZAGREB KOM 12 - Umjetnička organizacija Zagrebački međunarodni festival komorne glazbe / listopad	15.000	15.000
24.	Europska noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava i Dječje kazalište Dubrava / studeni	15.000	15.000
25.	Glazba u zagrebačkim crkvama		
25.1.	Glazbene kulise u Katedrali - Udruga A-dur / ožujak - prosinac	15.000	15.000
25.2.	Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad	25.000	25.000
25.3.	Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad	25.000	25.000
25.4.	5.sezona ansambla Duo de novo - Ansambl Duo de novo / lipanj - srpanj	15.000	15.000
25.5.	Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan	25.000	25.000
26.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih	10.000	10.000
27.	Biljke i svirke, Botanički vrt - Biljke i svirke d.o.o.	20.000	20.000
28.	Platforma.HR - Plesni centar Tala	5.000	5.000
29.	Izložba Zagrebačke vedute	5.000	5.000
30.	Udruga Međunarodno violinističko natjecanje Vaclav Hum	15.000	15.000
31.	NEPLANIRANO	40.000	
	UKUPNO KULTURA	1.820.000	1.714.131

RB	Moda	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Modna revija 81. Zlatna igla Zagreba - Udruženje obrtnika grada Zagreba / listopad	20.000	20.000
2.	Fashion Week Zagreb/Cro a porter / svibanj	40.000	40.000
3.	NEPLANIRANO	20.000	
	UKUPNO MODA	80.000	60.000

RB	Festivali	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Festival svjetla - Lumigea d.o.o. / veljača	1.654.000	1.653.013
1.2.	Festival Sv. Marka, Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe - Markofest d.o.o. / travanj - svibanj	60.000	60.000
1.3.	Međunarodni festival vatrometa - Mirnovec pirotehnika d.o.o. / lipanj	60.000	60.000
1.4.	Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj - lipanj	220.000	220.000

1.5.	Ljeto na Štrosu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca / svibanj - rujan	160.000	160.000
1.6.	35. Večeri na Griču - KD Vatroslav Lisinski / srpanj	70.000	70.000
1.7.	INmusic festival - Vibro limes d.o.o. / lipanj	600.000	600.000
1.8.	Festival svjetskog kazališta - HNK / rujan	150.000	150.000
2.	Reflektor - Art & Music festival - Ustanova Koncertna dvorana tvornica kulture	40.000	40.000
3.	11. Festival tolerancije, JFF Zagreb - Festival suvremenog židovskog filma Zagreb / siječanj	50.000	50.000
4.	Zagrebački festival - Hrvatsko društvo skladatelja / siječanj	15.000	15.000
5.	Zagreb Guitar Festival - Glazbena škola Bonar / ožujak	20.000	20.000
6.	19. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou i retrospektivna izložba Hermanna Huppena - Udruga Crtani romani šou / svibanj	15.000	15.000
7.	17. međunarodni Naj, naj, naj festival - GK Žar ptica / travanj	10.000	10.000
8.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj	10.000	10.000
9.	Accordeon Fest in Zagreb - Art studio Ivana d.o.o. / lipanj	10.000	10.000
10.	Međunarodni festival folklor Zagreb - Velika Gorica – FA Turopolje / srpanj	10.000	10.000
11.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj	25.000	25.000
12.	Crossover festival Ribnjak - Katapult event d.o.o. / srpanj	50.000	50.000
13.	9. Međunarodni festival suvremene fotografije Novi svijet - Fotografska udruga Organ vida / rujan	20.000	20.000
14.	Musica maxima, festival komorne glazbe i koncertna sezona - Zagrebački komorni orkestar / rujan	15.000	15.000
15.	50. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan	15.000	15.000
16.	10. Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT (Blind in Theatre) - Dramski studio slijepih i slabovidnih Novi život / listopad	15.000	15.000
17.	Chansonfest - Umjetnička organizacija Chansonfest / studeni	5.000	5.000
18.	Zagrebački harfistički festival - Umjetnička organizacija Hathor / travanj	40.000	40.000
19.	Kliker festival - Umjetnička organizacija VRUM	10.000	10.000
20.	Zmajurjevo na Ribnjaku - Red čuvara grada Zagreba	15.000	15.000
21.	Swanky Pop Up Summer Garden Tuškanac - Urban Entertainment j.d.o.o.	60.000	60.000
22.	Festival Tko pjeva zlo ne misli - Pepermint d.o.o.	15.000	15.000
23.	NEPLANIRANO	50.000	
	UKUPNO FESTIVALI	3.489.000	3.438.013

RB	Filmski projekti	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / veljača	30.000	30.000
2.	Screen on the Green, filmske projekcije - Via Solis d.o.o. / svibanj - lipanj	15.000	15.000
3.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / lipanj	15.000	15.000
4.	Ljetno kino Gradec - Udruga Kadenca / lipanj - rujan	50.000	50.000
5.	Noć hrvatskog filma i novih medija - Umjenička organizacija Noć hrvatskog filma i novih medija / lipanj	15.000	15.000
6.	Fantastik Zagreb film festival - Lot 28 studio d.o.o. / lipanj - srpanj	40.000	40.000
7.	12. Zagreb film festival - Umjetnička organizacija Zagreb film festival / listopad	30.000	30.000
8.	Fil(m)harmonija:Zagrebačka filharmonija u kinu Europa - Umjetnička organizacija Zagreb Film Festival i Zagrebačka Filharmonija / studeni 2016. - ožujak 2017.	25.000	25.000
	UKUPNO FILMSKI PROJEKTI	220.000	220.000

RB	Suradnja s TZ - predstavljanje manifestacija u Zagrebu	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	TZG Čakovca / srpanj	7.000	7.000
2.	TZG Lepoglave / kolovoz	7.000	7.000
3.	TZG Nova Gradiška / kolovoz	7.000	7.000
4.	TZ Hrvatske Kostajnice	7.000	7.000
5.	TZ Slavanskog Broda	7.000	7.000
6.	TZ Županje, Šokačko sijelo	7.000	7.000
	TZ Krapine, glumački festival	15.000	15.000
7.	NEPLANIRANO	7.000	
	UKUPNO SURADNJA S TZ	64.000	57.000

RB	Suradnja s udrugama	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac	5.000	2.701
2.	Kulturno - umjetničke manifestacije u Sesvetama - Narodno sveučilište Sesvete / kroz godinu	70.000	70.000
3.	Hrvatska etno kuća Materina priča - Udruga hrvatska kuća Materina priča / kroz godinu	10.000	10.000
4.	Društvo turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije / kroz godinu	15.000	15.000
5.	10. Jubilarna međunarodna Blagijada - Gljivarsko društvo Kamilu Blagić / lipanj	5.000	5.000
6.	Pozdrav proljeću - Udruga priroda za sve	10.000	10.000
7.	NEPLANIRANO	10.000	
	UKUPNO SURADNJA S UDRUGAMA	125.000	112.701

RB	Suradnja s KUD-ovima	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Prigorski dan u KD Vatroslav Lisinski - Udruga kulturno-umjetničkih društava zagrebačkog Prigorja Prigorski dan / ožujak	5.000	5.000
2.	Jurjevski običaji na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje / travanj	7.000	7.000
3.	Međunarodni folklorni festival djece i mladih - KUD Preslica / lipanj	7.000	7.000
4.	Fašnik u Zagrebu i Sesevski fašnik - KUD Prepuštovec / veljača - ožujak	10.000	10.000
5.	Martinje (Martin je u Zagrebu) - KUD Prepuštovec / studeni	10.000	10.000
	UKUPNO SURADNJA S KUD-ovima	39.000	39.000

RB	Donacije u kulturi	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Muzej za umjetnost i obrt	30.000	
2.	Muzej grada Zagreba	30.000	30.000
3.	Etnografski muzej	30.000	30.000
4.	Etnografski muzej, Maske	12.000	12.000
5.	Izložba Dagmar Meneghello - Hvar u Zagrebu	80.000	80.000
6.	Muzej suvremene umjetnosti	30.000	30.000
7.	Muzej suvremene umjetnosti - izložba Minkkinen	50.000	50.000
8.	Umjetnički paviljon	80.000	80.000
9.	Umjetnički paviljon, izložba Šuma cvijeće	30.000	30.000
10.	Hrvatski prirodoslovni muzej	30.000	30.000
11.	Arheološki muzej	30.000	30.000
12.	Muzeji Ivana Meštrovića - Atelijer Meštrović Zagreb	30.000	30.000
13.	Muzej iluzija	30.000	30.000
14.	Muzej prekinutih veza - MBR kolektiv d.o.o.	50.000	50.000
15.	Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović	20.000	20.000
16.	Javna ustanova Park prirode Medvednica	30.000	30.000
17.	Moderna galerija	15.000	15.000
18.	Hrvatsko narodno kazalište	25.000	25.000
19.	Zagrebačke mažoretkinje	25.000	25.000
20.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado	100.000	100.000
21.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	30.000	30.000
22.	Ustanova Zoološki vrt grada Zagreba	7.000	7.000
23.	Udruga Lauba	40.000	40.000
24.	HAZU, izložba Bućan	7.000	7.000
25.	NEPLANIRANO	20.000	
	UKUPNO DONACIJE	861.000	811.000
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	21.330.400	20.403.520

PRILOG 5. POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane	25.000	34.508
2.	Uskrsne pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj	37.700	37.639
3.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
3.1.	Promenadni koncerti na Zrinjevcu - udruga Cestagram / srpanj - kolovoz	200.000	128.479
3.2.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - Centar za tradicijsku kulturu Etnoteka / travanj - listopad	350.000	256.716
3.3.	Tajne Griča, noćna gornjogradska interaktivna tura - Udruga za očuvanje kulturne baštine Katapult / svibanj - rujan	250.000	250.000
3.4.	Projekt oživljavanja Gornjeg grada srednjovjekovnim viteзовima - Red Srebrnog zmaja / travanj - listopad	40.000	40.000
3.5.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / travanj - listopad	110.000	110.000
3.6.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad	650.000	650.000
3.7.	Vergl na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / travanj - listopad	30.000	30.000
3.8.	Folklorna ljetna scena za turiste		
	HSPD Podgorac	9.500	9.500
	HKUD Prigorec Markuševac	9.500	9.500
	FA Turopolje	9.500	9.500
	KUD Valentinovo	9.500	9.500
	FA Vrapčanci	9.500	9.500
	FIS Remetski muzikaši i puce	9.500	9.500
	KUD Frankopan – Remete	9.500	9.500
	KUD Okička trešnja	9.500	9.500
	KUD Bukovac	9.500	9.500
	FA SKUD-a Ivan Goran Kovačić	9.500	9.500
	KUD Stenjevec	9.500	9.500
	HKUD Bosiljak	9.500	9.500
	KUD Klas Podsused	9.500	9.500
	KUD Sv. Ana	9.500	9.500
	FA Zagreb-Markovac	9.500	9.500
	KUD Prigorski zdenec	9.500	9.500
	HSPD Sljeme Šestine - Zagreb	9.500	9.500
3.9.	Kumice s Dolca, ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / travanj - listopad	30.000	37.158
3.10.	Promenadni koncerti u Maksimirskom perivoju - Ansambl salonske i promenadne glazbe AS / nedjeljom travanj-listopad, KD Vatroslava Lisinkog i Centar za tradicijsku kulturu Etnoteka	110.000	79.208
3.11.	Promenadni koncerti Puhačkog orkestra ZET-a u Maksimiru - Puhački orkestar ZET-a / nedjeljom svibanj - listopad	80.000	80.000
3.12.	Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - udruga Cestagram i udruga Zagrebački cinkuši / lipanj - rujan	200.000	200.762

3.13.	Plesne večeri na Zrinjvcu - Udruga Cestagram i Katapult event d.o.o. / petkom / kolovoz	195.000	172.400
4.	Dvorišta, otvaranje gornjogradske dvorišta i vrtova - Katapult event d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / srpanj	140.000	140.000
5.	Novogodišnji koncert tamburaškog orkestra u HNK za turiste	100.000	
6.	Uskrсни koncert folklornih društava za turiste GK Komedija / travanj	58.500	58.242
7.	Dan grada Zagreba, posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada, koncert Zagrebačke filharmonije (KDZ) te ostali programi / svibanj	6.900	6.837
8.	Zagreb Tourfilm Festival, međunarodni festival turističkog filma - Balduči film d.o.o. / lipanj	300.000	300.038
9.	Floraart u Tunelu Grič	97.000	96.875
10.	Opatovina Music Jam, glazbeni nastupi na Opatovini	91.000	90.875
11.	Akupunktura grada - R inovacija d.o.o.	87.000	86.875
12.	Croatia je Hrvatska, izložba u Tunelu Grič	20.000	5.070
13.	NEPLANIRANO	50.000	
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ	3.419.600	3.053.181

PRILOG 6. VOLIM ZAGREB

RB	Volim Zagreb	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Ekološko edukativna zaštita podsljemenskih potoka, posebno potoci Bliznec i Štefanovec - SRU Bukovac - Maksimir / svibanj - rujan	10.000	10.000
2.	Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće - Gradski ured za obrazovanje / svibanj	10.400	10.349
3.	Dan ljubaznosti u prometu - PU Zagrebačka / svibanj	8.500	8.489
4.	Podsusedske svečanosti - Udruga za zaštitu okoliša EKO-2000 / rujan-studeni	7.000	7.000
5.	Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj - svibanj	11.600	11.528
6.	Sljeme Star Party u hotelu Tomislavov dom u Parku prirode Medvednica - Astronomsko društvo Beskraj	10.000	10.000
7.	Dječji ljetni kamp - ustanova Upravljanje sportskim objektima / lipanj - srpanj	5.000	
	UKUPNO VOLIM ZAGREB	62.500	57.366

PRILOG 7. OGLAŠAVANJE
OGLAŠAVANJE TURIZAM

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Iće i piće	revija	Hrvatska		
2.	In Your Pocket	vodič+karta	Zagreb, Austrija	30.000	30.000
3.	Jutarnji list	dnevne novine	Hrvatska	55.000	63.995
4.	Restaurant & Hotel	revija	Hrvatska	5.000	5.000
5.	UT magazin + City break	revija	Hrvatska	20.000	19.875
6.	UHPA	godišnji katalog	inozemstvo	9.000	8.125
7.	Zagreb moj grad	mjesečnik	Hrvatska	40.000	40.000
8.	Virtuoso Traveler	revija	SAD	61.000	
9.	Esplanade Magazine	mjesečnik	Hrvatska	20.000	23.125
10.	Oglasi - Večernji list	prilog dnevnih novina	Hrvatska	30.000	32.148
11.	Oglas u Slobodnoj Dalmaciji	prilog dnevnih novina	Hrvatska	15.000	10.000
12.	Oglas Tip Travel	on-line magazin	Hrvatska/svijet	20.000	18.750
13.	Place2Go	revija	Slovenija	10.000	10.000
14.	Hrvaška 2017.	prilog dnevnih novina	Slovenija	6.000	5.389
15.	Dnevnik	prilog dnevnih novina i on line portal	Slovenija	5.000	4.217
16.	Insight Design Guide	vodič	Hrvatska	30.000	29.925
17.	World Horizons	revija	Njemačka	16.000	
18.	Advertoriali u Velikoj Britaniji-zakup od strane agencije Hills Balfour	revije, časopisi+ online	Velika Britanija	100.000	98.601
19.	4 Seasons Croatia	katalog-medicinski	svijet	17.000	16.975
20.	Horizont	revija turizam	Slovenija	5.000	4.997
21.	Adriatic News	revija	Rusija	19.000	18.750
22.	FTI	godišnji katalog	Njemačka, Austrija	27.000	28.273
23.	TUI	godišnji katalog	Njemačka, Austrija	28.000	28.154
24.	Horizon Monde	magazin	Francuska	16.000	16.000
25.	Advertoriali u Italiji- zakup od strane agencije	revije, časopisi+ online	Italija	150.000	150.089
26.	Acta Turistica	stručni časopis	Hrvatska, svijet	10.000	
27.	Kompas Praha ljeto na Jadranu	katalog	Češka	10.000	9.382
28.	Nacionalna revija turizam 2017.	katalog	Srbija	5.000	4.430
29.	EDM-TTG Middle East & North Africa	online	GCC regija	5.000	4.666
30.	TTG Middle East & North Africa	online	GCC regija	7.000	7.007
31.	HI EUROPE	časopis	Europa, Kina	7.000	6.512
32.	Croatica Magazin	knjiga	Mađarska	2.000	
33.	Le Quotidien du Tourisme	časopis	Francuska	13.000	12.120
34.	Lufthansa magazin	inflight magazin	Njemačka, svijet	47.000	47.132
35.	Neplanirano			60.000	92.697

	Časopis Apartman plus 4				12.500
	Gault and Millau Francuska				35.625
	Traveller 12/2017				35.095
	Glossy - dodatak				9.477
	UKUPNO			900.000	846.334

OGLAŠAVANJE U KONGRESNO-INCENTIVE PUBLIKACIJAMA

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Croatian Convention & Incentive Magazine	stručni časopis	Hrvatska, kongresne burze	30.000	30.000
2.	I& MI Mice Places - DIY Workbook	godišnji katalog	EU, SAD, Kanada, Azija	24.100	24.040
3.	Kongres Magazine	stručni časopis	Slovenija, regija	15.000	7.072
4.	Reunir ex Meedex PRO	stručni časopis	Francuska	22.100	22.089
5.	IBTM Show Diary	burzovni katalog	svijet	10.000	
6.	Biz direkt	stručni časopis	Hrvatska	8.000	8.000
7.	Poslovni dnevnik	stručni časopis	Hrvatska	20.000	20.000
8.	MPI online buyer's guide	online	svijet	5.800	5.756
9.	Conference & Meeting World	stručni časopis	svijet	11.000	10.922
10.	Poslovni turizam	specijalizirani portal	Hrvatska	15.000	15.000
11.	Conventa katalog	burzovni katalog	svijet	5.000	4.873
12.	Master Meeting Italy's Best	stručni časopis	Italija	9.500	9.309
13.	Poslovni savjetnik	stručni časopis	Hrvatska	10.000	10.000
14.	SEEBtm magazin	stručni časopis	Regija	14.000	13.993
15.	"PUNTO MICE" Croatia Report	stručni časopis	Španjolska	17.000	17.097
16.	Meetings International Magazine	BIR (Business intelligence report)	svijet	20.000	19.892
17.	Experiental planner handbook	priručnik	Indija	13.000	12.929
18.	Lider	časopis	Hrvatska	7.500	7.500
19.	Partance MICE Magazin	stručni časopis	Francuska	15.000	14.144
20.	Neplanirano			20.000	
	UKUPNO			292.000	252.617

PRILOG 8. BROŠURE I SUVENIRI**BROŠURE**

RB	Naziv	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Brošura – Sve boje grada	250.000	183.213
2.	Brošura – Korak po korak	350.000	301.752
3.	Brošura – Zagrebačka okolica	200.000	125.589
4.	DVD Zagreb turistički	100.000	100.375
5.	Monografije i knjige- razno	5.000	
6.	PROGRAM PRIREDBI/INFO	500.000	472.691
7.	Plan grada – letak	500.000	343.500
8.	Novine Zagreb4You	240.000	239.250
9.	Zagreb Gay Guide	13.000	12.500
10.	Zagreb Culture & Events Guide	120.000	118.025
11.	Zagreb opći vodič - novi	300.000	326.825
12.	Zagrebački Vremeplov - brošura	53.000	52.500
13.	Eat Zagreb-gastro vodič	30.000	25.000
14.	Letak "Sigurni na odmoru"	2.000	1.900
15.	Zagreb Times novine	700.000	712.500
16.	Time Out Zagreb	340.000	335.840
17.	Kongresna brošura	10.000	9.350
18.	Dotisak letaka Park prirode Medvednica	17.000	17.000
19.	Knjiga Made In/Projekt Ilica	9.000	8.160
20.	NEPLANIRANO	51.000	56.892
	Knjiga - Kako mrežom uhvatiti goste		16.002
	Karta - Advent u Zagrebu		37.500
	Letak - Advent u vili Prekrižje		3.390
	UKUPNO	3.790.000	3.442.861

SUVENIRI

RB	Naziv	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Kalendari	20.000	6.413
2.	Kemijske olovke - razne	40.000	20.000
3.	Licitarska srca	400.000	352.844
4.	Magneti	100.000	100.088
5.	Majice sa dotiskom	60.000	59.554
6.	Privjesci - licitar	165.000	165.000
7.	Rokovnici	30.000	36.250
8.	Vezice za mobitel	100.000	100.381
9.	USB stick	250.000	256.250
10.	Stolni kalendar	10.000	5.990
11.	Oznaka (name tag) za prtljagu	170.000	168.738
12.	Promotivne vrećice (EKO, papirnate male i A4)	170.000	170.004
13.	Lepeza - Zagrebački vremeplov	40.000	39.900
14.	Press mapa TZGZ	10.000	9.369
15.	Adventska dekica	45.000	29.700
16.	Adventska čokolada	30.000	22.000
17.	Putni jastuk	15.000	15.113
18.	Razglednice	8.000	7.439
19.	NEPLANIRANO	57.000	44.017
	Adventski ukrasi		44.017
	UKUPNO	1.720.000	1.609.047

PRILOG 9. SAJMOVI I PREZENTACIJE
SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
		AUSTRALIJA				
1.	Sydney	Travel Industry Expo	21.- 22.8.	8	232.000	280.589
		BUGARSKA				
2.	Sofija	International Tourism Exhibition	14.- 16.2.	12	30.000	29.135
		HRVATSKA				
3.	Zagreb	Place2go	16.- 18.3.		37.000	37.000
		INDIJA				
4.	Mumbai	OTM	18.- 20.1.	12	85.000	85.024
		JAPAN				
5.	Tokyo	JATA	rujan	15	88.000	66.170
		JUŽNA KOREJA				
6.	Seoul	HITS	lipanj	18	56.000	55.729
		KANADA				
7.	Montreal	Int. Tourism & Travel Show	listopad	12	70.000	63.649
		KINA				
8.	Hong Kong	ITE	14.- 17.6.	9	90.000	90.337
9.	Shanghai	ITB China	16.- 18.5.	9	57.000	56.205
		RUMUNJSKA				
10.	Bukurešt	Romanian Tourism Fair	22.- 25.2.	12	45.000	44.760
		SAD				
11.	New York	Times Travel Show	26.- 28.1.	9	85.000	84.134
12.	Los Angeles	Travel and Adventure Show	24.- 25.2.	9	73.000	72.441
		ŠPANJOLSKA				
13.	Barcelona	SITC	20.- 22.4.	9	47.000	46.611
		SINGAPUR				
14.	Singapore	ITB Asia	listopad	18	150.000	147.122
15.	NEPLANIRANO				20.000	38.480
	Stockholm					34.480
	UKUPNO				1.165.000	1.197.385

NASTUPI S HTZ-om

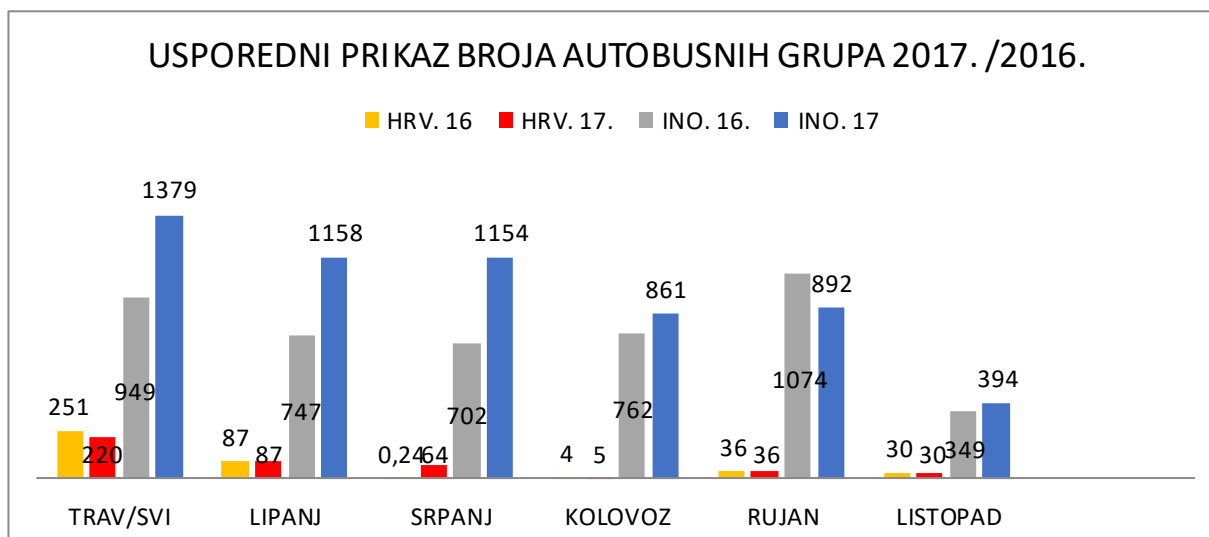
RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
		AUSTRIJA				
1.	Beč	Ferienmesse	11.-14.1.	5	33.000	32.707
		FRANCUSKA				
2.	Pariz	MAP	15.-18.3.	5	49.000	48.770
		ITALIJA				
3.	Rimini	TTG	11.-13.10.		40.000	40.956
		NJEMAČKA				
4.	Munchen	f.r.e.e.	21.-25.2.	5	34.000	33.534
5.	Berlin	ITB	7.-11.3.	5	57.000	56.325
		RUSIJA				
6.	Moskva	MITT	13.-15.3.	4	43.000	43.047
		SRBIJA				
7.	Beograd	IFT	18.-21.2.	6	19.000	19.137
		ŠPANJOLSKA				
8.	Madrid	FITUR	17.-21.1.	7	36.000	35.311
		UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI				
9.	Dubai	ATM	22.-25.4.	4	52.000	51.918
		VELIKA BRITANIJA				
10.	London	WTM	studeni	7	100.000	92.155
	UKUPNO NASTUPI S HTZ-om				463.000	453.860
	UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ-om				1.628.000	1.651.245

PRILOG 10. REZULTATI ANKETIRANJA TURISTIČKIH GRUPA NA KAPTOLU I PALMOTIĆEVOJ UL.

Evidencija autobusnih grupa na Kaptolu i u Palmotićevoj (Vlaškoj) ulici u razdoblju *travanj – listopad, 2017. godine*

MJESEC	BROJ GRUPA			BROJ POSJETITELJA		
	HRV.	INO.	UKUPNO	HRV.	INO.	UKUPNO
TRAVANJ SVIBANJ	220	1.379	1.599	9.288	39.903	49.191
LIPANJ	87	1.158	1.245	3.369	31.794	35.163
SRPANJ	64	1.154	1.218	2.376	31.365	33.741
KOLOVOZ	5	861	866	165	24.046	24.211
RUJAN	36	892	928	1.507	24.666	26.173
LISTOPAD	30	394	424	1.093	10.727	11.820
UKUPNO	442	5.838	6.280	17.798	162.501	180.299

U promatranom razdoblju ukupno je evidentirano 6.280 autobusnih grupa što je u odnosu na 2016. godinu porast od 25,22%.



Od ukupno 6.280 autobusnih grupa koje su tijekom 6 mjeseci posjetile Zagreb, od kojih je 2.768 grupa ostvarila noćenje u Zagrebu (44%), ukazuju da je Zagreb zanimljivo odredište za posjetu.

Tablica: Popis država iz kojih je u Zagreb stigao najveći broj autobusnih grupa u razdoblju 4.-10.2017.

R.B.	DRŽAVA	Br. grupa	R.B.	DRŽAVA	Br. grupa	R.B.	DRŽAVA	Br. grupa
1.	Južna Koreja	1.827	6.	Malezija	143	11.	Francuska	99
2.	Kina	567	7.	Njemačka	134	12.	Izrael	78
3.	Japan	489	8.	Španjolska	130	13.	Poljska	75
4.	Tajvan	352	9.	Singapur	103	14.	Austrija	61
5.	Hong Kong	172	10.	Italija	103	15.	SAD	58

Među ukupno 32 države iz kojih je u Zagreb stiglo 6.280 autobusnih grupa, iz 15 država stigla je 4.391 grupa što je 69,92 %. Od tog postotka, čak 41,60 % grupa bilo je iz Južne Koreje. Također, među spomenutih 15 država, svega 6 država je iz Europe i njihov zajednički udjel u broju grupa iznosi 13,71 %, za razliku od grupa sa Dalekog istoka koje čine 58,17 % od ukupnog broju autobusnih grupa.

Ostvarena noćenja autobusnih grupa:

MJESEC	BROJ GRUPA S OSTVARENIM NOĆENJIMA			BROJ OSTVARENIH NOĆENJA		
	HRV.	INO.	UKUPNO	HRV.	INO.	UKUPNO
TRAVANJ SVIBANJ	7	671	678	579	21.180	21.759
LIPANJ	0	516	516	0	14.464	14.464
SRPANJ	2	501	503	50	16.760	15.286
KOLOVOZ	0	453	423	0	15.236	12.711
RUJAN	1	450	451	32	12.679	13.648
LISTOPAD	0	197	197	0	13.648	5.418
UKUPNO	10	2.668	2.768	661	82.625	83.286

Tablica : Popis organizatora putovanja koji su u Zagreb doveli najviše autobusnih grupa u razdoblju 4.-10.2017.

	ORGANIZATOR PUTOVANJA	SJEDIŠTE	BROJ GRUPA
1.	UNILINE	PULA	379
2.	EUROSCOPE	BEČ	362
3.	KOMPAS	LJUBLJANA	323
4.	HAPPY TOURS	DOMŽALE	268
5.	TULMARE	KOPENHAGEN	219
6.	FORTUNA TRAVEL	ZAGREB	206
7.	EUROSTAR	LONDON	180
8.	ETCON	PRAG	165
9.	KUONI	ZURICH	129
10.	MIRAMAR TRAVEL	HONG KONG	125
11.	ATLAS	DUBROVNIK	87
12.	SMART EUROPE	BEČ	86
13.	MODE TOUR	SEOUL	84
14.	EETS	BUDIMPEŠTA	80
15.	HANA TOUR	SEOUL	77
16.	ALBANIA EXPERIENCE	TIRANA	76
17.	GOOD MORNING EUROPE	PRAG	72
18.	WING OF TRAVEL	HONG KONG	67
19.	TRAFALGAR EUROPE	STANS	60
20.	G 2	LONDON	58

1.	OSNOVNA ŠKOLA	HRVATSKA RAZNO	188
2.	SREDNJA ŠKOLA	RAZNO	53
3.	UDRUGA	RAZNO	49
4.	NEMA PODATAKA	NEMA PODATAKA	38
5.	CRKVA	RAZNO	10
6.	ŠPORTSKI KLUB	RAZNO	16
7.	KUD	RAZNO	12
8.	VRTIĆ	HRVATSKA RAZNO	71

PRILOG 11. SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Ljubljana	Conventa	24.01.-25.01.	4	26.700	26.614
2.	Frankfurt	IMEX	15.05.-17.05.	4	177.700	177.658
3.	London	The Meetings Show	13.06.-15.06.	6	35.600	35.520
4.	Pariz	Reunir	21.09.-22.09.	4	45.000	43.870
5.	Las Vegas	IMEX America	16.10.-18.10.	4	100.000	72.222
6.	Barcelona	IBTM World	27.11.- 29.11.	4	193.000	164.986
7.	Neplanirano				50.000	
UKUPNO					628.000	520.870

PRILOG 12. – KANDIDATURE ZA STRUČNE SKUPOVE I POTPORE SKUPOVIMA

RB	Kandidature za stručne skupove i potpore skupovima	Plan 2017.	Ostvareno 2017.
1.	Adria Hotel Forum, Proficisor d.o.o , veljača	20.000	20.000
2.	ARTUR (Arhitektura i turizam) - Društvo arhitekata Zagreb, siječanj-lipanj	15.000	15.000
3.	International Charter Expo (ICE), Jadranski skiperi d.o.o., ožujak	20.000	20.000
4.	Animafest Scanner, Hulahop, lipanj	10.000	10.000
5.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, srpanj	15.000	15.000
6.	XIX. Kongres hotelijera, UPUHH, studeni	50.000	50.000
7.	Zagreb Security Forum, Udruga Sv. Juraj, veljača-ožujak	15.000	15.000
8.	Dani zagrebačke arhitekture, Društvo arhitekata Zagreb, svibanj	5.000	5.000
9.	8. Međunarodna konferencija o dizajnu automobila - Autor, svibanj	15.000	15.000
10.	2. Europski žanrovski forum, LOT 28 STUDIO, srpanj	10.000	10.000
11.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca u kongresnom turizmu, prosinac	10.000	10.000
12.	15 th Symposium of aquatic Microbial ecology,	15.000	15.000
13.	22nd Congress of Eu PPA, Institut za Antropologiju, kolovoz	8.500	8.272
14.	LEAP Summit 2016 - Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, svibanj	30.000	30.000
15.	EPC (EU Phycological Congress),Hrvatsko botaničko društvo, rujan	10.000	10.000
16.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez dr distrofičara HR, svibanj	5.000	5.000
17.	21. HR simpozij osoba s invaliditetom, Savez osoba s Invaliditetom SOIH, listopad	5.000	5.000
18.	JCI-EPM za 2018 dobivena kandidatura - promocija, JCI Hrvatske	10.000	10.000
19.	Meeting G 2.2 Hrvati zajedno u businessu, Roraima 5 d.o.o.	15.000	15.000
20.	Međunarodni kongres organizatora kadetskih natjecanja u alpskom skijanju, Zagrebački skijaški savez	10.000	10.000
21.	Annual Congress AEC, Muzička akademija, studeni	30.000	30.000
22.	20. bienalni međunarodni simpozij ICSD, Pravni fakultet, studeni	15.000	15.000
23.	ENOTHE 2017 Annual Meeting, Hrv. udruga radnih terap., listopad	20.000	20.000
24.	Zborski amaterizam u Hrvatskoj i regiji, Hrv. sabor kulture, prosinac	5.000	5.000
25.	REXPO, sajam investicijskih projekata, Expositum d.o.o., listopad	10.000	10.000

26.	Svjetsko prvenstvo u debati - promocija, Hrvatsko debatno društvo	20.000	20.000
27.	13. god. sastanak i 8. konferencija HEPA Europe, Kinez.fak, studeni	15.000	15.000
28.	Kongres poduzetnica JI Europe, Udruga Zagrebinfo, ožujak	20.000	20.000
29.	XV. Međ. kongres Auksologije 2020., dodatna promocija, Institut za antropologiju,	15.000	13.236
30.	7th Virtual World Congress of Dental Students, Stomat.fak., svibanj	5.000	5.000
31.	Football Fest, AB Sport Consulting d.o.o., listopad	40.000	40.000
32.	Branding Hrvatske u svijetu 3. izdanje, Udruga slavnih u Istri, ožujak	15.000	15.000
33.	TEDxZagreb-Build,Future Now, Udruga Ideje vrijedne širenja, svibanj	15.000	15.000
34.	I kongres zdravstvenog i zdravstvenog preventivnog turizma, Lux d.o.o., srpanj	5.000	5.000
35.	Investicijski forum zdravlja i zdravstvenog turizma Adriatic regije, Medicinska grupa d.o.o., listopad	10.000	10.000
36.	Konferencije "Može li hrvatski turizam 365" , Julius Rose d.o.o., listopad.	10.000	10.000
37.	Profesionalna pitanja i izazovi u Fizioterapiji, Hrvatska komora fizioterapeuta, ožujak	10.000	10.000
38.	15.Bageco symposium, kandidatura za 2019., Institut Ruđer Bošković,	9.000	9.000
39.	Potpore za candidature - neraspoređeno	158.000	129.833
	UKUPNO:	720.500	690.341

PRILOG 13. - POPIS ODRŽANIH SKUPOVA PREMA EVIDENCIJI TZGZ

	Siječanj
1.	Međunarodna konferencija o kibernetičkom kriminalu
2.	Regionalni radni sastanak NCVVO - predstavljanje računalne aplikacije za izradu ispita i ispitnih zadataka
3.	Konferencija: Dizajn u praksi
4.	Konferencija: Nova hrvatska energetska strategija
5.	Bug Future Show 2017
6.	4. Hrvatski simpozij o prevenciji i liječenju početnog raka vrata maternice s međunarodnim sudjelovanjem
	Veljača
7.	Sastanak u okviru europskog projekta "EURAXESS TOPIII"
8.	Zdravstveni forum: Suvremene metode poboljšanja učinkovitosti i dobrobiti pacijenata
9.	Radni sastanak Policijske akademije i agencije Frontex
10.	Međunarodna konferencija: Europske politike i servisi za podršku mladima pri zapošljavanju
11.	Adria Hotel Forum
12.	4. međunarodna konferencija Java zajednice u Hrvatskoj
13.	CEE GAS Confeence 2017
14.	HoReCa MeetUp konferencija
15.	Konferencija: Od teorije do prakse u jeziku struke
16.	Konferencija: Ministarstvo podataka
17.	Međunarodni znanstveni skup Meteorološki izazovi 5(MI5) i 6. međunarodna konferencija o meteorologiji i klimatologiji Sredozemlja (MetMed 6)
18.	3. regionalni Forum obiteljskog smještaja za grad Zagreb
19.	9. regionalno zasjedanje Europskog Parlamenta mladih Hrvatske
20.	AEGEE European Planning Meeting Zagreb
21.	Konferencija: Kondicijska priprema sportaša
22.	Skupština Kluba mladih gradskog društva Crvenog križa Zagreb
23.	10. međunarodni kongres o hemodinamskom monitoriranju
	Ožujak
24.	Sastanak ministara vanjskih poslova zemalja sudionica SEECP-a
25.	Adriatic Liver Forum 2017
26.	Internacionalni sudački seminar za sportsku gimnastiku
27.	Zagrebački sigurnosni forum 2017
28.	Konferencija: Napredak žena. Napredak ekonomije. Ostvari potencijal!
29.	Kongres poduzetnica Jugoistočne Europe
30.	Konferencija: Ruralni razvoj i pametna rješenja u poljoprivredi
31.	Međunarodna studentska energetska konferencija (ASEC 2017)
32.	Međunarodna konferencija o zaštiti mentalnog zdravlja u zajednici "Klijent u središtu"
33.	Međunarodna konferencija: Tijela za jednakost u postupanju u slučajevima diskriminacije osoba s intelektualnim teškoćama
34.	Konferencija: Novi izazovi u hemodinamici i intenzivnoj medicini
35.	Konferencija: Debljina i bolest bubrega
36.	Konferencija: Branding Hrvatske u svijetu
37.	Konferencija: Business u sportu
38.	Radni sastanak Policijske akademije i agencije Frontex
39.	BRI-ES 2017 : Povezivanje industrije i strukovnog obrazovanja
40.	Prva konferencija: Hrvatski dani debljine
41.	Stručna radionica: FERsec Challenge
42.	Radionica: Tehnologija - trendovi u kongresnoj industriji
43.	Loreal management sastanak
44.	Seminar: Poticanje suradnje između organizacija za kolektivno ostvarivanje prava i regulatornih tijela
45.	5. kongres Hrvatskog traumatološkog društva i 2. Hrvatsko slovenski traumatološki kongres
46.	Dani hrvatsko - njemačke suradnje u zdravstvenom sektoru - Forum "Suvremene metode poboljšanja učinkovitosti i dobrobiti pacijenata "
47.	Korporativni sastanak tvrtke Kone d.o.o.

	Travanj
48.	Međunarodni trening "Facilitate NOW"
49.	Konferencija: Europska mreža izaslanika za malo i srednje poduzetništvo
50.	Konferencija "Pametani javni sektor "
51.	1. Danube euroma radionica iz operacijskog managementa
52.	Konferencija: Profesionalna pitanja i izazovi u fizioterapiji
53.	3T konferencija: Tourism, Travel & Tech
54.	5th Zagreb Shoulder and Elbow course
55.	Međunarodna konferencija: Izazovi i praksa nadzora društava za osiguranje u JI Europi
56.	3. Shopper's Mind Ecommerce Day
57.	Međunarodni znanstveni skup Ekonomske integracije: Teorija, suradnja i perspektive
58.	23. Dani Ramira i Zorana Bujasa
59.	5. ECOVIS regionalna partner konferencija za Europu, Srednji Istok i Afriku (EMEA)
60.	2. Regionalna konferencija digitalne medicine "Budućnost je sada"
61.	Konferencija - Kulturna povijest kapitalizma: Britanija, Amerika, Hrvatska
62.	Konferencija: Pametni gradovi
63.	Sastanak: Kralj Marija Terezija
64.	Sastanak RIDE - Mreža mladih Hrvatske
65.	Konferencija: Dvadeset godina GONGA
66.	Croatian Student Summit 13 (CROSS 13)
67.	Konferencija : Pravni okvir konkurentnosti
68.	2. hrvatski kongres kliničke farmacije s međunarodnim sudjelovanjem
69.	Egatin Study Days Instituta za grupnu analizu
70.	Seminar za roditelje i forum mladih
71.	Ambliopija - poslijediplomski tečaj trajne izobrazbe liječnika prve kategorije
72.	Konferencija: Sadašnjost i budućnost održivog i odgovornog turizma
73.	Simpozij vojnih izaslanika SR Njemačke
74.	20. godišnji skup Europske mikološke mreže EMN
75.	Medicon 2017
76.	23. godišnji sastanak Nacionalnih referentnih laboratorija za influencu ptica i newcastlesku bolest peradi
77.	The annual CEENQA workshop and general assembly
	Svibanj
78.	Konferencija: Grad Zagreb - destinacija zdravstvenog turizma
79.	7. međunarodni simpozij o tunelima
80.	2. regionalni DBS susret: Duboka mozgovna stimulacija
81.	Međunarodna studentska anglistička konferencija - Anglophilia 2017
82.	Godišnja generalna skupština i Vijeće uprave Autism Europe
83.	3. međunarodni simpozij psihologije sporta: Be better with sport psychology!
84.	ITHAS International Tourism & Hospitality Academy
85.	Plenarno zasjedanje Parlamentarne skupštine Procesu suradnje u Jugoistočnoj Europi
86.	Konferencija mladih vojnih znanstvenika 2017
87.	Model European Union Zagreb 2017
88.	UNPOC Police Officers Course
89.	VII. Zeleni dan Hrvatske komore arhitekata
90.	Konferencija: Zaštita ljudskih prava i jačanje demokracije u Europi
91.	Sastanak EUROCITIES Radne grupe za buku
92.	Međunarodna konferencija: Europa i migracije u 21. stoljeću
93.	2. konferencija vatrogasaca glavnih gradova EU
94.	Leap Summit 2017
95.	Cicero Zagreb 2017
96.	Znanstveno fantastična konvencija SFeraKon 2017.
97.	2017 JCI Hrvatska polugodišnja skupština
98.	Auto@ 9. međunarodna konferencija o dizajnu automobila
99.	EATA - Ljetna škola transakcijske analize

100.	Konferencija TEDx Zagreb: Gradi.Budućnost.Sada
101.	Sastanak : Partnerstvo za obrazovanje
102.	PPI2 Innovate projektni sastanak 2
103.	IPFA/PEI 24th International Workshop on Surveillance and Screening of Blood Borne Pathogens
104.	9. međunarodni znanstveni skup ERFCON 2017
105.	Međunarodna konferencija CULPOL
106.	Trening INSAFE mreže
107.	7. međunarodni virtualni kongres studenata dentalne medicine
108.	Dani zagrebačke arhitekture
109.	Zagreb Open 2017 - debatni turnir
110.	Edukacijski trening za nefonetičare - FonET
111.	Konferencija: Izmi u hrvatskom jeziku
112.	Sastanak: European Union's Support to Mongolia's Technical and Vocational Training Sector
113.	Konferencija: Zapad i Rusija - Izazovi i prilike
114.	CIVITAS Satellite konferencija
115.	Međunarodni studentski turnir EuroZagreb Mladost Open 2017
116.	Konferencija od fakulteta do biznisa
117.	Croatia Maymesters Program 2017
118.	Godišnja skupština Hrvatskog plemićkog zbora
119.	Video Action Days Udruge novinara WAN-IFRA
120.	European Collaboration Summit 2017
	Lipanj
121.	Regionalna konferencija nacionalnih društava Crvenog križa Jugoistočne Europe
122.	24. dani otvorenih računarskih sustava
123.	Seminar: Making Adult Education more visible in Erasmus+ programme
124.	Sastanak koordinacije V4 Europskih zemalja za lijekove
125.	26. Ljudevit Jurak međunarodni simpozij iz komparativne patologije
126.	TEDxUniversity of Zagreb
127.	Zagrebačka konferencija o primijenjenoj etici 2017: Etika robotike i umjetne inteligencije
128.	Danube Skills sastanak
129.	4. znanstveni skup o animiranom filmu: Animafest Scanner
130.	EUROfusion WPMAT - IREMEV sastanak
131.	2017 CITA međunarodna konferencija
132.	Recent Advances in T/U-dualities and Generalized Geometries
133.	7. regionalna konferencija sindikata umirovljenika
134.	Konferencija: UNI Europa ICTS
135.	Konferencija: Fortifikacije, obrambeni sustavi i strukture u prošlosti
136.	4. Sino-europski forum
137.	Konferencija predsjednika parlamenata Parlamentarne skupštine Procesu suradnje u Jugoistočnoj Europi
138.	ERSTE konferencija o upravljanju aktivom i pasivom 2017
139.	1. SEEEP seminar za mlade diplomate
140.	12. konvencija hrvatskih izvoznika
141.	Digitalna Budućnost - Gradovi i stvarnost
142.	Međunarodna studentska konferencija: Democracy at a turning Point
143.	ICA - Edu Kolokvij 2017
144.	Godišnja konferencija: Major Cities of Europe
145.	Regionalni kongres Jehovinih svjedoka
146.	Melanom u centralnoj i istočnoj Europi
147.	Međunarodni simpozij FPB/HIC
148.	30. međunarodni susret studenata geodezije
149.	Sastanak DIME/ITDG Eurostat-a
150.	Solid State Science and Research Conference
151.	14. međunarodna konferencija o telekomunikacijama (CONTEL 2017)
152.	ESEH Bionalna konferencija Eu udruženja za povijest okoliša

153.	Završna konferencija projekta ENTRE YOU
154.	Konferencija Hrvatskog centra za zadružno poduzetništvo
155.	1. međunarodni znanstveno- umjetnički simpozij: Budućnost dramskoga odgoja
	Srpanj
156.	Međunarodni operni seminar CANTO
157.	19. susret dječjih foruma Hrvatske
158.	CEPOL Aktivnost 29/2017
159.	1. kongres zdravstvenog i zdravstveno preventivnog turizma
160.	Europski žanrovski forum
161.	59th EURADOS (Europeana Radiation Dosimetry Group Council Meeting)
162.	17. međunarodna škola kromatografije
163.	3. Europski žanrovski forum
164.	20. bienalni međunarodni simpozij međunarodnog konzorcija za socijalni razvoj (ICSD)
165.	Međunarodna konferencija Tesla&Friends
166.	Konferencija: Teorija i praksa u ekonomiji znanja
167.	Ljetna škola Pravnog fakulteta
168.	Europski simpozij studenata biologije SymBioSe
169.	Radionica: Izmjena iskustava o modeliranju energetske sustava u svrhu planiranja
	Kolovoz
170.	Kulturno okupljanje - multietična Europa 2017
171.	Skup EUGEN 2017 rudarsko-geološkog fakulteta
172.	International Presidents' Meeting (IPM)
	Rujan
173.	WordCamp Zagreb 2017#WCHR
174.	3rd International Summer School on Drug Development
175.	6th World Conference on Physico Chemical Methods in drug discovery and development
176.	SAME 15 - 15th Symposium of Aquatic Microbial Ecology
177.	Konferencija: Gradnja s materijalima na bio-bazi: Iskustva i svojstva
178.	Radni sastanak Međunarodnog kluba za financiranje razvoja IDFC Sherpa Meeting
179.	Artur 2017
180.	Sastanak: Izgradnja mostova; Promicanje socijalne uključenosti i dobrobiti obitelji djece s teškoćama
181.	Skup: Socijalni dijalog u financijskom sektoru
182.	Europski sastanak o klamidijama u životinja
183.	Konferencija o asistivnoj tehnologiji i potpomognutoj komunikaciji
184.	Skup: Doprinos islamske civilizacije i kulture Europi
185.	Međunarodni kongres organizatora kadetskih natjecanja u alpskom skijanju
186.	9. skup srednjoeuropskih grupa za gline
187.	Radni sastanak: Javno-privatno partnerstvo u zaštiti kritične infrastrukture
188.	TAFTIE napredni evaluacijski trening
189.	Konferencija Frontex šefova partnerskih akademija
190.	Stručni skup: Od prirodne do kulturne baštine
191.	IV. međunarodna konferencija o uzgoju šarana
192.	Konferencija: Heart of Esthetics
193.	Sastanak Vijeća EUMASS-a
194.	7. interkatedarski skup katedri za organizaciju, menadžment i poduzetništvo na visokoškolskim institucijama u jugoistočnoj Europi
195.	Stručni skup: Održivo gospodarenje vodama
196.	33. godišnja konferencija međunarodne mreže LGBTIQ organizacije mladih IGLYO
197.	EBC godišnja konferencija (Eu Builders Confederation)
	Listopad
198.	Stručno znanstveni skup: Zdravlje i zdravstvo: izazovi i mogućnosti - susret profesije i politike
199.	New Link: Njuškalova konferencija o nekretninama i auto-moto industriji
200.	Radni sastanak: Međugeneracijska solidarnost u Europi
201.	OPCW međunarodna radionica o trendovima u kemijskoj industriji

202.	Konferencija: Može li hrvatski turizam 365?
203.	Dan orijentacije za strane studente
204.	Zagreb International Model UN Conference on Shared Responsibility 2017
205.	7. međunarodni kongres "Veterinarska znanost i struka"
206.	WGFM sastanak HR regulatorne agencije za mrežne djelatnosti
207.	Trening životinja: Razumijevanje i upravljanje ponašanjem životinja
208.	MAGROS 2017 - Digitalizacija i transformacije u trgovini
209.	INTRANSLAW - Međunarodna konferencija transportnog prava i prava osiguranja
210.	Investicijski forum zdravlja i turizma Adriatic regije 2017
211.	2nd IAEE Eurasian Conference
212.	46. godišnja skupština EAMDA (Savez društava distrofičara)
213.	Konferencija: Europski dan poslova
214.	50. GOMA simpozij: Maziva i bazna ulja
215.	11. EUMETNET - radionica o meteorološkim podacima
216.	27. godišnja konferencija Srednjoeuropske udruge tehničkih muzeja
217.	Forum i radionica: Umjetnost, kultura i religija
218.	12. Hrvatski međunarodni Quintessence kongres
219.	HNN2.0 radionica za pripremu projekata
220.	Godišnji skup Hrvatskog imunološkog društva s EFIS Tour simpozijem
221.	TAFTIE napredni evaluacijski trening
222.	22. Hrvatski simpozij osoba sa invaliditetom
223.	Tečaj obrambene diplomacije
224.	IAEA Regional Meeting on Feasibility of Radiation Processing Technologies for Decision Makers
225.	5. međunarodni kongres medicine usmjerene osobi
226.	8. Međunarodna konferencija: Alternativno rješavanje sporova - suradnja uprave pravosuđa s gospodarstvom
227.	Sastanak Izvršnog odbora FIA-e (Međunarodna federacija glumaca)
228.	7. Međunarodna konferencija o učenju za poduzetništvo - ICEL
229.	Konferencija utjecaj sporta na psihofizičko zdravlje
230.	ENOTHE 2017 Annual Meeting
231.	ICOH SCETOH konferencija Međunarodne udruge za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu
232.	Radionica: Opravdanost i odgovarajuća uporaba izvora ionizirajućeg zračenja u dijagnostici
233.	Konferencija COST SACURIMA: Sigurnost u poljoprivredi
	Studeni
234.	V. kongres sudskih vještaka i procjenitelja
235.	International Charter Expo ICE '17
236.	Jesenski Kongres studenata elektrotehnike i računarstva
237.	Meeting G.2.3: Hrvati zajedno u businessu
238.	Zagreb Youth Summit
239.	Konferencija o integriranom pristupu skrbi za oboljele od rijetkih bolesti i njihove obitelji
240.	VI. međunarodni kongres studenata povijesti umjetnosti
241.	AEC Annual Congress & General Assembly
242.	INFuture2017.: Integracija IKT u društvo
243.	Međunarodni sastanak istraživanja o zdravstvenom ponašanju učenika
244.	DRC Danube Rector's Conference
245.	Međunarodni skup Europske asocijacije konzervatorija glazbenih akademija i visokih glazbenih škola
246.	Radni sastanci odbora UEMS (laboratorijska medicina)
247.	Urbana utopija - pristupi planiranju urbanih prostora
248.	Međunarodni stručni sastanak Hrvatskog društva za vaskularnu kirurgiju
249.	Međunarodni znanstveno-stručni skup: Zborski amaterizam u Hrvatskoj i regiji
250.	Sastanak Višegradske skupine
251.	Sedmi sastanak Mreže nacionalnih koordinatora za tjelesnu aktivnost Europske unije
252.	PMI Forum: Vještine iz rukava uspješnog voditelja projekata
253.	Konferencija o blogerima DIABLOG
254.	Konferencija: Požari u Hrvatskoj: obrana i prevencija

255.	13. godišnji sastanak i 8. konferencija HEPA Europe
256.	4. međunarodna konferencija o rimskim dunavskim provincijama
257.	DAMconf - digitalno oglašavanje i marketing
258.	SIGTUR 2017 - 3. međunarodna konferencija o sigurnosti u turizmu
259.	52. sastanak Eu udruženja za kvalitetu i sigurnost u obiteljskoj medicini (Equlp)
260.	Simpozij: Kardiovaskularne bolesti žena u svjetlu najnovijih spoznaja
261.	5. Međunarodni kongres nutricionista
262.	Inspire Me konferencija
263.	Interdisciplinarni znanstveno-stručni simpozij o antimikrobnoj rezistenciji
264.	Konferencija Zagreb Forum 2017
265.	Međunarodni skup o sezonskim prognozama
266.	Stručni skup: Trening novih trenera
267.	Prva konferencija: Stambene zgrade-Edukacija na kućnom pragu u dva koraka
268.	XX Kongres hotelijera
269.	Konferencija o sigurnosnim izazovima za Europu
270.	Konferencija: Bioetika i aporije psihe
271.	EScoP Zagreb 2017: Patologija štitnjače
272.	Zagrebački međunarodni medicinski skup (ZIMS)
273.	Konferencija Hrvatskog centra P.E.N.-a
274.	11. nacionalna Platforma ESN-a Hrvatska
275.	Radionica: Edukacija stručnjaka o uključivanju terapijskih pasa u rad s korisnicima
276.	Stručna konferencija: Javne politike u prevenciji i smanjenju rizika nastanka kriza i katastrofa
277.	Stručni skup: Knjižnični podaci
278.	Konferencija: DIGITAL SHAPERS 2017
279.	Konferencija SUTRA 2017
280.	REXPO sajam investicijskih projekata
281.	Konferencija: Dani infrastruktura prostornih podataka 2017
	Prosinac
282.	Prva međunarodna konferencija o ADHD-u
283.	1. mediteranski sastanak zdjelične kirurgije i pelviperineologije
284.	Forum Hrvatske kongresne industrije
285.	MIME 2017 - Doktorska škola
286.	Konferencija: Društvena povijest; mogućnosti i izazovi u kontekstu hrvatske historiografije
287.	Zagreb Connect 2017. Start up konferencija
288.	2017 SAFE konferencija (prevencija moždanog udara)
289.	Sastanak: Okvir uspješnosti za ERFD programe
290.	Međunarodna konferencija o znanosti o drvu i drvnoj tehnologiji
291.	6. Zagrebački arhivski dan
292.	Prvi hrvatski kongres o biosigurnosti i biozaštiti
293.	25. međunarodna znanstvena konferencija: Ekonomski i društveni razvoj
294.	Franšizni seminar
295.	Zagrebački energetski kongres 2017
296.	Konferencija: Reformacije i revolucije
297.	Konferencija: Njemački od početka
298.	Simpozij studenata dentalne medicine
299.	Tour de Tourism konferencija
300.	Konferencija: Jačanje sustava inspekcijskih nadzora industrijskih postrojenja