



**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED**

# **PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2014. GODINU**

**Zagreb, listopad 2013.**

# Program rada i financijski plan za 2014. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2014. godinu, zakonom utvrđenim zadaćama svih turističkih zajednica, potrebama grada Zagreba, posebnim uputama Hrvatske turističke zajednice, Turistička je zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada i financijski plan za 2014. godinu.

## Sadržaj

Uvod.....	03
1. Struktura marketing miksa	
I.    Administrativni rashod.....	08
II.   Dizajn vrijednosti.....	09
III.  Komunikacija vrijednosti.....	13
IV.  Distribucija i prodaja vrijednosti.....	16
V.   Interni marketing.....	19
VI.  Marketinška infrastruktura.....	20
VII. Transfer boravišne pristojbe gradu.....	21
2. Financijski plan	
VIII. Prihodi.....	23
IX.   Rashodi.....	24
X.   Rekapitulacija.....	26
3. Prilozi	
Prilog 1. Rashodi ureda.....	28
Prilog 2. Potpore događanjima.....	29
Prilog 3. Potpora razvoju DMO-a.....	38
Prilog 4. Volim Zagreb.....	40
Prilog 5. Oglašavanje.....	41
Prilog 6. Brošure i suveniri.....	43
Prilog 7. Sajmovi i prezentacije.....	45
Prilog 8. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama.....	47

## UVOD

Grad Zagreb je administrativni i politički centar Republike Hrvatske te se profilirao kao prvenstveno poslovna destinacija, no zadnjih godina sve više i kao turistička destinacija, o čemu svjedoče brojni napisi u inozemnim novinama i časopisima, kao i komentari zadovoljnih turista koji govore o zanimljivosti grada. Analiza dolazaka i noćenja u srpnju i kolovozu 2013. godine pokazuju turističku orijentaciju, a optimistični pozitivni podaci se pokazuju na svako-mjesečnoj razini u 2013. godini.

Grad Zagreb posljednjih je godina unaprijedio i povećao ponudu smještajnih kapaciteta – 2010. godine grad je raspolagao s 6.501 krevetom u 45 hotela, 4.444 kreveta u različitim smještajnim objektima i 809 kreveta u privatnom smještaju. U 2011. godini nudio je 6.887 kreveta u 50 hotela, 4.316 kreveta u različitim smještajnim objektima i 930 kreveta u privatnom smještaju, dok u 2012. godini Zagreb je raspolagao s 7.137 kreveta u 49 hotela, 4.699 kreveta u različitim smještajnim objektima i 1.285 kreveta u privatnom smještaju. U rujnu 2013. godine u Zagrebu je bilo 49 hotela 5\*, 4\*, 3\* i 2\*, zatim 29 hostela, 403 privatnih iznajmljivača, 1 seosko domaćinstvo i 11 drugih smještajnih objekata.

Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci 2013. godine iznosi 42,66% u hotelima s 5\*, 46,39% u hotelima s 4\*, 49,15 83% u hotelima s 3\* i 31,77% u hotelima s 2\*. Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci iznosi 45,58%.

Posljednji pokazatelji ukazuju na stagnaciju odnosno oporavljanje svjetske ekonomije uz oprez predviđanja za 2014. godinu, no za očekivati je da će nakon pozitivnih pokazatelja u 2013. godini i 2014. godina biti kvalitetnija od 2013. godine. U odnosu na Turističku zajednicu grada Zagreba, doći će do smanjenja prihoda od članarina zbog lošije gospodarske situacije u 2013. godini te daljnje regulacije i usklađivanja uplata članarina.

Zbog navedenog, i nadalje je potrebno pojačano i sustavno nastupanje i promocija na postojećim i novim emitivnim tržištima u raznim formama – sajmovi, tiskani mediji, internet oglašavanje. U Zagrebu je potrebno razvijati stare i stvarati nove turističke atrakcije te konstantno ukazivati na svijest o turizmu kao glavnoj odrednici hrvatskog gospodarstva i pritom posebno ukazivati na razvoj turizma u gradu Zagrebu, a ne samo na hrvatskoj obali. Razvijanje svijesti se posebno ističe u turističkoj industriji, ali itekako je značajno i za građane grada Zagreba koji se moraju naučiti „suživotu“ sa turistima i posjetiteljima grada Zagreba te kako biti dobar i uljudan domaćin. Upravo iz toga razloga se i nadalje nastavlja s projektom Kultura turizma u srednjim školama na području grada Zagreba kako bi se posebno ukazalo na turistički značaj grada Zagreba i realnost takve aktivnosti kod građana.

Suradnja Turističke zajednice s Gradom Zagrebom se ostvaruje na više razina i neophodna je za kvalitetan razvoj turizma u gradu Zagrebu. Posebna se suradnja ostvaruje sa Odsjekom za turizam unutar Gradskog ureda za gospodarstvo, rad i poduzetništvo. Turistička zajednica grada Zagreba je zajedno sa Gradom Zagrebom pripremila i Zajednički program Grada Zagreba i Turističke zajednice grada Zagreba o korištenju sredstava od boravišne pristojbe za poboljšanje uvjeta boravka turista za 2014. godinu.

SWOT analiza potvrđuje grad Zagreb kao grad prijateljske atmosfere, izvrsne gastronomije, ugodnog boravka i življenja, relativno visokog stupnja sigurnosti, ali još uvijek je iznimno uočljiv nedostatak kongresne dvorane s odgovarajućom tehnologijom i popratnim sadržajima kao generatora vrlo kvalitetnog prihoda.

Nedostatak je i neadekvatan aerodrom, nedovoljan broj niskobudžetnih letova koji su prema procjeni Hrvatske turističke zajednice temeljenoj na podacima UNWTO-a direktno povezani ne samo s porastom "city breaks" putovanja, nego se koriste i za službena, te za sve ostale vrste putovanja. Na aerodromu su učinjeni manji zahvati koji poboljšavaju dojam, ali ne rješavaju operativne probleme. TZGZ ima velika očekivanja vezano za izgradnju nove zračne luke u Zagrebu.

U realizaciji ciljeva moguće su prepreke zbog toga što pojedine hotelske kuće (uz kvalitetne iznimke koje pokazuju novi pristup u poslovanju) još uvijek ne odgovaraju na dovoljno dinamičan i pro-aktivan način potrebama i zahtjevima tržišta, te ne nude programe niti paket aranžmane, što posebno otežava ponudu "city breaks". Također zbog nelojalne konkurencije dolazi do potpunog nereda na tržištu. Istraživanje „mystery shopping“ u 2010. godini, pokazalo je da osoblje na recepcijama uglavnom nije u mogućnosti pružiti kvalitetnu informaciju, jer su neinformirani i nezainteresirani.

Domicilne putničke agencije uglavnom usmjeravaju i dalje svoje aktivnosti prema aranžmanima za inozemstvo. Anketiranje vođa autobusa koji parkiraju ispred katedrale u obilasku grada pokazuje da ima značajan broj turista koji ne noće u Zagrebu.

Turistička zajednica grada Zagreba je provela - Istraživanje stavova i potrošnje turista i posjetitelja Zagreba, TOMAS Zagreb 2012. Istraživanje se provodi u svrhu donošenja zaključaka o trendovima razvoja turističkog proizvoda Zagreba. U odnosu na prethodna istraživanja, TOMAS Zagreb 2012. prvo je cjelogodišnje istraživanje turističke potražnje, a obuhvaća obilježja potražnje gostiju u hotelima, hostelima i privatnom smještaju te obilježja jednodnevne gradske turističke potražnje. Prema izvještaju o provođenju terenskog istraživanja za 2012. godinu, kontinuirana je dominacija srednje dobne skupine s blagim porastom udjela starije dobne skupine, osobito u zagrebačkim hotelima. Nastavlja se trend ravnomjernije raspodjele motiva dolazaka, jer je zamjetan porast odmorišnih motiva dolazaka u odnosu na poslovne dolaske. Poslovni gosti uglavnom odsjedaju u hotelima, dok turisti motivirani kratkim odmorom u gradu preferiraju privatni smještaj. Prema učestalosti smještaja zamjetan je udio gostiju koji su prvom posjetu Zagrebu, a najviše ih je u hostelima. Internet je dominantni izvor informacija o Zagrebu, premda turisti istovremeno koriste više različitih izvora. Raste udio dolazaka u Zagreb zrakoplovom, premda je dolazak automobilom i dalje značajan. Uočen je porast organiziranih dolazaka posredstvom putničke agencije u odnosu na 2008. godinu, a dominantan je dolazak bez pratnje. Tijekom posjeta, najposjećeniji su Trg bana Jelačića, Gornji grad, Donji grad, katedrala i Dolac, a slijede Botanički vrt, Maksimir, Jarun i Mirogoj. Povećan je interes za posjet zagrebačkoj okolini, a od muzeja najposjećeniji Muzej Mimara, Muzej grada Zagreba, Klovićevi dvori i Muzej suvremene umjetnosti. Od ostalih posjećenih mjesta u Zagrebu, najveći interes je za opuštanje u gradskim kavanama i kafićima, te restoranima, uz neizostavni shopping.

Program rada za 2014. godinu Turističkog ureda Turističke zajednice grada Zagreba, baziran je na specifičnostima turističke industrije grada Zagreba, strateškom marketinškom planu turističkog razvoja Zagreba, svim ovogodišnjim smjernicama Hrvatske turističke zajednice, Zakonu o turističkim zajednicama, a uvažavajući i određene projekte grada Zagreba. Program rada je uvjetovan i ekonomskim prilikama i predviđanjima koji se sustavno prate od 2009. godine te se traži oprezno planiranje i poslovanje.

Uzimajući u obzir prethodne postavke, osnovni su ciljevi marketinške politike Turističke zajednice grada Zagreba u 2014. godini, kao i u 2013. godini, određeni kako slijedi:

- zadržavanje i unapređenje pozicije grada Zagreba kao atraktivne kongresno-turističke destinacije
- unapređenje turističkog proizvoda kroz zajedničke napore s hotelijerima i receptivnim agencijama
- valoriziranje kulturne ponude grada Zagreba
- otvaranje novih tržišta
- podizanje svijesti građanstva o nužnosti veće brige o Zagrebu
- podizanje kvalitete rada u Turističkom uredu i informativnim centrima

Potrebno je i dalje sustavno raditi na unapređenju dosadašnje dobre suradnje s Gradom Zagrebom i Hrvatskom turističkom zajednicom. Iznimno važna su predstavništva HTZ-a u inozemstvu koja generiraju informacije o stanju tržišta, a putem kojih se planiraju predstavljanja turističkih potencijala grada Zagreba u okviru radionica ili samostalnih prezentacija.

Sukladno odrednicama programa za 2014. godinu sredstva su preusmjerena prema događanjima u kulturi i sportu, koja generiraju povećani turistički promet i obogaćuju turističku atraktivnost grada Zagreba, a dijelom i u koordinaciji s Gradom Zagrebom.

Turistička zajednica, slijedom analize dolazaka i noćenja za prvih 9 mjeseci 2013. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 785.000 dolazaka i 1.370.000 noćenja. Prema predviđanjima i temeljem analize koja je sastavni dio Operativnog marketinškog plana turizma grada Zagreba, izrađena prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2014. godini se očekuje 1.326.575 noćenja. Obzirom na različitost metode obrade statističkih podataka (Državni zavod za statistiku broji noćenja i u kušet kolima), Turistička zajednica procjenjuje da će 2014. godine biti 1.430.000 registriranih noćenja prema prijavama turista. Iz podataka o ostvarenim noćenjima vidljivo je da se negativne posljedice recesije ublažavaju u inozemstvu, no domaćih posjetitelja ima znatno manje. U Zagreb dolaze isključivo poslom, zbog studija, zdravstvenih razloga ili slično, a manje zbog zabave. Posjeti koncertima i događanjima u Zagrebu su velikim dijelom jednodnevni, bez ostvarenih noćenja. Cilj suradnje s agencijama, hotelima i avioprijevoznikom je stvoriti uvjete da domaći gost ostane i na noćenju.

U razdoblju siječanj – rujan 2013. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 630.392 dolazaka i 1.077.665 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 110.093 dolazaka te 193.484 noćenja (17,95% ukupnih noćenja), a strani turisti 520.299 dolazaka i 884.181 noćenje (82,05% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2012. godinu,

ostvaren je porast broja dolazaka turista za 15% (domaći dolasci su veći za 8% , a strani veći za 17%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 12% (domaća noćenja su manja za 8%, a strana veća za 18%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: Njemačka 40.726 (12% više nego u istom razdoblju 2012. godine), SAD 33.067 (22% više), Italija 32.179 (31% više), Ujedinjena Kraljevina 27.307 (42% više), Španjolska 24.629 (4% više), a potom slijede turisti iz Francuske, Japana, Bugarske, Austrije, te Koreje. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke 70.534 (18% više), SAD-a 65.022 (24% više), Italije 57.953 (36% više), Ujedinjenog Kraljevstva 54.119 (42% više), Francuske 40.223 (12% više), a potom slijede turisti iz Španjolske, Austrije, Japana, Bosne i Hercegovine te Srbije. Značajan porast broja dolazaka turista u Gradu Zagrebu tijekom razdoblja siječanj – rujan 2013. godine u odnosu na isto razdoblje 2012. godine ostvarili su turisti iz Letonije (198% više), Brazila (90% više), Grčke (52% više), Danske (51% više), Koreje (46% više), Ujedinjene Kraljevine (42% više), Kine (36% više) te Italije (31% više). Ostvaren je i značajan porast broja noćenja turista iz Ostalih azijskih zemalja (134% više), Letonije (115% više), Brazila (90% više), Grčke (49% više), Koreje (48% više), Danske (46% više), Ujedinjene Kraljevine (42% više) i Italije (36 % više). Stoga je važno napomenuti kako se i u prvih 25 zemalja prema najvećem broju dolazaka ističu promjene u poretku broja dolazaka turista iz već spomenutog Brazila (s 26. mjesta u 2012. godini na 18. mjesto u 2013. godini), Koreje (s 14. na 10. mjesto) i Kine (s 18. na 14. mjesto), a iz istih zemalja ostvareni su značajni pomaci u poretku prema najvećem ostvarenom broju noćenja: Brazil (s 25. na 16. mjesto), Grčka (sa 30. na 25. mjesto) te Koreja (s 21. na 15. mjesto).

U cilju ostvarenja turističke politike u 2014. godini, a sukladno odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma o ciljevima i zadaćama turističkih zajednica, Operativnim marketing planom turizma Hrvatske za 2013. godinu, metodologijom i uputama, Turistička zajednica grada Zagreba izradila je Program rada i financijski plan za 2014. godinu.

#### Procjena kretanja broja noćenja u gradu Zagrebu u periodu 2010. – 2016.

Vrsta smj. kapaciteta	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	udio 2016.
Hoteli	844.966	861.896	887.753	949.895	997.390	1.047.260	1.089.150	1.132.716	78.0%
Ostalo	202.941	213.088	228.004	243.965	261.042	279.315	298.867	319.788	22.0%
<b>UKUPNO:</b>	<b>1.047.937</b>	<b>1.074.984</b>	<b>1.115.757</b>	<b>1.193.860</b>	<b>1.258.432</b>	<b>1.326.575</b>	<b>1.388.017</b>	<b>1.452.504</b>	<b>100.0%</b>

Izvor: Operativni marketinški plan turizma grada Zagreba, Horwath HTL, Državni zavod za statistiku

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA  
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA  
ZA 2014. GODINU**

# 1. STRUKTURA MARKETING MIKSA

## I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

### 1. Rashodi za radnike

Planirana su sredstva za Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika, izdaci za prijevoz i ostale rashode za radnike (zdravstvene usluge, zaštita na radu).

**Planirana sredstva: 6.886.000**

### 2. Rashodi ureda

Ured Turističke zajednice grada Zagreba će koordinirati izvršenje Programa rada i provoditi sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Zagreba. Prilog 1.

**Planirana sredstva: 4.437.000**

### 3. Rashodi TIC – evi

Tijekom 2014. godine Turistički informativni centri – Zračna luka, Željeznički kolodvor i Autobusni kolodvor te u najužem središtu grada – TIC na Trgu bana Jelačića i kula Lotrščak - biti će dostupni turistima, posjetiteljima i građanima Zagreba svakodnevno i to tijekom cijele godine.

Nastavit će se s prikupljanjem, obradom i mjesečnim publiciranjem informacija te kvalitetnim pružanjem istih turistima i posjetiteljima u izravnom kontaktu, putem telefona ili elektronske pošte.

Stalno povećanje broja posjetitelja u Turističkim informativnim centrima nedvojbeno ukazuju na svrsishodnost postojanja info-centara te ujedno upućuju na potrebitost stalnih ulaganja u nova tehnološka unaprjeđenja čime se dodatno pospješuje njihova funkcionalnost. Stoga će se dostupnost informacija građanima i posjetiteljima još više olakšati putem suvremene tehnologije – projekcijskih ekrana u izlozima dvaju info-centara na kojima će se projicirati najave najznačajnijih događanja. Informativni sadržaji koji će se projicirati mijenjaju se i dizajniraju na mjesečnoj bazi.

Primjenom novih informatičkih tehnologija i aplikacija, odnosno postavljanjem nove verzije interaktivnog turističkog samostojećeg poslužitelja s vanjske strane izloga TIC-a na Trgu bana Jelačića također će se pridonijeti boljoj dostupnosti informacija, osobito u vrijeme kada info-centar ne radi. Korisnicima će bio omogućen jednostavan pristup informacijama tijekom 24 sata.

Budući da je Gornji grad nezaobilazna lokacija u razgledavanju grada, TIC u kuli Lotrščak bilježi vrlo veliku posjećenost, a radi lakšeg snalaženja gostiju potrebno je dodatno postavljanje signalizacije.

Tijekom sezone, kao i prethodnih godina, turistima, ali i svim građanima grada Zagreba na usluzi će biti i već prepoznatljivi „hodajući informatori“. Njihovo djelovanje usmjereno je na područje uže gradske jezgre u razdoblju od svibnja do listopada.

OD i ostala primanja radnika: 2.650.000

Ostali troškovi: 1.271.000

**Planirana sredstva: 3.921.000**

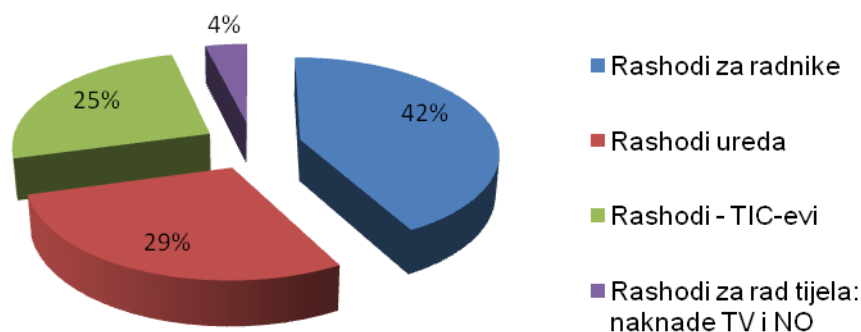
### 4. Rashodi za rad tijela: Naknada TV I NO

Sredstva su planirana za naknade članovima Turističkog vijeća i Nadzornog odbora.

**Planirana sredstva: 600.000**

## I. UKUPNO ADMINISTRATIVNI RASHODI 15.844.000

## Administrativni rashodi



## II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

### 1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Projekt ukrašavanja ulica i trgova centra grada jedan je od niza aktivnosti sa ciljem stvaranja klime dobrodošlice za posjetitelje i stvaranja osjećaja ugone za lokalno stanovništvo. Cvjetne košarice postavljene na rasvjetnim stupovima na različitim gradskim lokacijama - prepoznatljivim turističkim toponimima, oplemenjuju izgled centra grada, a gostima šalju poruku dobrodošlice. Kako projekt iz godine u godinu nailazi na pozitivne reakcije, kako lokalnog stanovništva tako i posjetitelja, realizirat će se i u sljedećoj godini.

**Planirana sredstva:**

**350.000**

### 2. Potpora događanjima

Sukladno svojim zadaćama i ciljevima te usvojenom Operativnom marketinškom planu turizma Hrvatske, TZGZ će kroz svoje aktivnosti usmjeriti poticanju obogaćivanja turističke ponude i poboljšanja uvjeta boravka gostiju.

Grad Zagreb poslovno je središte, ali i grad kulture, umjetnosti, sporta i zabave te se kroz godinu u Zagrebu održavaju brojne manifestacije i priredbe međunarodnog značaja – kulturne, zabavne, umjetničke, sportske i sl. koje iz godine u godinu atraktivnijim programima obogaćuju turističku ponudu, privlače veliki broj domaćih i inozemnih posjetitelja, kao i velik broj lokalnih te inozemnih medija te koje u konačnici generiraju veću turističku potrošnju. U skladu s navedenim, TZGZ poseban naglasak stavlja na poticanje i organiziranje takvih manifestacija te im pruža podršku u savjetodavnom, promidžbenom, logističkom i financijskom smislu.

TZGZ podupire projekte koji su edukativne prirode, ali i projekte koji su sastavni dio turističke ponude kao što su različiti tematski razgledi grada, koji posjetiteljima pružaju nezaboravna iskustva i doživljaje svojim sve originalnijim sadržajima, od onih temeljenih na legendama, povijesnim likovima i događajima, gastronomiji, umjetnosti do razgleda grada različitim prijevoznim sredstvima.

Zagreb je često domaćin velikih sportskih susreta i prvenstava zahvaljujući kvalitetnoj sportskoj infrastrukturi, a održavanje sportskih manifestacija međunarodnih razmjera svoj odjek ima u inozemnim medijima koji prate spomenute manifestacije s velikom pažnjom. Ono što prije svega privlači velik broj domaćih posjetitelja, pratitelja sporta te stranih posjetitelja jest atraktivnost ovakvih manifestacija koje često uključuju i popratne zabavne programe, a to se uz dolazak stranih sportaša manifestira većom popunjenošću smještajnih kapaciteta i većom ukupnom turističkom potrošnjom u periodu održavanja sportskih manifestacija. Kao primjer sportske manifestacije od iznimnog značaja za Zagreb važno je istaknuti slalomsku utrku Svjetskog skijaškog kupa „Snježna kraljica“ koja svake godine u Zagrebu okuplja svjetske medije koji pokrivaju ovo sportsko događanje kao i velik broj zaljubljenika u skijaški sport kao i Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting koji okuplja najveće svjetske atletske zvijezde.

Turistička zajednica grada Zagreba unazad nekoliko godina intenzivno radi na razvoju i promidžbi turističkog proizvoda pod nazivom „Advent u Zagrebu“, objedinjavajući događanja na ulicama i trgovima u cijelom gradu. „Advent u Zagrebu“ je iz godine u godinu bogatiji i

obuhvaća sve više lokacija u gradu, a Zagreb postaje prepoznatljiv kao osobito atraktivan i ugodan grad te kao mjesto odličnog provoda u vrijeme Adventa i novogodišnjih blagdana. Sukladno tome, u 2014. godini TZGZ nastavlja s podupiranjem događanja koja oživljavaju gradske trgove i ulice za vrijeme Adventa i sadržaja koji doprinose obogaćenju turističke ponude u zimskim mjesecima, a sve u cilju valoriziranja na međunarodnom turističkom tržištu i u konačnici, brendiranja Zagreba kao nezaobilazne turističke destinacije u vrijeme Adventa.

Zagreb je grad kulture, grad s bogatom kulturnom baštinom te brojnim povijesnim i umjetničkim sadržajima, a TZGZ surađuje s brojnim nositeljima kulturne ponude. Nositelje kulturne ponude se kroz spomenutu suradnju prije svega potiče na unapređivanje postojećih sadržaja, ali i inicira na razvoj novih, a sve u cilju razvijanja i unaprjeđenja identiteta grada kulture i obogaćivanja ponude s novim, originalnijim sadržajima.

Brojna atraktivna modna događanja koja se održavaju u Zagrebu tijekom godine doprinose promociji hrvatskih dizajnera i dizajna te privlače inozemne dizajnere i posjetitelje, pratitelje modne scene i time dodatno podižu nivo turističke ponude grada.

Zagreb je do sada bio mjesto održavanja brojnih, na festivalskoj sceni priznatih festivala – od uličnih do glazbenih, filmskih, kazališnih i dr., a festivali su razlog dolaska tisuće posjetitelja iz cijelog svijeta, posebno oni koji okupljaju poznata imena i nude bogat program uz mnoštvo sadržaja. TZGZ i ove godine nastavlja suradnju s organizatorima festivala pružajući im savjetodavnu podršku, ali i podršku u promidžbenom smislu kako bi se potaknula njihova afirmacija jer oni mijenjaju percepciju o gradu i dovode zanimljiv segment posjetitelja.

TZGZ ostvaruje suradnju sa TZ iz sustava pružajući im potporu prilikom prezentacije njihove turističke ponude u Zagrebu, čime se pokazuje otvorenost i dobrodošlica prema običajima i kulturama iz cijele Hrvatske, a neizostavna je i stručna i savjetodavna pomoć u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj.

Podupiru se i manifestacije te rad strukovnih i športskih udruga na području Grada Zagreba, a nastavlja se i suradnja s mnogobrojnim kulturno-umjetničkim društvima iz okolice Zagreba u cilju njegovanja i očuvanja njihove glazbe, nošnji tj. bogate tradicije i običaja njihovog kraja - zagrebačkog Prigorja: Markuševca, Šestina, Gračana, Čučerja, Remeta, Vrapča... i prezentacije istih turistima.

Putem donacija u kulturi ostvaruje se suradnja sa kulturnim ustanovama koje su važan čimbenik u promociji Zagreba kao turističke destinacije, odnosno njegove tradicije i kulturnog nasljeđa. Navedenim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnji program rada ili sredstva za posebne projekte ili izložbe.

Dio potpora dodjeljuje se određenim manifestacijama prema sugestiji i u koordinaciji s Gradom uz napomenu da su ta događanja od utjecaja na turizam grada Zagreba. Turističko vijeće TZGZ svaku preporuku Grada posebno razmatra i donosi konačnu odluku o pružanju potpore TZGZ određenoj manifestaciji, a sve u cilju valorizacije kvalitete i značaja manifestacije te izbjegavanja preklapanja pojedinih potpora.

Turistička zajednica će kroz razne vidove oglašavanja promovirati događanja u suradnji s pojedinim sportskim klubovima od međunarodnog značaja. Različiti oglašivački paketi omogućavaju da se na stadionima oglašavaju posebno atraktivna događanja u Zagrebu, da TZGZ sudjeluje na press konferencijama u inozemstvu, da promiče Zagreb kao destinaciju na materijalima i dresovima, da sportaši sudjeluju aktivno u promidžbi Zagreba itd. Također je izuzetno zanimljivo i domaće tržište koje prati televizijske prijenose utakmica. Iznosi su predviđeni prema obimu i značaju oglašivačkog paketa. Prilog 2.

Sportski klubovi oglašavanja:

HK Medveščak	375.000
NK Dinamo	625.000
RK Zagreb	625.000
VK Mladost	625.000
KK Cibona	625.000
KK Cedevita	375.000
<b>Planirana sredstva:</b>	<b>18.950.000</b>

### 3. Potpora razvoju DMO-a

Projekti TZGZ niz su projekata i manifestacija koji se održavaju na otvorenom prostoru, na gradskim ulicama trgovima i zagrebačkim crkvama, a imaju cilj prezentirati bogato kulturno, povijesno i folklorno nasljeđe grada Zagreba. Nastali su unutar Turističkog ureda TZGZ kao rezultat ideja djelatnika Ureda i prijedloga sugrađana, a provode se kroz organizaciju i realizaciju sa stručnim organizatorima, društvima i udrugama. Ovi projekti prije svega šire pozitivno ozračje kako na lokalno stanovništvo tako i na posjetitelje i doprinose stvaranju klime

dobrodošlice ostavljajući dojam o Zagrebu kao šarmantnom i ugodnom gradu te gradu niza zanimljivih turističkih sadržaja. Iz godine u godinu ovi projekti učinili su Zagreb prepoznatljivom metropolom srednje Europe te poželjnom destinacijom za City Break programe. Izazivaju pozitivne reakcije kako domaćeg stanovništva, tako i turista te se sukladno tome u sljedećoj godini nastavlja s provođenjem aktivnosti, stavljajući naglasak na nadogradnju i promicanje postojećih projekata i manifestacija, ali i uvođenje novih - npr. oživljavanje gornjogradskih dvorišta.

**Planirana sredstva: 3.787.000**

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

Suradnja s avioprijevoznicima, turoperatorima te ostalim organizatorima putovanja je od velikog značaja za TZGZ s obzirom da je prisutnost ponude grada Zagreba u njihovim prodajnim programima i katalogima jedan od ključnih faktora promidžbe Zagreba na svjetskim turističkim tržištima koji izravno utječe na povećanje broja dolazaka i noćenja.

Direktnom suradnjom s putničkim agencijama potiče se kreiranje novih turističkih proizvoda ili stvaranje dodatne vrijednosti na temelju postojeće turističke ponude. Od značaja je i suradnja s avioprijevoznicima te promocija direktnih avionskih linija za Zagreb, stoga je neophodno pružiti potporu nacionalnom prijevozniku, ali i sve prisutnijem broju niskotarifnih i ostalih avioprijevoznika, kao i turističkim agencijama (npr. Obzor, Kompas Zagreb, Uniline, Atlas...).

Sredstva su raspoređena kako slijedi:

Agencije i touroperatori: 500.000

Croatia Airlines (oglašavanje u In-flight magazinu, na stranim tržištima i posebne prezentacije): 1.000.000

Ostali avio prijevoznici: 350.000

**Planirana sredstva: 1.850.000**

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

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.

Događanja za koje se planiraju potpore u 2014. godini:

Adria Hotel Forum, 18. – 20. 2. 2014. 20.000

Global Entrepreneurship Congress, 17.-20.3.2014., kandidatura za 2015. 50.000

Konferencija ARTUR - Arhitektura i turizam, ožujak 2014. 15.000

Auto® 6. međunarodna konferencija o dizajnu automobila, travanj 2014. 30.000

ARS CHORALIS međunarodni simpozij, 24. – 26. 4. 2014. 10.000

FIMBA -svjetsko prvenstvo veterana u košarci, 26. 4. – 4. 5., kandidatura za 2021. 20.000

Konferencija Akupunktura grada, travanj 2014. 10.000

Nacionalni stručni skup Botaničkih vrtova i arboretuma RH, 5.-6. 5. 2014. 5.000

Dani zagrebačke arhitekture, 19. – 24. 5. 2014. 10.000

4th Virtual World Congress of Dental Students, svibanj 2014. 5.000

European Botanic Gardens Consortium, 6. – 8. 6. 2014. 5.000

Think Space Nekonferencija, 11. – 13. 6. 2014. 20.000

Europski Forum o rezidencijalnim programima, 13. – 15. 6. 2014. 10.000

Međunarodna konferencija *Tesla u Zagrebu 2014*, 9. – 11. 7. 2014. 15.000

Europsko debatno sveučilišno prvenstvo, 18. – 24. 8. 2014. 20.000

Kongres *Neodoljiva Hrvatska*, rujan 2014. 10.000

World Flower Summit 2014, rujan 2014. 20.000

Međunarodna konferencija Svjetskog komiteta za etnografske muzeje - ICME, 14. – 16. 10. 2014. 10.000

19. Svjetski kongres International Union of Anthropological & Ethnological Sciences, kandidatura za 2023. god., sudjelovanje na 6 kongresa tijekom 2014. 40.000

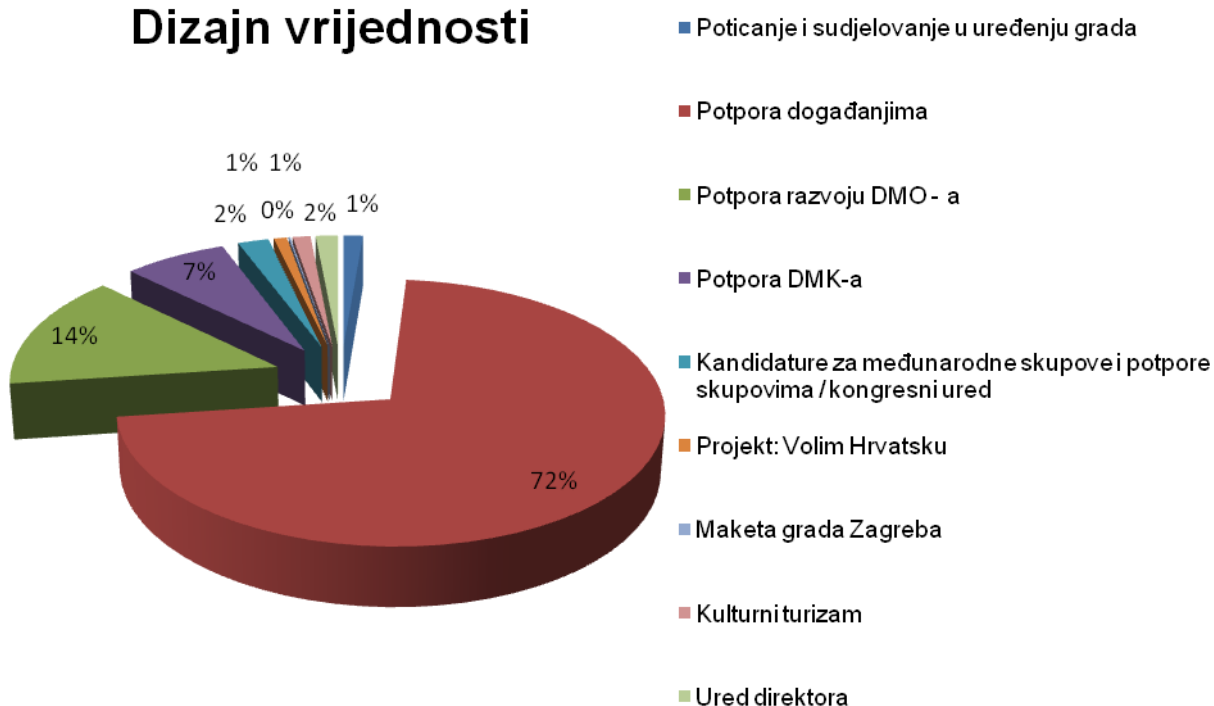
Kongres HUH, studeni 2014. 30.000

Osim za navedene skupove, planiraju se potpore za kandidature međunarodnih skupova i potpore značajnijim dobivenim skupovima.

**Planirana sredstva: 550.000**

<b>6.</b>	<b>Projekt : Volim Zagreb</b>	
	Ekološko-edukativan projekt „Volim Hrvatsku“ dosadašnjih je godina bio dio aktivnosti Hrvatske turističke zajednice. TZGZ nastavlja s projektom pod nazivom „Volim Zagreb“ s ciljem nastavka poticanja svih relevantnih subjekata da se aktivno uključe u očuvanje turističkog prostora, unapređenje turističkog okruženja, zaštitu čovjekova okoliša, kulturnog, etnološkog i povijesnog nasljeđa kao i održivog razvoja.	
	TZGZ aktivno provodi ovaj projekt te će ga i u sljedećoj godini nastaviti provoditi u tom smjeru kroz suradnju sa PU Zagrebačkom, Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i šport kao i ekološko-edukativnim udrugama koje svoje djelovanje temelje usmjereno na podizanje svijesti o Zagrebu kao zdravoj i poželjnoj životnoj sredini, a time i turističkoj destinaciji. Također, nastaviti će se s poticanjem i sudjelovanjem u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora i to s posebnim naglaskom na djecu predškolske i školske dobi, a u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma. Prilog 4.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>234.000</b>
<b>7.</b>	<b>Maketa grada Zagreba</b>	
	U lipnju 2013. godine u središtu Zagreba postavljena je trajna maketa. Sredstva su predviđena zbog mogućih potreba održavanja.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>30.000</b>
<b>8.</b>	<b>Kulturni Turizam</b>	
	Pored brojnih znamenitosti i srednjeeuropskog ugođaja na ulicama, kulturna baština i ustanove, kao i bogatstvo i raznovrsnost kulturnih događanja u gradu Zagrebu, u značajnoj mjeri privlače građane i turiste.	
	Posebno se ističe bogatstvo manifestacija koje se posljednjih godina sve više organiziraju tijekom ljetnih mjeseci kad je i broj turista u Zagrebu povećan. Kao i proteklih godina, nastaviti će se s poticanjem daljnjeg razvoja suradnje između kulturnog i turističkog sektora, koja za konačan cilj ima povećanje kvalitete razvoja kulturnog turističkog proizvoda.	
	Sukladno tome, nastaviti će se s održavanjem edukativnih seminara za turističke vodiče i djelatnike u organizaciji TZGZ, sastancima sa zagrebačkim muzejima i ostalim značajnim dionicima kulturnog turizma.	
	U planu je ažuriranje brošure Muzeji i galerije na tri jezične mutacije (hrvatski, engleski, njemački). Brošura Muzeji i galerije distribuirat će se na svim turističkim i kulturnim sajmovima na kojima nastupa TZGZ, kao i u svim Turističkim informativnim centrima.	
	S ciljem pravovremenog informiranja o kulturnim i drugim značajnim događajima u gradu Zagrebu te promociji grada Zagreba, tiskat će se godišnji kulturni vodič događanja na engleskom jeziku s dodatkom na njemačkom jeziku. Vodič će se distribuirati na specijaliziranim sajmovima kulturnog turizma, ostalim turističkim sajmovima na kojima TZGZ nastupa te u Turističkim informativnim centrima TZGZ.	
	Izložba i premijerno predstavljanje Muzeja prekinutih veza u Mexico Cityu prilika je da se grad Zagreb promovira kao atraktivna kulturna destinacija s jedinstvenim muzejom u svijetu.	
	U 2014. godine planira se sudjelovanje na sajmu kulturnog turizma u Italiji – ART&TUR, Firenze.	
	Slijedom navedenog, za rad na promociji kulturnog turizma planirana su sljedeća sredstva:	
<b>8.1.</b>	<b>Seminari, studijska i stručna putovanja</b>	<b>15.000</b>
<b>8.2.1.</b>	<b>Izdavačka djelatnost</b>	
	Kulturni vodič Zagreba	100.000
	Letak „Jeste li znali“	13.000
	Muzeji i galerije	80.000
<b>8.3.</b>	<b>Susreti s partnerima</b>	<b>20.000</b>
<b>8.4.</b>	<b>Sudjelovanje na sajmovima kulturnog turizma</b>	<b>30.000</b>
<b>8.5.</b>	<b>Posebni projekti i prezentacije – Muzej prekinutih veza</b>	<b>30.000</b>
<b>8.6.</b>	<b>Neplanirano</b>	<b>30.000</b>
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>318.000</b>
<b>9.</b>	<b>Ured direktora – potpore projektima</b>	
	Tijekom godine pojavljuju se zamolbe za potporama koje nije moguće predvidjeti. Prema odluci Skupštine TZ direktor ureda ima mogućnost odobravanja manjih iznosa (do 20.000 kuna) za ad hoc događanja od turističkog značaja za Zagreb.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>400.000</b>
<b>II.</b>	<b>UKUPNO DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>26.469.000</b>

## Dizajn vrijednosti



### III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

#### 1. Online komunikacije

##### 1.1. Internet oglašavanje

Turistička zajednica grada Zagreba će i u 2014. godini nastaviti sa kreiranjem i praćenjem Google AdWords kampanja predviđenih za oglašavanja na tražilici i sadržajnoj mreži, kao i na optimizaciji svojih stranica za iste.

Pored postojećih Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, Flickr, LinkedIn profila te YouTube kanala, TZGZ otvorit će profile i na Instagram i Vine društvenim mrežama. Također, planira se oglašavanje putem plaćenih oglasa na društvenoj mreži Facebook, kao i kreiranje Facebook aplikacije za potrebe adventskih događanja.

Razvoj smart uređaja („pametni“ telefoni i tableti) i njihova sve veća upotreba usmjerile su marketinške i poslovne aktivnosti institucija pa tako i Turističke zajednice grada Zagreba u pravcu razvijanja internet stranica i aplikacija prilagođenih tim uređajima stoga je u planu izrada IOS aplikacije za tablet računala.

Nastavno na prošlogodišnje kampanje, planirana je i dodatna promocija niza cjelogodišnjih događanja u Zagrebu. Online oglašavanje će se provesti kroz 2 godišnja razdoblja: proljeće/ljeto i jesen/zima na vodećim portalima Njemačke, Italije, Austrije, Španjolske, Francuske, Mađarske i Velike Britanije. Promocija na Internet portalima odvija se putem banneri i advertoriala koji se prikazuju na istima u dogovorenom periodu, a cilj je izgradnja imidža Zagreba kao destinacije bogate raznim kulturnim i zabavnim događanjima.

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

**Planirana sredstva:**

**3.600.000**

##### 1.1.1. Newsletter i B2B Alert obavijesti (Zagreb Travel News)

Newsletter TZGZ ima osnovnu funkciju redovitog obavještanja i komuniciranja s novinarima, ali i ostalim ciljnim skupinama poput veleposlanstva, putničkih agencija, hotela, predstavništava Hrvatske turističke zajednice itd. Lista primatelja newslettera na engleskom i

hrvatskom jezikom broji više od 13.000 adresa, a isti se šalje jednom mjesečno. B2B Alert (Zagreb Travel News) ima osnovnu funkciju pravodobnog obavještanja stranih agencija i turoperatora o najvažnijim događanjima u Zagrebu. Šalje se dva do tri puta mjesečno na engleskom jeziku na više od 13.000 adresa.

U 2014. godini planira se potpuni redizajn Newslettera i dodavanje posebne kategorije posvećene kongresnoj ponudi grada Zagreba.

**Planirana sredstva:** **350.000**

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

Web stranice Turističke zajednice grada Zagreba obuhvaćaju turističku ([www.zagreb-touristinfo.hr](http://www.zagreb-touristinfo.hr)) i kongresnu ([www.zagreb-convention.hr](http://www.zagreb-convention.hr)) ponudu, kao i multimedijalnu stranicu ([www.zagreb-movies.com](http://www.zagreb-movies.com)) i posebnu stranicu vezanu za adventska događanja [www.adventzagreb.com](http://www.adventzagreb.com), te [www.zagrebplaces.com](http://www.zagrebplaces.com)

Korištenje web stranica TZGZ-a putem „responsive“ tehnologije prilagodit će se za različite uređaje („pametni“ telefoni, tablet i desktop računala).

Na turističkim stranicama [www.zagreb-touristinfo.hr](http://www.zagreb-touristinfo.hr) redizajnirat će se i-mapa, kao i turistički vodič. Kao i do sada, posebna pažnja bit će usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija te redovito ažuriranje, obogaćivanje, i optimiziranje istih.

**Planirana sredstva:** **600.000**

### 2. **Offline komunikacije**

U svrhu promocije grada Zagreba kao atraktivne turističke destinacije i informiranja potencijalnih posjetitelja koristi se oglašavanje u masovnim medijima kao što su: televizija, radio, časopisi, novine te plakati na glavnim emitivnim turističkim tržištima. Offline oglašavanje u funkciji je povećanja broja dolazaka i noćenja te afirmiranja postojećih turističkih proizvoda (Advent u Zagrebu, Zagrebački vremeplov).

#### 2.1. **Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora**

Postignuti rezultati oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u prethodnim godinama dokazali su da javno-privatno partnerstvo kroz oglašavanje hrvatskog turizma omogućuje učinkovitiju promociju, temeljenu na konkretnom interesu i programima koji omogućavaju realizaciju postavljenih ciljeva.

Hrvatska turistička zajednica će i u 2014. godini sa sustavom turističkih zajednica na svim tržištima provoditi oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama nositelja smještajne ponude destinacije, zračnih i drugih prijevoznika, turoperatora/turističkih agencija te drugih nositelja ponude destinacije. Turistička zajednica grada Zagreba će sudjelovati u oglašavanju u promotivnim kampanjama kao nositelj kampanje ili konsolidator i to u sljedećim modelima: Model I, Model II i Model IV.

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora: **1.000.000**

#### **Promotivne kampanje TZGZ**

Slijedom dosadašnjih samostalnih marketinških kampanja i oglašavanja na tržištima u regiji (Slovenija, Srbija, Austrija, Mađarska, sjeverna Italija, Bavarska) i Hrvatskoj, planirana je dodatna promocija događanja u Zagrebu s posebnim naglaskom na ljeto i zimu (Zagrebački vremeplov, Advent u Zagrebu). Promotivne kampanje sastoje se od različitih integriranih marketinških metoda komunikacije: radijsko oglašavanje, TV oglašavanje (Zagrebavanje na MTV Adria), nagradne igre, mix billboarda i city lighta, oglašavanja u sredstvima javnog prijevoza, cross marketinga.

Promotivne kampanje TZGZ: **600.000**

**Planirana sredstva:** **1.600.000**

#### 2.2. **Suradnja sa HNS – om**

Sudjelovanje na press konferencijama u Hrvatskoj i inozemstvu, promotivne minute u vidu oglašavanja putem velikih stadionskih LED ekrana te bannerima uz teren, oglašavanje za vrijeme međunarodnih utakmica u Zagrebu na stadionu, oglašavanje na materijalima i web stranici HNS-a, korištenje video materijala, slika, imena i potpisa te glasovnih zapisa igrača, izbornika i svih članova stručnog stožera A reprezentacija u svrhu promotivnih aktivnosti i drugi oblici sponzorstva od izuzetnog je značaja za turističko pozicioniranje Grada, ali i nadogradnju uspješnoj promociji.

**Planirana sredstva:** **625.000**

#### 2.3. **Promotivni panoji i displeji**

U svrhu posebnih prezentacija i projekata u Hrvatskoj i inozemstvu izrađuju se tematski promotivni panoji s natpisima na prikladnim jezicima pojedinih tržišta.

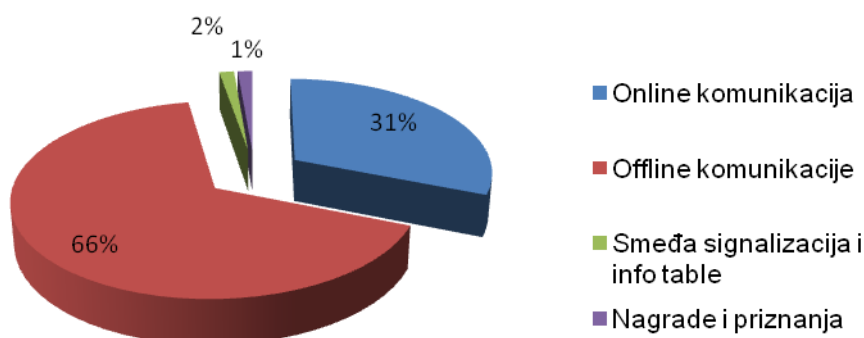
**Planirana sredstva:** **30.000**

#### 2.4. **Promotivni panoji i displeji / kongresni ured**

	Planira se izrada tematskih promotivnih panoa.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>10.000</b>
<b>2.5.</b>	<b>Idejna rješenja novih oglasa / kongresni ured</b>	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>10.000</b>
<b>2.6.</b>	<b>Opće oglašavanje</b>	
	Promotivne aktivnosti Turističke zajednice grada Zagreba usmjerene su na suradnju s medijima kroz objavljivanje oglasa, uvjetovanjem objave tekstova ili posebnih reportaža o Zagrebu s izuzetkom koji se odnosi na godišnja izdanja kataloškog tipa ili objavljivanja oglasa od posebnog značaja prilikom važnijih promocija ili događanja u svrhu djelotvorne promidžbe i stvaranja prepoznatljivog imidža grada.	
<b>2.6.1.</b>	<b>Oglašavanje u tisku</b>	
	Usprkos sve većoj važnosti elektroničkih medija, tiskani mediji su i dalje važan kanal komunikacije s potencijalnim posjetiteljima grada Zagreba. Prednost oglašavanja u tisku je specifičnost koju on ima kao kanal komunikacije kojem se čitatelji vraćaju više puta, dajući oglasima priliku puno veće primijećenosti.	
	U hrvatskim tiskovnim medijima daje se osobiti naglasak na oglašavanje i najave događanja u gradu (npr. Zagrebački vremeplov, Advent u Zagrebu), dok se na inozemnim tržištima velika važnost pridaje oglašavanju u specijaliziranim časopisima za kratke odmore u svrhu promocije kako ljetnih, tako i zimskih događanja.	
	U 2014. godini se planira i suradnja sa specijaliziranim časopisom Rail Europe Connexion koji se izdaje na 14 tržišta (Australija, Novi Zeland, Južna Koreja, Japan, Indija, Kina, Tajvan, Hong Kong, Tajland, Singapur, Brazil, Argentina, UAE, Južnoafrička Republika) u 2,5 milijuna kopija. Prilog 5.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>796.000</b>
<b>2.6.2.</b>	<b>Oglašavanje u kongresno inecentive publikacijama / kongresni ured</b>	
	Planira se oglašavanje u specijaliziranim stručnim časopisima i drugim medijima (Internet). Prilog 5.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>551.000</b>
<b>2.6.3.</b>	<b>TV Oglašavanje</b>	
	Emitiranje posebnih reportaža o Zagrebu, u jutarnjem i poslijepodnevnom terminu, na četiri strana jezika, putem satelitskog odašiljača TV Sljeme nastavlja se i u 2014. godini kroz realizaciju posebnog TV programa. Distribucija signala koji pokriva područje cijele Europe, Bliskog istoka i Rusije garantira izuzetan potencijal ovog distribucijskog kanala.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>950.000</b>
<b>2.7.</b>	<b>Brošure i ostali tiskani materijal</b>	
	Slijedom povećanja broja dolazaka turista u Zagreb i specifičnih zahtjeva emitivnih tržišta na kojima Turistička zajednica grada Zagreba planira promotivne nastupe, vrši se redovni dotisak postojećih promotivnih materijala i planira se izdanje novih specijaliziranih promotivnih brošura (npr. Vjenčanja u Zagrebu). Opće turističke informacije o gradu i užoj okolini, tiskaju se u vidu džepnih brošura i plana grada, sa svrhom boljeg informiranja i lakšeg snalaženja turista koji se nalaze u Zagrebu.	
	Posebno dizajniran i pripremljen promo press CD Turističke zajednice grada Zagreba namijenjen je stranim novinarima, turističkim agentima te turoperatorima. Dostupan je na čak 31 jeziku, a to su: albanski, bugarski, češki, danski, engleski, finski, francuski, grčki, hebrejski, hinduski, hrvatski, japanski, katalonski, kineski, korejski, mađarski, makedonski, nizozemski, norveški, njemački, poljski, portugalski, rumunjski, ruski, slovački, slovenski, španjolski, švedski, talijanski, turski i ukrajinski. Prilog 6.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>3.269.000</b>
<b>2.6.</b>	<b>Suveniri i promo materijali</b>	
	Promotivni materijali i suveniri, temeljeni na zagrebačkim i hrvatskim obilježjima, koriste se kao dodatak postojećim tiskanim promotivnim materijalima u svrhu oplemenjivanja promocije Zagreba na turističkim sajmovima i posebnim prezentacijama te kao poklon uvažanim gostima novinarima, turističkim agentima i ostalim značajnim osobama. Prilog 6.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>1.680.000</b>
<b>2.7.</b>	<b>Zagreb Card</b>	
	Zagreb Card namijenjen je svim posjetiteljima Zagreba, kako bi im boravak u Zagrebu bio što ugodniji i atraktivniji. Korištenjem kartice posjetitelju Zagreba otvaraju se raznolike mogućnosti povoljnijeg i atraktivnijeg boravka u gradu. Zagreb Card je dio zajedničkog europskog projekta gradskih kartica u okviru međunarodne udruge ECM (European Cities Marketing).	

European City Cards (ECM projekt)	10.000
Pay Way	3.000
Zagreb Card – dotisak 24 i 72 sata, tisak plakata, letaka i knjižica Zagreb Card	187.000
<b>Planirana sredstva:</b>	<b>200.000</b>
<b>3. Smeđa signalizacija i info table</b>	
Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije te izrada interpretacijskih ploča.	
<b>Planirana sredstva:</b>	<b>200.000</b>
<b>4. Nagrade i priznanja</b>	
U 2013. godini Turistička zajednica grada Zagreba osvojila je nekolicinu nagrada i priznanja tako da se i nadalje planira sudjelovati sa promotivnim materijalima (filmskim, elektronskim ili tiskanim) na međunarodnim stručnim natjecanjima i festivalima.	
U sklopu planiranih posebnih prezentacija Zagreba u inozemstvu, predviđa se i dodjeljivanje nagradnih putovanja u Zagreb što predstavlja dodatne poticaje marketinškim naporima da se Zagreb pozicionira i predstavi zahtjevnom svjetskom turističkom tržištu kao atraktivna destinacija.	
<b>Planirana sredstva:</b>	<b>200.000</b>
<b>III. UKUPNO KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>14.671.000</b>

## Komunikacija vrijednosti



## IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

### 1. Sajmovi

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

U svrhu promocije grada Zagreba kao turističke destinacije, Turistička zajednica grada Zagreba kontinuirano predstavlja zagrebačku turističku ponudu na turističkim sajmovima u zemlji i inozemstvu. U 2014. godini planira se nastup na 40 turističkih sajmova (21 samostalno i 19 u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom slijedom ugovora o su-izlaganju). Nastavno na promjene kretanja svjetskih turističkih tokova i značaj novih emitivnih tržišta povećan je broj samostalnih nastupa te se planira nastup na novim tržištima kao što su Brazil, Indija, Kanada i Tajvan. (Prilog 7)

**Planirana sredstva:** **2.272.000**

#### 1.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

U suradnji s HTZ-om, Kongresni ured će nastupiti na vodećim kongresno-incentive burzama (Prilog 8.). S ciljem povećanja broja skupova i incentive putovanja, Kongresni ured će nastaviti

s potporama svojim članicama kroz sufinanciranje zakupa izložbenog prostora. Za 2014. godinu, planira se sufinanciranje za 2 m2 pojedinom izlagaču, na burzama gdje je glavni organizator HTZ, a kako bi se u sinergiji s predstavnicima kongresnog gospodarstva postigli bolji rezultati u promociji i prodaji destinacije na značajnijim burzama.

**Planirana sredstva: 660.000**

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

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

U suradnji s nacionalnim zračnim prijevoznikom, hrvatskim diplomatskim predstavništva kao i predstavništva HTZ-a planira se organizacija posebnih prezentacija i poslovnih radionica na starim (Francuska, Mađarska, SAD), ali i na novim emitivnim tržištima.

Cilj posebnih prezentacija i poslovnih radionica je promocija Zagreba kao turističke destinacije i specifičnih turističkih proizvoda (npr. Advent u Zagrebu) kroz susret s predstavnicima putničkih agencija u inozemstvu. Prilog 7.

**Planirana sredstva: 400.000**

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

Kroz zajedničke aktivnosti s HTZ-om, kao i predstavnicima turističkog gospodarstva, nastojat će se poboljšati ukupna razina kvalitete ponude s ciljem povećanja konkurentnosti. Planirane aktivnosti s tim u vezi, odnose se na organizaciju poslovnih radionica, kao i sudjelovanje na poslovnim radionicama u organizaciji HTZ-a te na samostalne nastupe na radionicama za koje se procjenjuje da su od interesa za Zagreb, poput Successful Meetings Univesity (SAD), ICJ MICE Advantage, C&IT Agency Forum i dr.

**Planirana sredstva: 250.000**

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

S obzirom da Turistička zajednica grada Zagreba samostalno nastupa na sajmovima, radionicama i posebnim prezentacijama u inozemstvu, potrebno je pripremiti odgovarajući vizualni identitet prostora koji će na adekvatan i moderan način komunicirati s tržištem.

**Planirana sredstva: 50.000**

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

Najznačajniji oblik promocije turističke destinacije, suradnja s medijima, kako stranim tako i s domaćim, odvija se kroz organizaciju studijskih putovanja, konferencija za novinare, internet – web stranice, newsletter, press release.

Studijska putovanja inozemnih turističkih novinara organiziraju se samostalno i u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, slijedom određenih kriterija, po pozivu ili po samostalnoj ponudi pojedinih izdavačkih kuća. Turistička zajednica grada Zagreba podržava i tematska, grupna studijska putovanja novinara u organizaciji Hrvatske turističke zajednice, čiji je razlog putovanja kontinentalna Hrvatska i njezine turističke posebnosti, a Zagreb predstavlja logično ishodište.

Uložena sredstva višestruko se vraćaju kroz objave raznih članaka, reportaža ili TV emisija, a vrijednost objavljenog materijala prati se kroz press clipping službu.

Komunikacija s medijima putem interneta odvija se kroz dva kanala – putem web stranice na kojoj se nalaze odgovarajući podaci i fotografije u visokoj rezoluciji pogodne za tisak te putem news lettera.

Suradnja s domaćim novinarima je od posebne važnosti s ciljem stvaranja pozitivnog mišljenja javnosti o značaju turizma u gradu Zagrebu te se u tom smislu planira redovito slanje priopćenja za novinare o atraktivnim događanjima ili statističkim podacima o dolascima i noćenjima te konferencije za novinare u okviru posebnih samostalnih prezentacija turističke ponude grada Zagreba. Za potrebe konferencija priređuje se press-materijal koji obuhvaća informacije, filmove, brošure i suvenire.

**Planirana sredstva: 600.000**

## **5. Studijska putovanja agenata**

U 2014. godini planira se nastavak suradnje s turoperatorima i turističkim agencijama putem organiziranja niza studijskih putovanja s ciljem upoznavanja zagrebačke turističke ponude. Studijska putovanja agenata organiziraju se samostalno, u suradnji sa stranim turoperatorima i njihovim domicilnim partnerima te Hrvatskom turističkom zajednicom. Planira se i podrška hrvatskim putničkim agencijama u organizaciji studijskih posjeta njihovih poslovnih partnera (stranih agenata) s ciljem poticanja kreiranja programa za Zagreb.

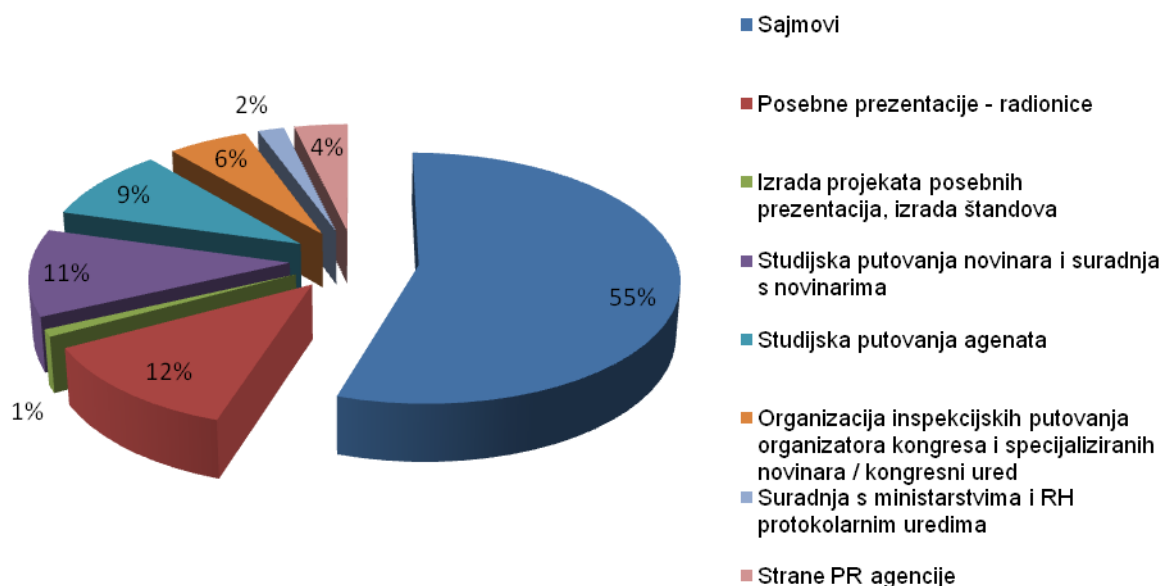
U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom planira se organizacija studijskog putovanja i poslovne radionice pod nazivom “Buy Croatia” u svrhu upoznavanja turističkih potencijala Zagreba i kontinentalne Hrvatske.

U cilju pozicioniranja Zagreba kao turističke destinacije na tržištu Indije, u suradnji s

partnerskom agencijom u Indiji planira se organizacija studijskog putovanja za predstavnike najznačajnijih indijskih turoperatora.

	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>500.000</b>
<b>6.</b>	<b>Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured</b>	
	Prema potrebama, planira se organizacija inspekcijskih posjeta potencijalnih organizatora skupova i incentive putovanja, kao i posjete specijaliziranih novinara.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>300.000</b>
<b>7.</b>	<b>Suradnja sa stranim PR agencije</b>	
	Specijalizirane agencije za marketing i odnose s javnošću u inozemstvu koristit će se u pripremi tiskovnih konferencija, konzultacija u vezi prigodnih oglašavanja, organizacija radionica te ugovaranja sastanaka s pojedinim touroperatorima i agentima, kao i odabiru sudionika inspekcijskih i studijskih putovanja u Hrvatsku.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>200.000</b>
<b>8.</b>	<b>Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima</b>	
	Slijedom dosadašnje suradnje s ministarstvima RH, protokolarnim službama Ureda predsjednika i Gradskog poglavarstva te ostalim institucijama od značaja i u 2014. godini se provodi organiziranje razgleda grada Zagreba za brojne strane diplomate, visoke dužnosnike i značajne osobe u svrhu promocije Zagreba.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>100.000</b>
<b>9.</b>	<b>Neplanirano/kongresni ured</b>	<b>100.000</b>
<b>IV.</b>	<b>UKUPNO DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>5.432.000</b>

## Distribucija i prodaja vrijednosti



## V. INTERNI MARKETING

### 1. Nagrade i priznanja

Zadaća projekta je razvijanje svijesti djece o važnosti očuvanja okoliša kao bitnog čimbenika razvoja turizma. Budući da se više ne nalazi u okvirima aktivnosti Hrvatske turističke zajednice, projekt razvijamo samostalno jer i dalje smatramo da nam je obveza doprinijeti pravilnom odgoju najmlađih sugrađana.

**Planirana sredstva: 36.000**

### 2. Edukacija

#### 2.1. Obuka osoblja

Obuka se provodi s ciljem poboljšanja postojećih znanja, metoda, procedura i alata, te usvajanja novih, potrebnih za kvalitetno provođenje planiranih aktivnosti.

**Planirana sredstva: 280.000**

#### 2.2. Seminari klubova konkurentnosti i marketinga

Klubovi konkurentnosti i marketinga su udruge javnog i privatnog sektora koje imaju za cilj unapređenje sinergije cijelog turističkog sustava. Klubovi konkurentnosti definiraju mogućnosti poboljšanja kvalitete u turizmu. U okviru klubova konkurentnosti, TZGZ će surađivati s UPUHH-om, Vijećem hotelijera grada Zagreba, Grupacijom receptivnih agencija Zagreba, s UHPA-om, s Udrugom vodiča grada Zagreba, s HGK – Zagreb, s Udrugom samostalnih obrtnika i ugostitelja grada Zagreba te s iznajmljivačima privatnog smještaja.

**2.2.1. Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari 100.000**

**2.2.2. Studijska putovanja TU TZGZ 150.000**

#### 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 projekt izvannastavne aktivnosti "Kultura turizma" kojim želi pridonijeti jednom širem i sustavnijem promišljanju turizma kao ekonomske djelatnosti na način da se mlade koji ne pohađaju srednje škole turističkog usmjerenja upoznaju s osnovnim pojmovima turizma te turističkom, kulturnom i povijesnom baštinom grada Zagreba. Takav oblik interaktivne nastave pruža učenicima značajnu samostalnost i odgovornost te ih potiče da svojim specifičnim znanjima, idejama i prijedlozima pridonese uspješnosti realizacije projekta.

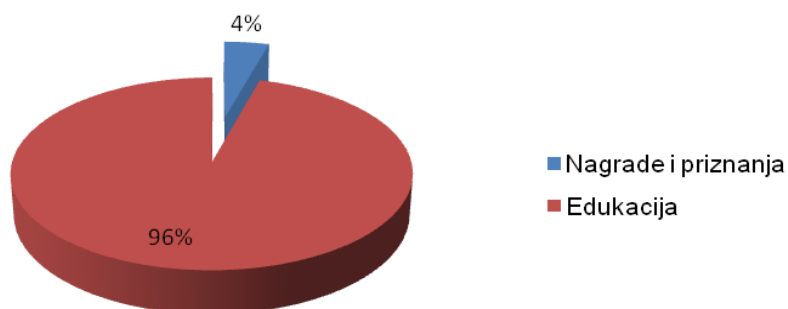
Zbog pozitivnih rezultata te reakcija učenika i profesora i s ciljem daljnje edukacije mladih o turizmu i kulturi, predlaže se izdvajanje sredstava za nastavak projekta Kultura turizma (izvannastavna aktivnost u srednjim školama) u nešto manjem opsegu.

**Planirana sredstva: 280.000**

## V. UKUPNO INTERNI MARKETING

**846.000**

### Interni marketing



## **VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

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

U svrhu emitiranja reportažnih emisija o Zagrebu i njegovoj turističkoj ponudi na satelitskom programu Z1 televizije, planirana su sredstva za produkciju, obradu i umnožavanje promotivnih filmova TZGZ-a. Filmovi koji su nastali kao polusatni reportažni kolaži o Zagrebu, namijenjeni emitiranju i oglašavanju u zemlji i svijetu, umnožavat će se u svrhu distribucije, stoga je predviđen tisak promotivnih DVD-a. Tematski desetominutni filmovi o Zagrebu s turističkom ponudom Zagreba i okolice (kultura, muzeji, hoteli, gastronomija, zanimljivosti), ciljano će se koristiti za distribuciju na sajmovima, press konferencijama i drugim prezentacijama, zatim poklanjati novinarima i touroperatorima i prikazivati na web stranicama TZGZ i Grada Zagreba. Reportaže će biti distribuirane na korištenje TV postajama u zemlji i inozemstvu, kao i zagrebačkim hotelijerima za potrebe emitiranja putem hotelskih TV kanala.

**Planirana sredstva:**

**2.000.000**

### **2. Istraživanje tržišta**

Turistička zajednica grada Zagreba kontinuirano surađuje sa stručnim institucijama i provodi aktivnosti tržišnih istraživanja s ciljem stvaranja pretpostavki za uspješno promotivno djelovanje. Rezultati istraživanja na raspolaganju su svim zainteresiranim subjektima koji žele unaprijediti turistički proizvod.

Ankete o zadovoljstvu turista i autobusnih grupa na Kaptolu omogućit će prikupljanje statističkih podataka vezanih uz organizirane dolaske autobusnih grupa a realizirat će se u svrhu praćenja konkurentne pozicije Zagreba na emitivnim tržištima.

**Planirana sredstva:**

**250.000**

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

Planirana su sredstva za prikupljanje objavljenih tekstova, reportaža, osvrti, najava, svih oblika pojavljivanja u tiskanim i elektronskim medijima za potrebe arhive, čiji su subjekti turizam grada Zagreba i Turistička zajednica grada Zagreba u Hrvatskoj i inozemstvu te, sukladno tome, i izrada analiza PR pojavnosti na kvartalnoj i godišnjoj osnovi (cost benefit analize). Prikupljeni materijali snimaju se na mjesečnoj osnovi na DVD, stoga su predviđena sredstva za isto.

Pretplatama na stručne časopise i sredstvima za literaturu koja je usko vezana uz turizam, nastoji se osigurati dostupnost informacijama o novostima u turizmu.

**Planirana sredstva:**

**290.000**

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

Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama relevantnim za turizam, promociju i edukaciju, kao što su: ASTA, EHMA, IH&RA, SKÁL, ABTA, DRV, USTOA, ECM, DMAI, RDA, UHPA, UPUHH itd., smatra se od iznimne važnosti zbog pozicioniranja turizma grada Zagreba u stručnim međunarodnim i domaćim tijelima te zbog umrežavanja sa sličnim turističkim destinacijama. TZGZ pristupa i u članstvo UNWTO-a te će sudjelovati u partnerskom odnosu. Prema potrebi sudjelovat će se na njihovim sastancima, godišnjim kongresima i seminarima. Posebnu pažnju treba posvetiti suradnji s diplomatskim predstavništvima RH kao i s predstavništvima HTZ-a.

#### **4.1. Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službena putovanja**

##### **/ kongresni ured**

**140.000**

Kongresni ured član je svih relevantnih međunarodnih strukovnih udruga poput: ECM – Conventions Forum, ICCA, MPI, a planira se sudjelovanje na njihovim godišnjim sastancima, seminarima i kongresima, poput godišnjeg kongresa MPI, ICCA-e i specijaliziranim radionicama unutar organizacije European Cities Marketing - Meetings Industry – India Meetings Industry Workshop i Meet Europe.

#### **4.2. Sudjelovanje na međunarodnim stručnim skupovima**

**250.000**

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

**120.000**

#### **4.4. SKÁL klub Zagreb – institucionalna članarina**

**20.000**

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

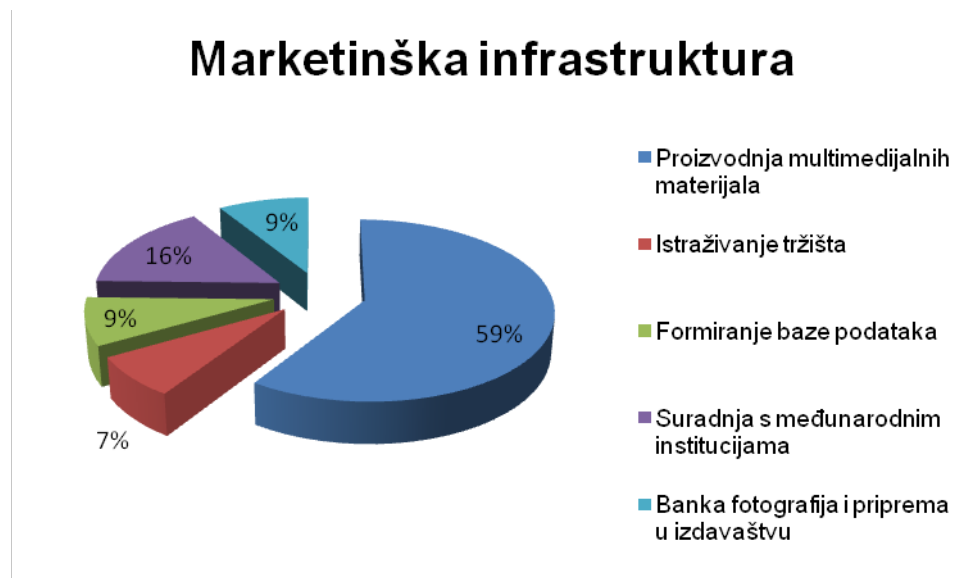
Tijekom procesa dizajniranja novih promotivnih materijala, ažuriranja postojećeg, kreiranja oglasa, svakodnevnog usluživanje medija, nastupa na sajmovima te ažuriranja internet stranica neophodan je otkup kvalitetnih umjetničkih fotografija s motivima Zagreba i svakodnevice, koji će uključiti i otkup autorskih prava u cijelosti.

Pohranjivanje cjelokupne dijateke odvija se na digitalnim medijima uz olakšani pristup bazi podataka. Pri izradi promotivnih materijala i tekstova za potrebe oglašavanja potrebno je

osigurati sredstva za grafičke pripreme, autorsko pisanje tekstova, prijevode i lekture, dizajn i sve oblike pripreme za tisak, uključujući i prijenos svih autorskih prava na TZGZ.

**Planirana sredstva:** **300.000**

**VI. UKUPNO MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA** **3.370.000**



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

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

**Planirana sredstva** **1.638.000**

**1. UKUPNO STRUKTURA MARKETING MIKSA** **68.270.000**

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA  
TURISTIČKI URED**

**FINANCIJSKI PLAN  
ZA 2014. GODINU**

## I. PRIHODI

RB	Prihodi po vrstama	Plan 2013.	Plan 2014.	Index	Struktura
1.	Boravišna pristojba	6.000.000	6.300.000	105,00	9,23
2.	Turistička članarina	56.000.000	56.000.000	100,00	82,03
3.	Višak prihoda prethodne godine	5.663.000	5.470.000	96,59	8,01
4.	Ostali nespomenuti prihodi	607.000	500.000	82,37	0,73
	<b>UKUPNO</b>	<b>68.270.000</b>	<b>68.270.000</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

### 1. Boravišna pristojba

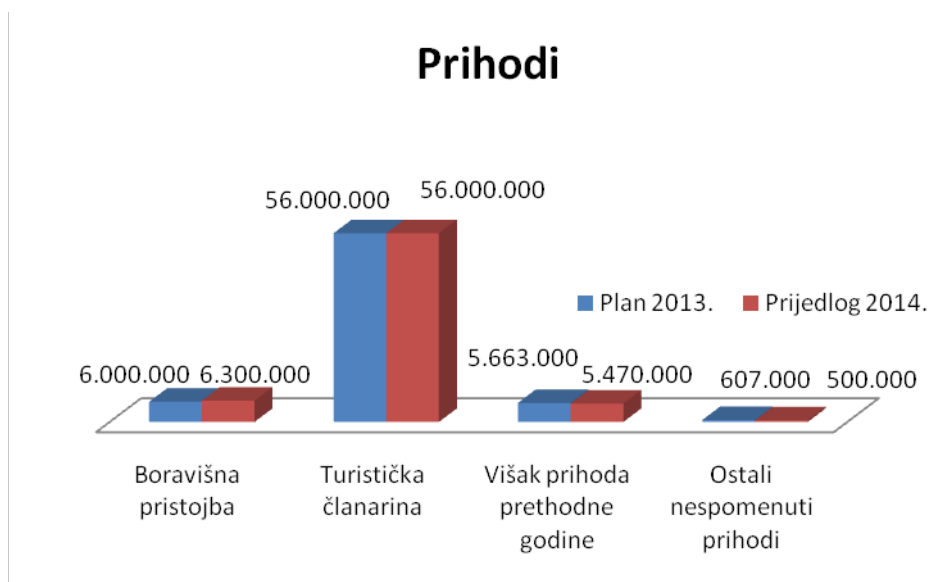
Planirani prihod od uplate boravišne pristojbe u 2014. godini veći je za 5 % u odnosu na plan 2013. godine. Posljednji podaci TZGZ za razdoblje siječanj-rujan pokazuju rast turističkog prometa. Za 2014. godinu predviđamo daljnja pozitivna kretanja pa samim time i veći prihod od boravišne pristojbe.

### 2. Turistička članarina

Prihod od turističke članarine planira se na razini plana 2013. godine. Porezna uprava obavlja poslove evidencije, obračuna i naplate turističke članarine od pravnih i fizičkih osoba, što je otežavajuća okolnost za predviđanje prihoda od članarine.

3. Planirani višak prihoda prethodne godine iznosi 96,59% od plana za 2013. godinu.

4. Planirani su ostali prihodi - prihod od refundacija od Hrvatske turističke zajednice za projekte, oglašavanje i ostalu suradnju te prihodi od novčanih sredstava - manji su za 17,63 % u odnosu na prethodnu godinu.

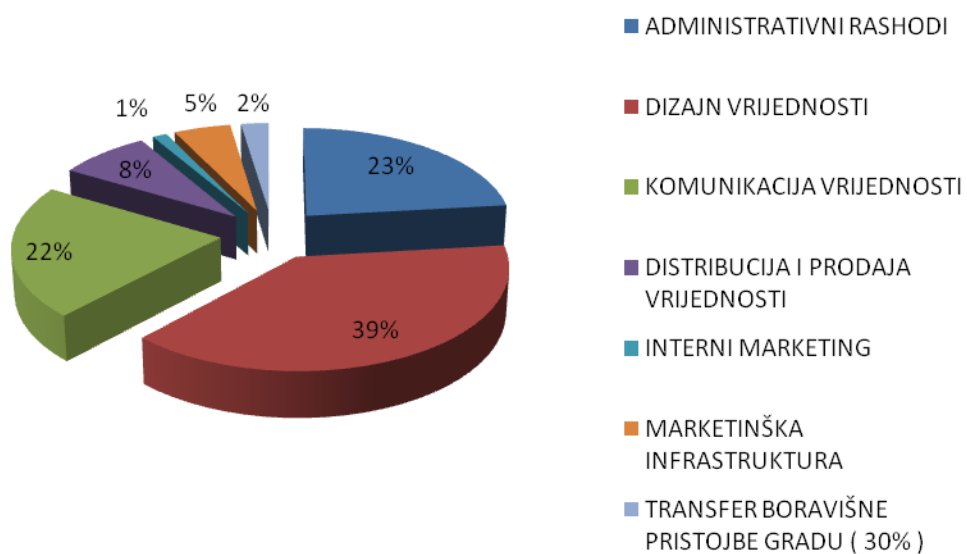


## II. RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2013.	Plan 2014.	Index	Struktura
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>				
1.	Rashodi za radnike				
1.1.	Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika	6.500.000	6.500.000	100,00	9,52
1.2.	Izdaci za prijevoz na posao	246.000	246.000	100,00	0,36
1.3.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu)	140.000	140.000	100,00	0,21
2.	Rashodi ureda	4.145.000	4.437.000	107,04	6,50
3.	Rashodi - TIC-evi	3.877.000	3.921.000	101,13	5,74
4.	Rashodi za rad tijela:naknade TV i NO	600.000	600.000	100,00	0,88
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>15.508.000</b>	<b>15.844.000</b>	<b>102,17</b>	<b>23,21</b>
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	200.000	350.000	175,00	0,51
2.	Potpore događanjima	21.154.600	18.950.000	89,58	27,76
3.	Potpore razvoju DMO - a	3.199.000	3.787.000	118,38	5,55
4.	Potpore DMK-a	1.350.000	1.850.000	137,04	2,71
5.	Kandidature za međunarodne skupove i potpore skupovima /kongresni ured	550.000	550.000	100,00	0,81
6.	Projekt: Volim Zagreb	168.000	234.000	139,29	0,34
7.	Maketa grada Zagreba	1.270.000	30.000	2,36	0,04
8.	Kulturni turizam				
8.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja	15.000	15.000	100,00	0,02
8.2.	Izdavačka djelatnost				
8.2.1.	Kulturni vodič Zagreba	89.700	100.000	111,48	0,15
8.2.2.	Letak "Jeste li znali"	16.500	13.000	78,79	0,02
8.2.3.	Muzeji i galerije	28.200	80.000	283,69	0,12
8.3.	Susreti s partnerima	59.000	20.000	33,90	0,03
8.4.	Sudjelovanje na sajmovima kulturnog turizma		30.000		0,04
8.5.	Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza		30.000		0,04
8.6.	Neplanirano	20.000	30.000	150,00	0,04
	Ukupno 8.	228.400	318.000	139,23	0,47
9.	Ured direktora - potpore projektima	400.000	400.000	100,00	0,59
	<b>Ukupno II.</b>	<b>28.520.000</b>	<b>26.469.000</b>	<b>92,81</b>	<b>38,77</b>
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Online komunikacija				
1.1.	Internet oglašavanje	2.950.000	3.600.000	122,03	5,27
1.1.1.	Newsletter i B2B Alert obavijesti	250.000	350.000	140,00	0,51
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	470.000	600.000	127,66	0,88
2.	Offline komunikacije				0,00
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	1.600.000	1.600.000	100,00	2,34
2.2.	Suradnja sa HNS - om	625.000	625.000	100,00	0,92
2.3.	Promotivni panoji i displeji	30.000	30.000	100,00	0,04
2.4.	Promotivni panoji i displeji / kongresni ured	10.000	10.000	100,00	0,01
2.5.	Idejna rješenja novih oglasa / kongresni ured	10.000	10.000	100,00	0,01
2.6.	Opće oglašavanje				0,00
2.6.1.	Oglašavanje u tisku	802.100	796.000	99,24	1,17
2.6.2.	Oglašavanje u kongresno incentiv publikacijama / kongresni ured	487.500	551.000	113,03	0,81
2.6.3.	TV oglašavanje	950.000	950.000	100,00	1,39
2.7.	Brošure i ostali tiskani materijali	3.252.100	3.269.000	100,52	4,79
2.8.	Suveniri i promo materijali	1.576.000	1.680.000	106,60	2,46
2.9.	Zagreb card	153.000	200.000	130,72	0,29
3.	Smeđa signalizacija i info table	200.000	200.000	100,00	0,29

4.	Nagrade i priznanja	270.000	200.000	74,07	0,29
	<b>Ukupno III.</b>	<b>13.635.700</b>	<b>14.671.000</b>	<b>107,59</b>	<b>21,49</b>
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Sajmovi				
1.1.	Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji sa HTZ	1.789.900	2.272.000	126,93	3,33
1.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	609.000	660.000	108,37	0,97
2.	Posebne prezentacije - radionice				0,00
2.1.	Posebne prezentacije - radionice	691.400	400.000	57,85	0,59
2.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured	250.000	250.000	100,00	0,37
3.	Izrada projekata posebnih prezentacija, izrada štandova	50.000	50.000	100,00	0,07
4.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	600.000	600.000	100,00	0,88
5.	Studijska putovanja agenata	400.000	500.000	125,00	0,73
6.	Organizacija inspeksijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured	300.000	300.000	100,00	0,44
7.	Suradnja sa stranim PR agencijama		200.000		0,29
8.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima	80.000	100.000	125,00	0,15
9.	Neplanirano / kongresni ured	100.000	100.000	100,00	0,15
	<b>Ukupno IV.</b>	<b>4.870.300</b>	<b>5.432.000</b>	<b>111,53</b>	<b>7,96</b>
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>				
1.	Nagrade i priznanja	36.000	36.000	100,00	0,05
2.	Edukacija				0,00
2.1.	Obuka osoblja	250.000	280.000	112,00	0,41
2.2.	Seminari klubova konkurentnosti i marketinga				0,00
2.2.1.	Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari	100.000	100.000	100,00	0,15
2.2.2.	Studijska putovanja TU TZGZ	150.000	150.000	100,00	0,22
2.3.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	280.000	280.000	100,00	0,41
	<b>Ukupno V.</b>	<b>816.000</b>	<b>846.000</b>	<b>103,68</b>	<b>1,24</b>
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	2.100.000	2.000.000	95,24	2,93
2.	Istraživanje tržišta	110.000	250.000	227,27	0,37
3.	Formiranje baze podataka	280.000	290.000	103,57	0,42
4.	Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama				
4.1.	Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i sl.putov. / kongresni ured	130.000	140.000	107,69	0,21
4.2.	Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima	250.000	250.000	100,00	0,37
4.3.	Članarine u strukovnim udrugama	120.000	120.000	100,00	0,18
4.4.	SKÅL club – institucionalna članarina	20.000	20.000	100,00	0,03
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	350.000	300.000	85,71	0,44
	<b>Ukupno VI.</b>	<b>3.360.000</b>	<b>3.370.000</b>	<b>100,30</b>	<b>4,94</b>
<b>VII.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU ( 30% )</b>	1.560.000	1.638.000	105,00	2,40
	<b>Ukupno VII.</b>	<b>1.560.000</b>	<b>1.638.000</b>	<b>105,00</b>	<b>2,40</b>
	<b>UKUPNO:</b>	<b>68.270.000</b>	<b>68.270.000</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

## STRUKTURA MARKETING MIKSA



## IV. REKAPITULACIJA

**UKUPNO PRIHODI: 68.270.000**

**UKUPNO RASHODI: 68.270.000**

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA  
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I  
FINANCIJSKI PLAN  
ZA 2014. GODINU**

**PRILOZI**

**PRILOG 1. - RASHODI UREDA**

<b>RB</b>	<b>Rashodi ureda</b>	<b>Plan 2013.</b>	<b>Plan 2014.</b>	<b>Index</b>	<b>Struktura</b>
1.	Potrošni materijal	100.000	100.000	100,00	2,25
2.	Materijal za održavanje čistoće	17.000	17.000	100,00	0,38
3.	Uredski materijal	90.000	90.000	100,00	2,03
4.	Potrošnja električne energije i plina	200.000	200.000	100,00	4,51
5.	Utrošak benzina	46.000	45.000	97,83	1,01
6.	Izdaci za sitan inventar	35.000	35.000	100,00	0,79
7.	Trošak telefona i telefaksa	300.000	300.000	100,00	6,76
8.	Trošak poštarine	70.000	70.000	100,00	1,58
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	350.000	350.000	100,00	7,89
10.	Usluge čišćenja	360.000	360.000	100,00	8,11
11.	Usluge najma poslovnog prostora	1.100.000	1.100.000	100,00	24,79
12.	Ostale komunalne usluge	65.000	65.000	100,00	1,46
13.	Troškovi po ugovorima o djelu	2.000	2.000	100,00	0,05
14.	Odvjetničke i revizorske usluge	20.000	20.000	100,00	0,45
15.	Grafičke usluge	12.000	10.000	83,33	0,23
16.	Usluge tiska – oglasi i dr.	2.000	2.000	100,00	0,05
17.	Ostale usluge	240.000	240.000	100,00	5,41
18.	Dnevnice za služ. putovanja u zemlji	10.000	10.000	100,00	0,23
19.	Dnevnice za služ. putovanja u inozemstvo		5.000		0,11
20.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	35.000	30.000	85,71	0,68
21.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000	1.000	100,00	0,02
22.	Trošak reprezentacije	170.000	170.000	100,00	3,83
23.	Premije osiguranja	75.000	75.000	100,00	1,69
24.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	60.000	60.000	100,00	1,35
25.	Stručna literatura i tisak	75.000	80.000	106,67	1,80
26.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	460.000	550.000	119,57	12,40
27.	Ostali troškovi poslovanja	40.000	40.000	100,00	0,90
28.	Neplanirani rashodi	10.000	10.000	100,00	0,23
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>3.945.000</b>	<b>4.037.000</b>	<b>102,33</b>	<b>90,98</b>
II.	Poslovni prostor, adaptacija	200.000	400.000	200,00	9,02
	<b>UKUPNO RASHODI UREDA</b>	<b>4.145.000</b>	<b>4.437.000</b>	<b>107,04</b>	<b>100,00</b>

**PRILOG 2. - POTPORA DOGAĐANJIMA**

RB	Potpore projektima	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	Zlatni Zagreb, oživljavanje umjetničkih zbirki doniranih gradu / kroz godinu		20.000
2.	Puteni puti Zagreba	20.000	30.000
3.	Zagrebačka crna kronika, povijesna tura o Zagrebu iz crne kronike / kroz godinu		20.000
4.	Ulicama Zagreba po Sunčevom sustavu, web projekt		10.000
5.	Blue bike - razgled grada biciklom / kroz godinu	15.000	10.000
6.	Next Bike - sustav javnih bicikala, aktivnosti / kroz godinu	10.000	
7.	Razgled grada na električnim biciklima / kroz godinu		10.000
8.	Secret Zagreb Walks, projekt sadrži tematske razglede grada te manifestaciju Noć vještica / kroz godinu		15.000
9.	Zagreb Evening Walk, redoviti razgledi grada kroz godinu, 3 x tjedno		20.000
10.	Zaljubljeni u Zagreb - DoraF		20.000
11.	People for Cats, izložbe, revije, koncert, radionice / ožujak-studeni		20.000
12.	Redovni svakodnevni razgledi grada - IBUS d.o.o. / ožujak-travanj i rujan-prosinac		20.000
13.	City Tour - Experience the City, ZET / svibanj-rujan		20.000
14.	Razgled grada Segway vozilima / ožujak - studeni	20.000	20.000
15.	Tjedan restorana Zagreb, Tjedan restorana Hrvatska / ožujak i listopad		20.000
16.	Turističko planinarski zemljovid Medvednice - HGSS		15.000
17.	Društvo Marije Jurić Zagorke, tura i edukacija vođača	20.000	20.000
18.	ZAGREB4U, strani studenti upoznaju i na društvenim mrežama komentiraju/promoviraju grad / veljača		12.000
19.	Drive in kino		10.000
20.	Play me, I'm yours - oslikavanje i izvođenje glazbe na klavirima na gradskim trgovima / lipanj		20.000
21.	Glazbena razglednica Zagreba, ture / srpanj		15.000
22.	Večernjakov party tramvaj / lipanj		15.000
23.	Znanstveni piknik / rujan	5.000	10.000
24.	Youth Photo Days Europe / rujan		20.000
25.	1. međunarodni sajam filma i muzike i 1. međunarodne dodjele filmskih i muzičkih nagrada Delfin / travanj	30.000	
26.	Eno i gastro turističke ture po Zagrebu / listopad	10.000	
27.	Gornjogradske coprnice / svibanj - rujan	10.000	10.000
28.	Osjeti Zagreb, razgled za slijepe i slabovidne / listopad	10.000	10.000
29.	Udruga sommeliera	35.000	
30.	NEPLANIRANO	165.000	150.000
	<b>UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA</b>	<b>350.000</b>	<b>562.000</b>

RB	Sport	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	FIS slalom za žene i FIS slalom za muškarce (Sljeme) / siječanj	3.600.000	3.800.000
1.2.	PBZ Zagreb Indoors / veljača	1.100.000	1.000.000
1.3.	Trofej Zagrebačkih pahuljica, međunarodno ISU natjecanje u sinkroniziranom klizanju / ožujak	70.000	
1.4.	Europski judo kup / ožujak	20.000	20.000
1.5.	World Medical & Health Games / lipanj	2.000.000	
1.6.	Europsko seniorsko prvenstvo u mačevanju / lipanj	100.000	
1.7.	Hrvatske svjetske igre - Hrvatski svjetski kongres / srpanj		100.000
1.8.	Balkanske atletske veteranske igre / rujan	120.000	
2.	Agram 2013., turnir u ženskom nogometu / siječanj	10.000	10.000
3.	25. memorijal V. Mažuranić, međunarodni turnir u mačevanju / siječanj	15.000	15.000
4.	Synchro Ski Svjetski Kup / veljača	20.000	20.000
5.	Zagreb Children FIS, međunarodno natjecanje u alpskom skijanju / veljača		50.000
6.	Croatian international 2012. – Europski badmintonski kup / ožujak	15.000	15.000
7.	9. plivački miting za najmlađe "Miting Sv. Patrika 2013." - PK Novi Zagreb / ožujak	5.000	5.000
8.	10. festival plivanja, međunarodno plivačko natjecanje - PK Dubrava / ožujak	10.000	10.000
9.	Bubamara Cup 2013. i Gothia kup, nogometni turniri	10.000	10.000
10.	20. Velika nagrada Zagreba / travanj i 24. Kepertov memorijal / rujan - Yacht Club Zagreb	25.000	25.000
11.	Squash natjecanja European Team Championship 3rd divison / travanj i Croatian Junior Open / travanj	15.000	25.000
12.	Wakeboard prvenstvo Hrvatske i Slovenije, Wake sezona 2014, ZG OPEN / kroz godinu	5.000	20.000
13.	Zagrebačka biciklijada - KUD Prepuštovec / svibanj	10.000	10.000
14.	Međunarodna kanu utrka Matija Ljubek, otvoreno prvenstvo Zagreba i 3. utrka mladih zmajeva / svibanj	15.000	15.000
15.	Klub odbojke na pijesku Zagreb – Zagreb Open / svibanj	10.000	10.000
16.	Savez športsko ribolovnih društava grada Zagreba / programi kroz godinu	20.000	20.000
17.	61. Zagiping / svibanj i Memorijal A.T.Stipančić / studeni – Međunarodni stolnoteniski turniri	20.000	20.000
18.	Večernjakova biciklijada / lipanj		10.000
19.	Festival triatlona Zagreb Open - Memorijal Marijan Pedišić / lipanj	5.000	5.000
20.	Atletski 4-boj (Austrija, Češka, Slovenija, Hrvatska) / srpanj		20.000
21.	ITF turnir u tenisu u kolicima - TK Sirius / srpanj	10.000	10.000
22.	Otvoreno prvenstvo Europe u hokeju na travi	10.000	20.000
23.	Ženski klub odbojke na pijesku Jarun – Jarun Beach Open Zagreb / kolovoz	10.000	10.000
24.	Old School Desant – Povorka starinskih automobila / rujan	5.000	5.000
25.	1. međunarodni turnir Zagrebački odbojkaški velikani - HAOK Mladost / prosinac		20.000
26.	Street Workout World Cup / listopad	2.000	5.000
27.	15. Jastrebo Open – međunarodni taekwondo turnir / listopad	10.000	15.000
28.	26. Zlatni medvjed, međunarodno prvenstvo u umjetničkom klizanju za juniore / studeni	10.000	10.000

29.	Zlatna pirueta – međunarodno klizačko natjecanje / prosinac	20.000	20.000
30.	NK Concordia – 5. međunarodni nogometni turnir / travanj	10.000	
31.	Međunarodna biciklistička utrka Zagreb – Ljubljana / kolovoz	70.000	10.000
32.	11. zagrebački aeromiting / rujan	10.000	
33.	20. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	15.000	15.000
34.	Svjetsko prvenstvo za muške u body buildingu / studeni	10.000	
35.	Hendi ping – Stolno teniska liga i Republičko i međunarodno natjecanje za hendikepirane	15.000	
36.	Kutija šibica, turnir u malom nogometu / prosinac	30.000	30.000
37.	Čazma, utrka od Kaptola...	10.000	10.000
38.	Pokreni se, vježbanje na otvorenom / kolovoz	3.000	
39.	NEPLANIRANO		200.000
	<b>UKUPNO SPORT</b>	<b>7.470.000</b>	<b>5.615.000</b>

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	HK Medveščak	375.000	375.000
2.	NK Dinamo	625.000	625.000
3.	RK Zagreb	625.000	625.000
4.	VK Mladost	625.000	625.000
5.	KK Cibona	625.000	625.000
6.	KK Cedevita	375.000	375.000
7.	Muški odbojkaški klub Zagreb	40.000	40.000
8.	Bundek fest / rujan	225.000	225.000
9.	Festival Hrvatske glazbe u Beču	90.000	90.000
10.	I.A.A.F. – Hanžekov memorijal - Međunarodni atletski miting / rujan	1.400.000	1.400.000
11.	Radio emisija "Iz Zagreba po Hrvatskoj"	100.000	100.000
12.	Histrioni - Ljeto na Opatovini	100.000	100.000
13.	Miss Universe Croatia	50.000	50.000
14.	Hrvatsko građansko društvo Crne Gore	30.000	30.000
15.	Fashion HR	40.000	
16.	Hrvatski kuharski savez		15.000
17.	Kazalište Ulysses	100.000	100.000
18.	Časopis talijanske manjine	96.000	
19.	Tjedan suvremenog plesa		50.000
20.	28. Gavelline večeri		
21.	Balkansko prvenstvo u preponskom jahanju - KK Karoca / rujan	50.000	50.000
22.	Zagreb Open - međunarodno prvenstvo Hrvatske u stolnom tenisu, Hrvatski stonoteniski savez / svibanj	100.000	50.000
23.	Europsko prvenstvo u umjetničkom klizanju	100.000	
24.	Children FIS	50.000	
25.	Nastup simfonijskog orkestra - Bruxelles	203.000	
26.	Balon klub Zagreb	75.000	
27.	Obilježavanje dana državnosti i ulaska RH u EU	29.000	
28.	Tjedan izraelske kulture u Zagrebu	150.000	
29.	Koncert u Berlinu povodom ulaska u EU	170.000	
30.	Ja BiH... 5 dana Zagreba u Sarajevu		20.000
31.	Koncertna direkcija Zagreb - ZGKUL	240.000	150.000
32.	Fuliranje kod uspinjače	250.000	
33.	Hrvatska glazbena mladež - Tjedan glazbe za djecu i ml.	100.000	

35.	Hrvatski vateropolski savez - dokumentarni film	50.000	
36.	Međunarodni kulturni centar - premijera opere La cambiale di matrimonio	35.000	
37.	Factum - Zagrebdox	150.000	
38.	KK Novi Zagreb	150.000	
49.	Zagrebački solisti	100.000	
40.	Neraspoređeno	1.000.000	1.000.000
	<b>UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM</b>	<b>8.523.000</b>	<b>6.720.000</b>

	<b>Božićna i novogodišnja događanja</b>	<b>Plan 2013.</b>	<b>Plan 2014.</b>
1.	Advent i Nova godina na Trgu bana Jelačića	400.000	400.000
2.	Advent na Zrinjercu	430.000	450.000
3.	Advent i Nova godina na Štrosu	100.000	
4.	Gričevanje	40.000	
5.	Klasika i jazz na Cvjetnom (HGM)		100.000
6.	Božićna i novogodišnja događanja za djecu – tramvaj, Žive božićne jaslice	30.000	
7.	Veseli božićni tramvaj		15.000
8.	Žive božićne jaslice		30.000
9.	Božićna priča u Čazmi	10.000	10.000
10.	Kroz Advent do Božića u Ozani	5.000	5.000
11.	KUD Vedra nota - Klinci s Ribnjaka – Božićni koncert	5.000	5.000
12.	ArtOmat, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	20.000	30.000
13.	Strauss u Oktogonu		25.000
14.	Advent u Maloj sceni		10.000
15.	Ad gloriam brass sa zagrebačkih božićnih balkona, 4 koncerta		36.000
16.	Božićno drveće	250.000	
17.	Advent na drukčiji način	20.000	20.000
18.	Fuliranje kod uspinjače		150.000
19.	Troškovi vezani za Božićno drveće Berlin - raskićenje (troškovi putovanja, najam dizalice)	26.200	
20.	Blagdan Sv. Lucije na Zrinjercu	12.000	12.000
21.	Novogodišnja smjena Straže		22.000
22.	Blagdan Sv. Nikole na Trgu bana Jelačića, FA Turopolje		10.000
23.	NEPLANIRANO		300.000
	<b>UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA</b>	<b>1.348.200</b>	<b>1.630.000</b>

RB	Kultura	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	27. muzički biennale Zagreb - HDS / travanj	30.000	
1.2.	Floraart - međunarodna vrtna izložba / svibanj	60.000	60.000
1.3.	48. Međunarodna smotra folklor / srpanj	50.000	50.000
1.4.	Ljetne noći teatra Exit / lipanj-rujan	50.000	50.000
1.5.	Izložba nizozemskog umjetnika Teun Hocksa - Serafini	20.000	
1.6.	Master Maroje, predstava u projektu Kazalište za Europu i svijet / kroz godinu		40.000
1.7.	Fešta od svjetala, osvjetljavanje i video projekcije / svibanj-rujan	20.000	
2.	Total Rock World, programi kroz godinu		30.000
3.	Kazališni vikendi za uzrast 1,5 - 5 godina u Maloj sceni / siječanj-svibanj i rujan-prosinac		15.000
4.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / 27.1.	25.000	25.000
5.	Fuliranje 2014. / ožujak-kolovoz		70.000
6.	Cantus ansambl / ožujak-studeni		20.000
7.	22. svečanosti Pasijske baštine / travanj	5.000	5.000
8.	5. ZG JAM - Zagreb Jazz Appreciation Month / travanj		10.000
9.	JAZZ projekti HDS-a / kroz godinu	10.000	10.000
10.	KUD Vedra Nota, Klinci s Ribnjaka – programi kroz godinu	10.000	10.000
11.	Platforma HR 2914., Prix Jardin d'Europe Labo / travanj	5.000	5.000
12.	Prijatelji mora: Crno-bijelo 60-ih, izložbe / rujan		10.000
13.	Zagrebačko ljeto u LIKUM-u		30.000
14.	Markov sajam - Srednjovjekovni sajam starih zanata / svibanj	30.000	30.000
15.	Mali Markov sajam – Sajam učeničkih zadruga Hrvatske / svibanj	10.000	10.000
16.	Bestiarum#3 / svibanj	10.000	10.000
17.	Gastro dani - Udruženje ugostitelja Zagreba / lipanj, studeni, prosinac	80.000	80.000
18.	Mozart u vrtu / Mozart na Gornjem Gradu, koncerti sa kostimiranim pjevačima i glumcima / lipanj-srpanj		20.000
19.	Večeri Petrice Kerempuha na Opatovini, koncerti / lipanj-rujan	10.000	20.000
20.	AMADEO - Ljetna kazališno-glazbena scena / srpanj-rujan	45.000	60.000
21.	Medvedgradske glazbene večeri / srpanj	10.000	20.000
22.	Martin je u Zagrebu / studeni	20.000	20.000
23.	SMRT - autoportret, međunarodna izložba umjetničkih radova / studeni		30.000
24.	Novinarski bal, Hrvatsko novinarsko društvo / travanj	10.000	10.000
25.	Folklorna razglednica – folklorna događanja na zagrebačkim trgovima, NS Dubrava / svibanj	10.000	
26.	Međunarodni folklorni festival djece i mladih / lipanj	17.600	18.000
27.	Europska noć kazališta - NS Dubrava i Dječje kazalište Dubrava / studeni	20.000	20.000
28.	3. međunarodni seminar orkestralnog dirigiranja Lovro von Matačić / rujan		10.000
29.	Glazba susreće riječi / listopad 2013.-svibanj 2014.		10.000
30.	Vaclav Huml, violinističko natjecanje	10.000	
31.	Lisinski, bal pod maskama	10.000	10.000
32.	CRO DANCE, karnevalski program na Trgu bana Jelačića / veljača	19.300	
33.	NEPLANIRANO		130.000
	<b>UKUPNO KULTURA</b>	<b>596.900</b>	<b>948.000</b>

RB	Moda	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	Fashion Week Zagreb / svibanj i listopad		20.000
2.	4. etno revija na Zrinjevcu / rujan	15.000	15.000
3.	Dan D, međunarodna izložba i festival dizajna / lipanj i Izložba Hrvatskog dizajna / prosinac	5.000	20.000
4.	Zlatna igla Zagreba / studeni	30.000	30.000
5.	Materina priča / kroz godinu	15.000	20.000
6.	Zagreb Hair Show / studeni	20.000	
7.	NEPLANIRANO		
	<b>UKUPNO MODA</b>	<b>85.000</b>	<b>105.000</b>

RB	Festivali	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Festival Sv. Marka - Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe / travanj-svibanj	60.000	60.000
1.2.	14. Međunarodni festival vatrometa / lipanj	40.000	60.000
1.3.	Cest is d best - Međunarodni ulični festival / lipanj	280.000	280.000
1.4.	Ljeto na Štrošu - ljetni festival na Gornjem Gradu / svibanj-rujan	250.000	250.000
1.5.	Ljetno kino Gradec / lipanj-rujan	70.000	70.000
1.6.	Večeri na Griču / lipanj-srpanj	80.000	80.000
1.7.	INmusic Festival / lipanj	350.000	350.000
1.8.	Fantastik Zagreb - film festival / lipanj-srpanj	50.000	50.000
1.9.	Festival turističkog filma / lipanj	350.000	380.000
2.	61. zagrebački festival, HDS / siječanj		20.000
3.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma / veljača		40.000
4.	Festival čokolade "Zagreb Chocofest" / veljača		20.000
5.	2nd Valentines Zagreb Salsa Festival / veljača		20.000
6.	Zagreb Wine Gourmet Weekend / veljača	15.000	20.000
7.	Naj, naj, naj festival – Žar ptica / travanj	0	10.000
8.	13. Festival jednakih mogućnosti / svibanj	15.000	15.000
9.	Slatki gušti, festival slastica / svibanj		10.000
10.	Screen on the Green, film festival / svibanj-lipanj	10.000	20.000
11.	Musica maxima - festival komorne glazbe / svibanj	10.000	10.000
12.	2. Zagreb harp festival / svibanj	35.000	45.000
13.	Salsa Fest Cvjetni / lipanj		10.000
14.	Pink Day, 1. međunarodni festival ružičastih vina / ožujak		10.000
15.	Animirani Zagreb / lipanj	10.000	10.000
16.	Park in Zagreb festival - Udruga kulturne akcije / lipanj-srpanj	15.000	20.000
17.	Accordeon Fest in Zagreb / lipanj	10.000	20.000
18.	46. međunarodni festival kazališta lutaka - PIF / rujan		10.000
19.	Festival svjetskog kazališta - ZKM / rujan	30.000	30.000
20.	7. ZeGeVege festival održivog življenja / rujan		5.000
21.	6. međunarodni festival dokumentarne fotografije Organ vida / rujan		10.000
22.	Festival svjetske književnosti / rujan		5.000
23.	Zagreb world music festival Nebo / listopad	10.000	10.000

24.	12. Zagreb film festival / listopad	40.000	50.000
25.	10. međunarodni festival novog cirkusa / studeni	20.000	20.000
26.	Hrvatski festival hrane i vina / studeni	15.000	15.000
27.	5. Zagreb Brass Festival / listopad	5.000	10.000
28.	Chansonfest / studeni		10.000
29.	Zagreb Tango Festival / prosinac	5.000	10.000
30.	Zagreb Adventure Festival / svibanj	20.000	
31.	Međunarodni festival folklora Zagreb-Velika Gorica / srpanj	15.000	15.000
32.	2. Flamenko festival u regiji / srpanj	10.000	
33.	Ljeto na Bundeku, Jarunu i Tuškancu, kino projekcije i zabavni program / kolovoz	15.000	15.000
34.	Urban festival / listopad	10.000	10.000
35.	8. međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT / listopad	15.000	15.000
36.	Nu:Write Theatre Festival Zagreb - međunarodni festival suvremenog kazališta / studeni	20.000	
37.	Svi zajedno Hrvatsko naj - festival turističkih manifestacija / lipanj	7.000	
38.	NEPLANIRANO		150.000
	<b>UKUPNO FESTIVALI</b>	<b>1.887.000</b>	<b>2.270.000</b>

RB	Suradnja s TZ	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	TZG Slavenskog Broda – Dani Slavenskog Broda u Zagrebu / svibanj	5.000	5.000
2.	TZG Čakovca – Porcijunkulovo / srpanj i Međimurski fašnik / veljača		10.000
3.	TZG Koprivnice – Markov sajam u Zagrebu i predstavljanje manifestacija u Zagrebu / svibanj-rujan	40.000	40.000
4.	TZG Lepoglave – predstavljanje 18. međunarodnog festivala čipke i kulturno turističke ponude Lepoglave / kolovoz	5.000	10.000
5.	TZG Hrv. Kostajnice – Međunarodna Una regata / srpanj, Unske noći kolovoz i Kestenijada listopad	15.000	10.000
6.	TZG Nove Gradiške – Presentacija turističke ponude N. Gradiške / rujan	5.000	10.000
7.	TZG Županje – Programske aktivnosti tijekom godine te predstavljanje manifestacija	10.000	10.000
8.	TZO Topusko – Zlatna pčela, dani meda / veljača	5.000	5.000
9.	TZG Kutine – promidžba biciklizma i prezentacija Dana planeta Zemlje na biciklu u Moslavini	5.000	5.000
10.	TZG Slunja – Ljeto u Slunju / srpanj-kolovoz	5.000	
11.	TZG Petrinje - Petrinjske legende i priče / kolovoz	5.000	
12.	TZ Siska - Keltska noć / rujan	10.000	
13.	NEPLANIRANO		
	<b>UKUPNO SURADNJA S TZ</b>	<b>110.000</b>	<b>105.000</b>

RB	Suradnja s udrugama	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	Dan obrtničke komore Zagreb / ožujak	10.000	10.000
2.	Udruga Plemićka mladež – Jelačić bal / lipanj	5.000	5.000
3.	Udruga Eko-etno selo Stara Kapela, Kako su se igrali naši stari - seoska olimpijada / svibanj	5.000	5.000
4.	Udruženje kuhara Zagreba – Medeno srce Zagreba	5.000	5.000
5.	Balon klub Zagreb	5.000	5.000

6.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac	5.000	5.000
7.	Društvo vodiča grada Zagreba	15.000	
8.	Udruge terapijskog jahanja Krila	15.000	
9.	Gradska četvrt Sesvete - Kulturna i turistička ponuda kroz razne manifestacije u Sesvetama / kroz godinu	100.000	100.000
10.	Klub veterana 148. brigade HV - Zapamtite Vukovar / studeni	10.000	
11.	Nezavisni sindikat radnika u Hrvatskom zdravstvenom osiguranju - 10. sportske igre / lipanj	5.000	
12.	Veteranski košarkaški klub Zagreb	50.000	50.000
13.	Udruga "Gračanski melin", Mlin-vodenica-edukacije, radionice, prezentacije tradicijskog mlinarenja	6.500	
14.	Udruga SOS, festival udruga	5.000	
15.	Hrvatski kinološki klub, izložba pasa	11.000	
16.	Udruga svijet tišine	12.000	10.000
17.	Udruga I.Hrvatski redarstvenik - Športske igre Hrv. policije	5.000	
18.	Udruga Domino - Festival perforacije u New Yorku	15.000	
19.	NEPLANIRANO		100.000
	<b>UKUPNO SURADNJA S UDRUGAMA</b>	<b>284.500</b>	<b>295.000</b>

RB	Suradnja s KUD-ovima	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	11. prigorski dan u KD Vatroslav Lisinski - Udruga Prigorski dan / ožujak	10.000	10.000
2.	KUD Sv. Ana - folklorni koncerti za turiste	10.000	
3.	KPD Sv. Klara - godišnji program događanja	10.000	
4.	Gračanski fašnik, Udruga Falaček Prigorja / ožujak		5.000
5.	FIS Remetski muzikaši i puce - Fašnik u Remetama / ožujak, Ljeto u Remetama, Blagdan MB Remetske / kolovoz, Susreti naroda i kultura / ljeto	10.000	40.000
6.	Ljeto u Remetama – Programi za turističke grupe u Remetama / lipanj-srpanj	20.000	
7.	Susreti naroda i kultura, niz koncerata zagrebačkih i inozemnih folklornih grupa na Trgu i na gradskim ulicama / tijekom ljeta	15.000	
8.	10. Susedgradske jeseni / listopad	10.000	10.000
9.	Jurjevski običaji na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje / travanj	10.000	10.000
10.	Dani kruha - KUD Frankopan Remete	10.000	
11.	NEPLANIRANO		
	<b>UKUPNO SURADNJA S KUD-ovima</b>	<b>105.000</b>	<b>75.000</b>

RB	Donacije u kulturi	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	Zagrebačke mažoretkinje	35.000	35.000
2.	Lado	35.000	80.000
3.	MUO	35.000	35.000
4.	MGZ	35.000	35.000
5.	Muzej Dražen Petrović	15.000	20.000
6.	Arheološki muzej	10.000	
7.	Park prirode Medvednica	35.000	35.000

8.	HNK	35.000	
9.	Etnografski muzej	35.000	35.000
10.	Klovićevi dvori		35.000
11.	MSU	35.000	35.000
12.	ZOO grada Zagreba	15.000	15.000
13.	Muzej prekinutih veza	35.000	35.000
14.	Muzej automobila Ferdinand Budicki	30.000	35.000
15.	Moderna galerija, izložba Kraljević	10.000	
16.	Umjetnički paviljon		50.000
17.	Hrvatski prirodoslovni muzej		15.000
18.	Muzej magije, Udruga Val kulture		
19.	Javna ustanova Maksimir		30.000
20.	NEPLANIRANO		100.000
	<b>UKUPNO DONACIJE</b>	<b>395.000</b>	<b>625.000</b>
	<b>SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA</b>	<b>21.154.600</b>	<b>18.950.000</b>

**PRILOG 3. - POTPORA RAZVOJU DMO-a**

RB	Projekti TZGZ	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane / travanj-rujan	10.000	12.000
2.	Proslava Majčinog dana na Zrinjvcu / svibanj	12.000	12.000
3.	Uskrsne pisanice na Kaptolu		40.000
4.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
4.1.	Promenadni koncerti na Zrinjvcu / travanj-rujan	350.000	370.000
4.2.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti / travanj-rujan	370.000	360.000
4.3.	Tajne Griča - Noćna gornjogradska interaktivna tura / travanj-rujan	400.000	420.000
4.4.	Red Srebrnog zmaja - Projekt oživljavanja Gornjeg grada srednjovjekovnim vitezovima / travanj-rujan	40.000	40.000
4.5.	Gornjogradske glazbene vedute - Nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom / travanj-rujan	110.000	110.000
4.6.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije	500.000	650.000
4.7.	Vergl na zagrebačkim ulicama / kroz godinu / travanj-rujan	30.000	30.000
4.8.	Gornjogradska likovna kolonija / svibanj-rujan	150.000	150.000
4.9.	Folklorna ljetna scena za turiste subotom i nedjeljom / travanj-rujan		
	HSPD Podgorac	12.000	13.000
	HKUD Prigorec Markuševac		13.000
	FA Turopolje	12.000	13.000
	KUD Valentinovo	12.000	13.000
	FA Vrapčanci	12.000	13.000
	KUD Prepuštovec	12.000	13.000
	FIS Remetski muzikaši i puce	24.000	13.000
	KUD Frankopan – Remete	12.000	13.000
	KUD Okička trešnja	12.000	13.000
	KUD Bukovac	12.000	13.000
	KUD Ruža Prigorja	12.000	13.000
	FA SKUD-a Ivan Goran Kovačić	12.000	13.000
	KUD Stenjevec	12.000	13.000
	HKUD Bosiljak	12.000	13.000
	KUD Orač	12.000	13.000
	KUD Klas Podsused		13.000
	KPD Sveta Klara		13.000
	KUD Sv. Ana		13.000
	FA Zagreb-Markovac		13.000
4.10.	Ansambli salonske glazbe Strauss - Promenadni koncerti u Maksimiru / nedjeljom travanj-rujan	120.000	140.000
4.11.	Zrinjevačke plesne večeri petkom / lipanj-rujan	170.000	200.000
4.12.	Tkalčijana - ulica glazbe i zabave / lipanj-rujan	230.000	250.000
4.13.	Kumice s Dolca – Ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / travanj-listopad	40.000	45.000
4.14.	Ljeto u Maksimiru / srpanj-kolovoz	72.000	72.000
4.15.	Vremeplov 2014. - Facepainting, oslikavanje lica		10.000
5.	Koncerti u Zagrebačkim crkvama - brošura	11.000	11.000
5.1.	Katedralni mješoviti zbor - Koncerti ozbiljne glazbe u Katedrali za turiste / kroz godinu	30.000	
5.2.	Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan	15.000	30.000

5.3.	Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / kroz godinu		30.000
5.4.	Glazba u crkvi Sv. Marka, Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / kroz godinu	30.000	30.000
5.5.	Koncerti u crkvi Sv. Katarine - Trio Barocco	30.000	
5.6.	Koncertna sezona ansambla Duo de novo	15.000	15.000
6.	Puhački orkestar ZET-a na Vremeplovu		120.000
7.	Dvorišta Gornjeg Grada, otvaranje dvorišta i vrtova / ljeto		40.000
8.	Novogodišnji koncert folklornih društava za turiste u GK Komedija / siječanj	120.000	65.000
9.	Uskrsni koncert folklornih društava za turiste GK Komedija / travanj	68.000	68.000
10.	Dan grada Zagreba - Posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada za Zagrepčane i turiste / svibanj	26.000	50.000
11.	Festival čokolade "Zagreb Chocofest" / veljača	20.000	
12.	Zaljubljeni u Zagreb - DoraF	10.000	
13.	2nd Valentines Zagreb Salsa Festival / veljača	20.000	
14.	Svjetski dan turizma - Završna priredba na Zrinjevcu / rujan	20.000	20.000
15.	NEPLANIRANO		150.000
	<b>UKUPNO PROJEKTI TZGZ</b>	<b>3.199.000</b>	<b>3.787.000</b>

**PRILOG 4. - VOLIM ZAGREB**

<b>RB</b>	<b>Volim Hrvatsku i Volim Zagreb</b>	<b>Plan 2013.</b>	<b>Plan 2014.</b>
1.	O.Š Nad lipom, škola s posebnim potrebama - Uređenje školskog vrta / kroz godinu		7.000
2.	KUD Frankopan Remete – Projekt „Budi svoj“, očuvanje tradicije i kulturne baštine Podsljemena / kroz godinu i Dani kruha / rujan	20.000	30.000
3.	HSPD Sljeme, Šestine - Tradicijske vještine / kroz godinu	15.000	15.000
4.	ŠRU Bukovac – Ekološko-edukativni programi u Školi u prirodi u Parku prirode Maksimir / ožujak-rujan i Zaštita i očuvanje podsljemenskih potoka / kroz godinu	30.000	30.000
5.	Gradski ured za obrazovanje – Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće / svibanj	10.000	10.000
6.	Proizvodi hrvatskog sela - Sajamska priredba hrvatskih proizvoda / ožujak-travanj		10.000
7.	Lovačka udruga Lasica - Čišćenje planinarskih staza Medvednice / kroz godinu; Dan Medvednice / svibanj	7.000	
8.	PU Zagrebačka – Dan ljubaznosti u prometu / svibanj	12.000	12.000
9.	Hrvatski farmer - Eko etno tour i Eko etno trade show / travanj	10.000	10.000
10.	Dan kravate – Projekt prezentiranja kravate kao nacionalne baštine na ulicama i trgovima Zagreba / listopad	15.000	25.000
11.	4. tjedan botaničkih vrtova i arboretuma Hrvatske / svibanj		10.000
12.	Zagrebačkim ulicama, Eno-gastro Opatovina / rujan-prosinac		10.000
13.	Udruga za zaštitu okoliša EKO-2000 – Projekt "Vratimo Podsused na izletničku kartu Zagreba - Podsusedske svečanosti / rujan-studenj	7.000	10.000
14.	Jesen u planini / listopad		5.000
15.	Lovačka udruga Lasica - Poučna staza Dubravkin put i Čišćenje planinarskih staza Medvednice / kroz godinu; Dan Medvednice / svibanj	7.000	15.000
16.	HTZ – Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj-svibanj	5.000	5.000
17.	Lijepa naša Sava - Promicanje ekološke svijesti o rijeci Savi / svibanj - srpanj	10.000	10.000
18.	Green city projekt / travanj-lipanj	10.000	
19.	ArtEnerg: kreativne vizije prirode i tehnologije / lipanj 2013.-lipanj 2014.	10.000	10.000
20.	Projekt Razvrstaj i svrstaj - pokreni se! / kroz godinu		10.000
21.	NEPLANIRANO		
	<b>UKUPNO VOLIM HRVATSKU I VOLIM ZAGREB</b>	<b>168.000</b>	<b>234.000</b>

**PRILOG 5. – OGLAŠAVANJE**

**OGLAŠAVANJE TURIZAM**

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	ABTA, ASTA Magazine	godišnji katalog	UK	25.000	25.000
2.	Acta turistica	godišnji katalog	Hrvatska	10.000	10.000
3.	BUS & HOTEL Report + Reise Aktuell	revija	turoperatori i putničke agencije u Njemačkoj	45.000	45.000
4.	Short Breaks & Holidays	revija	Europa	15.000	
5.	Hosteler	stručni časopis	Hrvatska	10.000	10.000
6.	Hrvatski sportski almanah	godišnji katalog	Hrvatska	8.000	8.000
7.	Iće i piće	revija	Hrvatska	30.000	30.000
8.	In Your Pocket	vodič+karta+internet	posjetitelji u Zagrebu	50.000	50.000
9.	Jutarnji list	dnevne novine	Hrvatska	10.000	10.000
10.	Kleine Zeitung	dnevne novine	Austrija	50.000	50.000
11.	Restaurant & Hotel	revija	Hrvatska	20.000	20.000
12.	Svijet u čaši	revija+enogastromobil	Hrvatska	40.000	40.000
13.	UT magazin + City break	revija	Hrvatska	85.000	85.000
14.	UHPA	godišnji katalog	inozemstvo	6.000	6.000
15.	Zagreb moj grad	mjesečnik	Hrvatska	30.000	30.000
16.	Turizam Srbija	mjesečnik	Srbija	5.800	6.000
17.	New Focus Travel Magazine	mjesečnik	Turska	7.700	8.000
18.	Meridijani	mjesečnik	Hrvatska	10.000	10.000
19.	Teklić	revija	Hrvatska	10.000	
20.	JAX FAX Travel Marketing	mjesečnik	SAD	25.000	25.000
21.	TIP/Profi Reisen	mjesečnik	Austrija	16.000	16.000
22.	Horizont	mjesečnik	Slovenija	10.000	10.000
23.	Way to Croatia	revija	Hrvatska	10.000	10.000
24.	Aeropak		inozemstvo	50.000	
25.	Esplanade Magazine	mjesečnik	Hrvatska	22.500	25.000
26.	Easyjet Inflight	mjesečnik	Velika Britanija	14.500	
27.	ASTA-online buyers guide	internet	SAD	3.000	
28.	WEB oglašavenj-Benelux	internet	Belgija, Luksemburg Nizozemska	600	
29.	Oglas u katalogu izložbe Hrvatske taktine keramike	katalog izložbe	Poljska	4.000	
30.	Oglas u posebnom izdanju Večernjeg lista - Putovanja	prilog dnevnih novina	Hrvatska	15.000	15.000
31.	Oglas u Slobodnoj Dalmaciji	prilog dnevnih novina	Hrvatska	15.000	15.000
32.	Oglas Tip Travel	on-line magazin	Hrvatska/svijet	10.000	20.000
33.	Neodoljiva Hrvatska	katalog	Hrvatska/svijet	8.000	
34.	Omnibusrevue	stručni časopis	Austrija, Njemačka, Švicarska	7.500	9.500
35.	Potovanja v dvoje	revija	Slovenija	7.500	7.500
36.	Select Traveller	revija	Velika Britanija	5.500	15.000
37.	The Standard	revija	Hong Kong	7.000	
38.	Hrvatske Top Destinacije	katalog	Hrvatska	1.000	
39.	Routes	baner	SAD	55.000	25.000
40.	ASTA - Destination Guide	godišnji katalog	SAD	10.000	

41.	Rail Europe Connexion	godišnji katalog	Australija, N. Zeland J. Koreja, Japan, Indija, Tajvan, Brazil Kina, UAE ...		60.000
42.	NEPLANIRANO			37.500	100.000
	<b>UKUPNO</b>			<b>802.100</b>	<b>796.000</b>

#### OGLAŠAVANJE U KONGRESNO-INCENTIVE PUBLIKACIJAMA

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2013.	Plan 2014.
1.	Croatian Convention & Incentive Magazine	stručni časopis	HTZ svijet	45.000	45.000
2.	Incentives & Meetings International Workbook	godišnji katalog	EU, SAD, Kanada, Azija	34.000	34.000
3.	Meeting e Congressi	stručni časopis	Italija	25.000	30.000
4.	EVENTS	stručni časopis	Njemačka	33.000	37.000
5.	Kongres Magazine	stručni časopis	Slovenija, regija	8.000	20.000
6.	Meedex PRO	stručni časopis	Francuska	46.500	23.000
7.	IMEX Frankfurt Catal.	burz. katalog	IMEX Frankfurt	7.000	10.000
8.	EIBTM Show Diary	burz. katalog	online	10.000	10.000
9.	Meetin Magazine	stručni časopis	Španjolska	16.000	20.000
10.	ICJ Journal / MICE Magazin	stručni časopis	Njemačka	20.000	23.000
11.	Biz direkt	stručni časopis	Hrvatska	9.000	10.000
12.	Poslovni dnevnik	stručni časopis	Hrvatska	25.000	25.000
13.	ICCA hyperlinks		online		
14.	MPI online buyer's guide		online	4.000	4.000
15.	Meet & Travel Mag	stručni časopis	Francuska	20.000	23.000
16.	Poslovni turizam		online	15.000	19.000
17.	MIM Europe Magazin	stručni časopis	Velika Britanija	23.000	23.000
18.	Liječničke Novine	stručni časopis	Hrvatska	15.000	15.000
19.	Cat publication	4page suplement	Velika Britanija	63.500	60.000
20.	The European		EU, SAD, Kanada, Azija	28.500	30.000
21.	Neplanirano			40.000	90.000
	<b>UKUPNO</b>			<b>487.500</b>	<b>551.000</b>

**PRILOG 6. – BROŠURE I SUVENIRI****BROŠURE**

<b>RB</b>	<b>Naziv</b>	<b>Plan 2013.</b>	<b>Plan 2014.</b>
1.	Brošura – Sve boje grada	400.000	400.000
2.	Brošura – Korak po korak	280.000	300.000
3.	Brošura – Zagrebačka okolica	170.000	180.000
4.	Brošura City Break	20.000	
5.	CD Hrvatska, CD Zagreb	1.250.000	1.250.000
6.	DVD Zagreb turistički	100.000	150.000
7.	Monografije	5.000	5.000
8.	Image brošura	40.000	20.000
9.	PROGRAM PRIREDBI/INFO	310.000	330.000
10.	Brošura hoteli, hosteli i privatni iznajmljivači	32.000	
11.	Plan grada – letak	330.000	370.000
12.	Brošura Gornji grad	30.000	30.000
13.	Mirogoj		
14.	Razgledi grada	23.000	25.000
15.	Letak „Smjena straže“	9.000	9.000
16.	Zagreb, Zagreb DVD	15.000	
17.	Promo press CD	30.000	30.000
18.	Kongresna brošura dopuna i tisak	20.000	20.000
19.	Kongresna aplikacija	20.000	20.000
20.	Kongresni DVD - umnožavanje	10.000	10.000
21.	Letak - Židovi u Zagreb	11.100	5.000
22.	Atlas Zagreb Aplauz (15 izdanje)	63.000	
23.	Time Out Croatia Visitors Guide 2013.	4.000	5.000
24.	ZG Gay vodič	10.000	10.000
25.	Plakati	20.000	
26.	Brošura vjenčanja		50.000
27.	NEPLANIRANO	50.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>	<b>3.252.100</b>	<b>3.269.000</b>

**SUVENIRI**

<b>RB</b>	<b>Naziv</b>	<b>Plan 2013.</b>	<b>Plan 2014.</b>
1.	Blok A 5	20.000	
2.	Blok POST IT	26.000	
3.	Kalendari trakasti	84.000	84.000
4.	Kemijske olovke - razne	72.000	100.000
5.	Knjiga – razno	10.000	10.000
6.	Kutija za licitarska srca	16.000	16.000
7.	Licitarska srca	460.000	500.000
8.	Magneti	70.000	70.000
9.	Majice sa dotiskom	100.000	100.000
10.	Mape – press	6.500	10.000
11.	Novčanici - škrlaček	100.000	70.000
12.	Privjesci - licitar	100.000	70.000
13.	Rokovnici	25.000	25.000
14.	Vrećice - papirnate male	25.000	25.000
15.	Vrećice - papirnate velike	37.000	
16.	Vrećice - papirnate A4	55.000	55.000
17.	Vrećice - platnene	3.000	
18.	Vrećice - EKO	100.000	100.000
19.	Vezice za mobitel	4.000	55.000
20.	Podlošci za miša	30.000	40.000
21.	Označivač knjiga	60.000	60.000
22.	USB stick	50.000	50.000
23.	Stolne mape	6.000	6.000
24.	Džepni planer	10.000	10.000
25.	Stolni kalendar	11.000	11.000
26.	VIP kutije	35.500	40.000
27.	Kapa šilt papirnata		13.000
28.	Kapa šilt		90.000
29.	Zastavice		10.000
30.	NEPLANIRANO	60.000	60.000
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.576.000</b>	<b>1.680.000</b>

**PRILOG 7. – SAJMOVI I PREZENTACIJE**
**SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ**

RB	Grad	Sajam	Datum		TZGZ m2	Plan 2013.	Plan 2014.
BUGARSKA							
1.	Sofija	International Tourism Exhibition	14.-16.2.		12	32.100	35.000
BRAZIL							
2.	Sao Paolo	WTM Latin America	23.-25.4.		9		70.000
HRVATSKA							
3.	Zagreb	Place2go	ožujak			23.600	25.000
4.	Zagreb	CroTour	veljača		50	60.200	60.000
5.	Dubrovnik	New Europe Market			6	10.700	
6.	Split	Interstas	studenj		12	20.000	20.000
INDIJA							
7.	New Delhi	SATTE	29.-31.1.		12		80.000
8.	Mumbai	SATTE	3.-4.2.		12		80.000
ITALIJA							
9.	Rimini	TTG Incontri	9.-11.10.		12		50.000
IZRAEL							
10.	Tel Aviv	IMTM	11.-12.2.		9		60.000
KANADA							
11.	Toronto	Toronto's Ultimate Travel Show	25.-26.1.		9		60.000
KINA							
12.	Shanghai	WTF	8.5.-11.5.		12	99.800	100.000
13.	Hong Kong	ITE	12.-15.6.		9	74.900	75.000
14.	Peking	COTTM			9	79.100	
NJEMAČKA							
15.	Koln	RDA	15.-17.7.		12	24.700	25.000
RUMUNJSKA							
16.	Bukurešt	Romanian Tourism Fair	13.-16.3.		12	68.200	70.000
SAD							
17.	Los Angeles	Times Travel Show	17.-19.1.		9		50.000
18.	New York	Times Travel Show	28.2.-2.3.		9		65.000
ŠPANJOLSKA							
19.	Barcelona	SITC	4.-6.4.		6		30.000
SINGAPUR							
20.	Singapore	ITB Asia	listopad		9	80.000	80.000
TAJVAN							
21.	Taipei	ITF Taipei	7.-10.11.		12		80.000
TURSKA							
22.	Istanbul	EMITT			9	52.500	
23.	Izmir	Travel Turkey			12		
UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI							
24.	Dubai	ATM	5.-8.5.		12	81.000	110.000
VELIKA BRITANIJA							
25.	London	City Fair	16.6.		6	25.500	26.000
16.	NEPLANIRANO					39.000	40.000
	<b>UKUPNO</b>					<b>771.300</b>	<b>1.291.000</b>

**NASTUPI S HTZ-om**

RB	Grad	Sajam	Datum	HTZ m2	TZGZ m2	Plan 2013.	Plan 2014.
AUSTRIJA							
1.	Beč	Ferienmesse	16.-19.1.		6		35.000
BELGIJA							
2.	Bruxelles	Vacances	6.-10.2.	60	6	29.500	30.000
FRANCUSKA							
3.	Paris	MAP	20.-23.3.	60	6	46.800	50.000
ITALIJA							
4.	Milano	BIT	13.-15.2.	120	6	31.100	35.000
5.	Rimini	TTG	18.-20.10.	12	6	50.000	
	Firenze	Art & Tur					30.000
IZRAEL							
6.	Tel Aviv	IMTM	5.-6.2.	24	5	38.500	
JAPAN							
7.	Tokyo	JATA	rujan	20	6	70.000	70.000
KINA							
8.	Peking	COTTM	9.-11.4.		6		70.000
KOREJA							
9.	Seoul	KOTFA	29.5.-1.6.	24	6	71.400	70.000
MAĐARSKA							
10.	Budapest	UTAZAS	28.2.-3.3.	80	6	27.000	30.000
NJEMAČKA							
11.	Munchen	f.r.e.e.	19.-23.2.		6		60.000
12.	Berlin	ITB	5.-9.3.	70	6	57.800	70.000
RUSIJA							
13.	Moskva	MITT	19.-22.3.	120	6	97.500	100.000
SAD							
14.	New York	Times Travel Show	18.-20.1.	18	9	61.100	
15.	Los Angeles	Times Travel Show	22.24.2.	18	9	42.500	
16.	Las Vegas	Home Based Travel Agents	14.-16.5.	18	9	48.500	
SKANDINAVIJA							
17.	Helsinki – FIN	MATKA	16.-19.1.	35	6	42.600	40.000
SLOVENIJA							
18.	Ljubljana	Alpe Adria	29.1.-1.2.	80	6	31.200	35.000
SRBIJA							
19.	Beograd	IFT	27.2.-2.3.	80	6	24.800	25.000
ŠPANJOLSKA							
20.	Madrid	FITUR	22.-26.1.	80	5	41.000	50.000
21.	Barcelona	SITC	20.-22.4.	20	6	26.200	
ŠVICARSKA							
22.	Zurich	FESPO	30.1.-1.2.	20	6	39.100	40.000
TURSKA							
23.	Istanbul	EMITT	30.1.-2.2.		6		40.000
UKRAJINA							
24.	Kijev	UITT	26.-28.3.		6	40.500	41.000
VELIKA BRITANIJA							
25.	London	WTM	3.-7.11.	150	6	70.000	90.000
UZBEKISTAN							
26.	Tashkent	The World Of Leisure	18.-19.4.			31.500	
27.	NEPLANIRANO						
<b>UKUPNO NASTUPI S HTZ-om</b>						<b>1.018.600</b>	<b>981.000</b>
<b>UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ + NASTUPI S HTZ-om</b>						<b>1.789.900</b>	<b>2.272.000</b>

**PRILOG 8. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA**

<b>RB</b>	<b>Grad</b>	<b>Burza</b>	<b>Datum</b>	<b>TZGZ m2</b>	<b>Plan 2013.</b>	<b>Plan 2014.</b>
1.	Ljubljana	Conventa	16. - 17.1.	4	22.000	22.000
2.	Pariz	Meedex	3. - 4.4.	4	51.000	51.000
3.	Moskva	MICE Forum	18.3.	6	32.000	32.000
4.	Frankfurt	IMEX	21.- 23.5.	4	139.000	140.000
5.	London	The Meetings Show	08. - 10.07.	6		50.000
6.	Las Vegas	IMEX America	15. - 17.10.	4	135.000	135.000
7.	Barcelona	EIBTM	26. - 28.11.	4	180.000	180.000
8.	NEPLANIRANO				50.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>				<b>609.000</b>	<b>660.000</b>