



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED

PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2015. GODINU

Zagreb, prosinac 2014.

Program rada i financijski plan za 2015. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2015. 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 2015. 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..... | 40 |
| Prilog 4. Volim Zagreb..... | 42 |
| Prilog 5. Oglašavanje..... | 43 |
| Prilog 6. Brošure i suveniri..... | 46 |
| Prilog 7. Sajmovi | 48 |
| Prilog 8. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama..... | 50 |

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 2014. godine pokazuju turističku orijentaciju, a optimistični pozitivni podaci se pokazuju na svako-mjesečnoj razini u 2014. godini.

Grad Zagreb posljednjih je godina unaprijedio i povećao ponudu smještajnih kapaciteta – 2011. godine grad je raspolagao s 6.887 kreveta u 50 hotela, 4.316 kreveta u različitim smještajnim objektima i 930 kreveta u privatnom smještaju. U 2012. godini nudio je 7.137 kreveta u 49 hotela, 4.699 kreveta u različitim smještajnim objektima i 1.285 kreveta u privatnom smještaju, dok je u 2013. godini Zagreb raspolagao s 6.804 kreveta u 49 hotela, 5.131 kreveta u različitim smještajnim objektima i 1.784 kreveta u privatnom smještaju. U rujnu 2014. godine u Zagrebu je bilo 53 hotela 5*, 4*, 4/3*, 3* i 2*, zatim 43 hostela, 576 privatnih iznajmljivača, 1 seosko domaćinstvo i 10 drugih smještajnih objekata.

Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci 2014. godine iznosi 44,79% u hotelima s 5*, 49,20% u hotelima s 4*, 51,67% u hotelima s 4/3*, 47,62% u hotelima s 3* i 31,39% u hotelima s 2*. Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci iznosi 46,77%.

Posljednji pokazatelji ukazuju na stagnaciju odnosno oporavljanje svjetske ekonomije uz oprez predviđanja za 2015. godinu, no za očekivati je da će nakon turistički pozitivnih pokazatelja u 2014. godini i 2015. godina biti kvalitetnija od 2014. godine.

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 mlade educiralo o važnosti i učincima turizma na gospodarstvo grada Zagreba, potaklo ih se na upoznavanje i dodatno istraživanje kulturne i povijesne baštine i turističkih atrakcija vlastitoga grada te u konačnici, na promišljanje o gradu kao turističkoj destinaciji.

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 Odjelom 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 2015. 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".

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 2015. 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 2015. godini, kao i u 2014. godini, određeni kako slijedi:

- 1) zadržavanje i unapređenje pozicije grada Zagreba kao atraktivne kongresno-turističke destinacije – aktivnosti promocije – online i offline, prezentacije i sajmovi te aktivnosti kongresnog ureda
- 2) unapređenje turističkog proizvoda kroz zajedničke napore s hotelijerima i receptivnim agencijama – suradnja s agencijama i touroperatorima, edukacija sustava – agencija i svih vrsta smještajnih objekata
- 3) valoriziranje kulturne ponude grada Zagreba – razvoj novih i postojećih turističkih proizvoda, sustavna potpora i organizacija manifestacija, stvaranje proizvoda koji su razlog dolaska u Zagreb
- 4) otvaranje novih tržišta – otvaranje novim tržištima kroz oglašavanje, sajmove i potpore agencijama koje žele sudjelovati na sajmovima
- 5) podizanje svijesti građanstva o nužnosti veće brige o Zagrebu – aktivnosti uređenja Zagreba
- 6) podizanje kvalitete rada u Turističkom uredu i informativnim centrima – edukacija djelatnika i primjena suvremenih metoda

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 2015. 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 2014. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 884.000 dolazaka i 1.520.000 noćenja. Prema predviđanjima i temeljem analize koja je sastavni dio Operativnog marketinškog plana turizma grada Zagreba, izrađena prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2015. godini se očekuje 1.388.017 noćenja. Obzirom na različitost metode obrade statističkih podataka (Državni zavod za statistiku broji noćenja i u kušet kolima), Turistička zajednica procjenjuje da će 2015. godine biti 1.600.000 registriranih noćenja prema prijavama turista.

Iz podataka o ostvarenim noćenjima vidljivo je da se negativne posljedice recesije ublažavaju. U Zagreb posjetitelji 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 2014. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 702.045 dolazaka i 1.201.762 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 113.072 dolazaka te 208.697 noćenja (17,37% ukupnih noćenja), a strani turisti 588.973 dolazaka i 993.065 noćenje (82,63% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2013. godinu, ostvaren je porast broja dolazaka turista za 11% (domaći dolasci su veći za 3%, a strani veći za 13%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 11% (domaća noćenja su veća za 7%, a strana veća za 12%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: Koreja 54.024 (217% više nego u istom razdoblju 2013. godine), Njemačka 41.631 (2% više), SAD 35.439 (7% više), Italija 35.015 (9% više), Španjolska 28.551 (16% više), a potom slijede turisti iz Ujedinjenog Kraljevstva, Japana, Bugarske, Francuske te Austrije. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz SAD-a 71.014 (9% više), Njemačke 70.958 (1% više), Italije 66.065 (14% više), Koreje 61.917 (210% više), Ujedinjenog Kraljevstva 53.088 (2% manje), a potom slijede turisti iz Španjolske, Francuske, Japana, Srbije te Bugarske. Značajan porast broja dolazaka turista u Gradu Zagrebu tijekom razdoblja siječanj – rujan 2014. godine u odnosu na isto razdoblje 2013. godine ostvarili su turisti iz Koreje (217% više), Indonezije (76% više), Tajvana (45% više), Kosova (27% više), Češke (26% više), Ukrajine (25% više), Slovačke (22% više) te Argentine (22% više). Ostvaren je i značajan porast broja noćenja turista iz Koreje (210% više), Indonezije (78% više), Tajvana (47% više), Slovenije (27% više), Argentine (27% više), Španjolske (24% više), Indije (24% više) i Kosova (22% 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 spomenute Koreje (s 10. mjesta u 2013. godini na 1. mjesto u 2014. godini), Kine (s 14. na 11. mjesto) i Tajvan (s 30. na 25. mjesto), a iz istih zemalja ostvareni su značajni pomaci u poretku prema najvećem ostvarenom broju noćenja: Koreja (s 15. na 4. mjesto), Bugarska (sa 13. na 10. mjesto) te Slovenija (s 21. na 18. mjesto).

U cilju ostvarenja turističke politike u 2015. godini, a sukladno odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma o ciljevima i zadaćama turističkih zajednica, Operativnom marketinškom planu turizma grada Zagreba, metodologijom i uputama, Turistička zajednica grada Zagreba izradila je Program rada i financijski plan za 2015. 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% |
| UKUPNO: | 1.047.937 | 1.074.984 | 1.115.757 | 1.193.860 | 1.258.432 | 1.326.575 | 1.388.017 | 1.452.504 | 100.0% |

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

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA
ZA 2015. 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: 7.245.000

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: 4.480.000

3. Rashodi TIC – evi

Tijekom 2015. godine Turistički informativni centri - Zračna luka, Željeznički kolodvor i Autobusni kolodvor te u najužem središtu grada - TIC na Trgu bana Jelačića i u kuli Lotrščak - biti će svakodnevno dostupni turistima, posjetiteljima i građanima grada Zagreba.

U svim Turističkim informativnim centrima nastaviti će se i tijekom 2015. godine s prikupljanjem, obradom i mjesečnim publiciranjem informacija te pružanjem istih turistima i posjetiteljima kako u izravnom kontaktu, tako i putem telefona ili elektronske pošte. Također, kao i tijekom prethodnih nekoliko godina, u svim Turističko-informativnim centrima nastaviti će se dnevno vođenje evidencije o broju posjetitelja iz Hrvatske i iz inozemstva.

Stalno povećanje broja posjetitelja u gradu Zagrebu pa sukladno tome i u Turističkim informativnim centrima ukazuju na važnost info-centara te ujedno upućuju na potrebu stalnih praćenja i ulaganja u nova tehnološka unaprjeđenja, sa čime se dodatno pospješuje njihova funkcionalnost. Stoga, dostupnost informacija građanima i posjetiteljima još više će se približiti putem suvremene tehnologije - projekcijskih ekrana u izlozima dvaju info-centara na kojima će se projicirati najave najznačajnijih događanja. Informativni sadržaji, koji će se projicirati, mijenjat će se na tjednoj 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 biti omogućen jednostavan pristup informacijama tijekom 24 sata.

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 i to u razdoblju od svibnja do listopada.

OD i ostala primanja radnika: 2.650.000

Ostali troškovi: 1.250.000

Planirana sredstva: 3.900.000

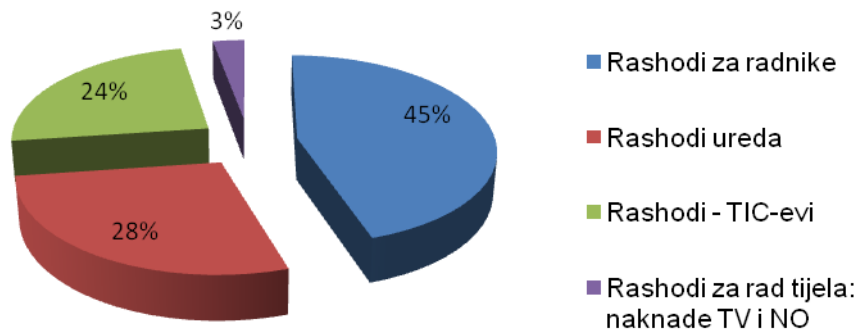
4. Rashodi za rad tijela: Naknada TV i NO

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

Planirana sredstva: 470.000

I. UKUPNO ADMINISTRATIVNI RASHODI 16.095.000

Administrativni rashodi



II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Projekt ukrašavanja ulica i trgova centra grada i Gornjeg grada cvijećem jedan je od niza aktivnosti sa ciljem stvaranja boljeg ugođaja i klime dobrodošlice u destinaciji, a obuhvaća postavljanje cvjetnih košarica na rasvjetne stupove na različitim gradskim lokacijama - prepoznatljivim turističkim toponimima. Kako projekt iz godine u godinu širi pozitivno ozračje kako na lokalno stanovništvo tako i na posjetitelje, realizirat će se i u sljedećoj godini.

Planirana sredstva:

300.000

2. Potpora događanjima

Grad Zagreb poslovno je središte, ali i grad kulture, umjetnosti, sporta i zabave te se kroz godinu u Zagrebu održavaju brojne manifestacije međunarodnog značaja – kulturne, zabavne, umjetničke, sportske i sl. koje sve atraktivnijim i inovativnijim programima pridonose obogaćivanju turističke ponude i poboljšanju uvjeta boravka gostiju što u konačnici generira veću turističku potrošnju.

Sukladno svojim zadaćama i ciljevima te usvojenom Operativnom marketinškom planu turizma Hrvatske, TZGZ će kroz svoje aktivnosti usmjeriti upravo poticanju spomenutih manifestacija te im pružiti podršku u promidžbenom, financijskom, savjetodavnom i logističkom smislu.

TZGZ podupire projekte edukativne prirode koji potiču razvijanje svijesti o važnosti i učincima turizma te potrebi i važnosti zaštite okoliša te očuvanja prirodne i kulturne baštine.

Podupiru se i projekti koji su sastavni dio turističke ponude kao što su različiti tematski razgledi grada - od onih temeljenih na legendama, povijesnim likovima i događajima, gastronomiji, umjetnosti do razgleda grada različitim prijevoznim sredstvima, a koji posjetiteljima pružaju nova, drugačija iskustva i doživljaje svojim sve originalnijim sadržajima.

Zahvaljujući kvalitetnoj sportskoj infrastrukturi Zagreb je često domaćin velikih sportskih susreta i prvenstava. Ono što prije svega privlači velik broj domaćih i stranih posjetitelja, pratitelja sporta jest atraktivnost i zabavni karakter ovakvih manifestacija koje često uključuju i popratne programe, a to se uz dolazak stranih sportaša manifestira većom popunjenošću smještajnih kapaciteta i većom ukupnom turističkom potrošnjom u periodu održavanja sportskih manifestacija. Također, održavanje sportskih manifestacija međunarodnih razmjera svoj odjek ima u inozemnim medijima koji prate spomenute manifestacije s velikom pozornošću.

Kao primjer sportskih manifestacija od iznimnog značaja za Zagreb važno je istaknuti Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting koji okuplja najveće svjetske atletske zvijezde te slalomsku utrku Svjetskog skijaškog kupa „Snježna kraljica“ koja svake godine privlači velik broj svjetskih medija koji prate ovo sportsko događanje kao i zaljubljenike u skijaški sport.

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, a sve u cilju brendiranja Zagreba kao nezaobilazne turističke destinacije u vrijeme Adventa. Zagreb postaje prepoznatljiv kao osobito atraktivan i

ugodan grad te kao mjesto tople atmosfere i dobre zabave za vrijeme Adventa. Iz godine u godinu programi unutar Adventa u Zagrebu sve su bogatiji, uključuje se sve više organizatora i pojavljuju se novi programi, kreativni koncepti i nove atraktivne lokacije.

Usljed pozicioniranja Adventa u Zagrebu kao jednog od ključnih turističkih proizvoda grada te trenda povećanja broja gostiju u blagdansko vrijeme, u 2015. godini nastavljaju se aktivnosti obogaćivanja kulturne i turističke ponude tijekom prosinca prvenstveno zadržavanjem starih, već dobro prihvaćenih sadržaja, ali i razvijanjem novih ideja i inicijativa.

Zagreb je grad kulture, grad s bogatom kulturnom baštinom te brojnim povijesnim i umjetničkim sadržajima. TZGZ surađuje s brojnim nositeljima kulturne ponude koje se potiče na unapređivanje postojećih sadržaja, ali i inicira na razvoj novih sve u cilju razvijanja identiteta grada Zagreba kao grada kulture i obogaćivanja ponude s novim, originalnijim sadržajima.

Modna događanja koja se održavaju u Zagrebu iz godine u godinu privlače sve više posjetitelja i modnih imena i etabliraju se kao značajna modna događanja na svjetskom nivou, a promiču i hrvatski dizajn i dizajnere.

TZGZ i u 2015. godini nastavlja suradnju s organizatorima festivala - od uličnih do glazbenih, filmskih, kazališnih i dr. budući da festivali u Zagreb privlače tisuće posjetitelja iz cijelog svijeta, posebno oni koji okupljaju poznata imena i nude bogat program uz popratne zabavne sadržaje. Zagreb je do sada bio mjesto održavanja brojnih, na festivalskoj sceni priznatih festivala, a vrijedi istaknuti INmusic festival - najveći open air festival u Hrvatskoj koji je uvršten među 50 najboljih glazbenih festivala u svijetu te koji će se u 2015. godini održati u Zagrebu po deseti put za redom.

TZGZ ostvaruje suradnju sa turističkim zajednicama iz sustava pružajući im podršku za prezentaciju njihove turističke ponude u Zagrebu, pokazujući na taj način otvorenost i dobrodošlicu prema običajima i kulturama iz cijele Hrvatske. Neizostavna je stručna i savjetodavna pomoć turističkim zajednicama iz sustava u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj te potpora turističkim zajednicama na područjima koja nisu turistički razvijena.

Podpiru se i manifestacije te rad udruga na području Grada Zagreba, a nastavlja se i suradnja s kulturno-umjetničkim društvima iz okolice Zagreba u cilju njegovanja i očuvanja njihove glazbe, bogate tradicije i običaja njihovog kraja i prezentacije istih turistima.

Putem donacija u kulturi ostvaruje se suradnja sa kulturnim ustanovama koje čuvaju kulturnu baštinu i time tvore i promoviraju identitet grada. Navedenim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnji program rada ili sredstva za posebne projekte ili izložbe od posebnog međunarodnog značaja poput izložaba velikih imena svjetske umjetnosti, što u konačnici generira veći broj kako noćenja, tako i dolazaka.

Dio potpora dodjeljuje se određenim manifestacijama prema sugestiji i u koordinaciji s Gradom uz napomenu da ta događanja imaju značajan utjecaj 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 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 | 562.500 |
| RK Zagreb | 562.500 |
| VK Mladost | 562.500 |
| KK Cibona | 562.500 |
| KK Cedevita | 375.000 |
| Planirana sredstva: | 19.048.000 |

3. Potpora razvoju DMO-a

Projekti TZGZ niz su projekata i manifestacija koji se tijekom godine održavaju na gradskim ulicama trgovima i zagrebačkim crkvama, a svrha im je prezentirati bogato kulturno, povijesno i folklorno nasljeđe grada Zagreba. U okviru ovih projekata ističe se „Zagrebački vremeplov“

koji objedinjuje deset događanja koje svako na svoj način pokazuje zagrebačku prošlost i običaje naglašavajući povratak tradicijskim vrijednostima starog Zagreba.

Projekti TZGZ nastali su unutar Turističkog ureda TZGZ kao rezultat ideja djelatnika i prijedloga sugrađana, a provode se kroz organizaciju i realizaciju sa stručnim organizatorima, društvima i udrugama. Ovi projekti 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 na otvorenom.

Putem ovih projekata City break turistima tijekom vikenda dostupni su najrazličitiji zabavni, ali i poučni sadržaji vezani za povijest i kulturu Zagreba, bazirani na povijesnim činjenicama, pričama i legendama. Sukladno navedenom, cilj je u sljedećoj godini nastaviti s provođenjem aktivnosti, stavljajući naglasak na nadogradnju i promicanje postojećih projekata i manifestacija.

Planirana sredstva: 3.765.000

4. **Potpore DMK-a (touroperatori, aviokompanije)**

Turistička zajednica grada Zagreba polaže veliki značaj na suradnju s avioprijevoznicima, touroperatorima te ostalim organizatorima putovanja budući da je prisutnost ponude grada Zagreba u njihovim prodajnim programima i katalozima 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 ostalih avioprijevoznika, kao i turističkim agencijama (npr. Obzor, Kompas Zagreb, Uniline, Atlas...).

Sredstva su raspoređena kako slijedi:

Agencije i touroperatori: 300.000

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

Ostali avio prijevoznici: 300.000

Planirana sredstva: 1.600.000

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 2015. godini:

Adria Hotel Forum, 10. - 12. 2. 2015. 20.000

Travel Zoom Conference, 19. - 20. 3. 2015. 61.000

Radionica Antropološki pristup kulturnom turizmu, 4. 6. 2015. 5.000

FIMBA -svjetsko prvenstvo veterana u košarci, 20. - 31. 8.,kandidatura za 2019. / 2021. 80.000

Animafest Scanner, 10. - 11. 6. 2015. 15.000

Neodoljiva Hrvatska – Forum hrvatskih migranata, 3. - 4. 7. 2015. 10.000

Svjetski kongres Jehovinih svjedoka, 3. - 11. 8. 2015. 100.000

Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu 2015, 9. - 11. 7. 2015. 15.000

Znanstveni skup Meteorološki izazovi 4, 19. - 20. 11. 2015. 10.000

19. Svjetski kongres International Union of Anthropological & Ethnological Sciences, kandidatura za 2023. god., sudjelovanje na 6 kongresa tijekom 2015. 40.000

Kongres HUH, studeni 2015. 30.000

ECM Summer School (kolovoz / rujan) 100.000

Osim za navedene skupove, planiraju se potpore za kandidature međunarodnih skupova i potpore značajnijim dobivenim skupovima. 240.000

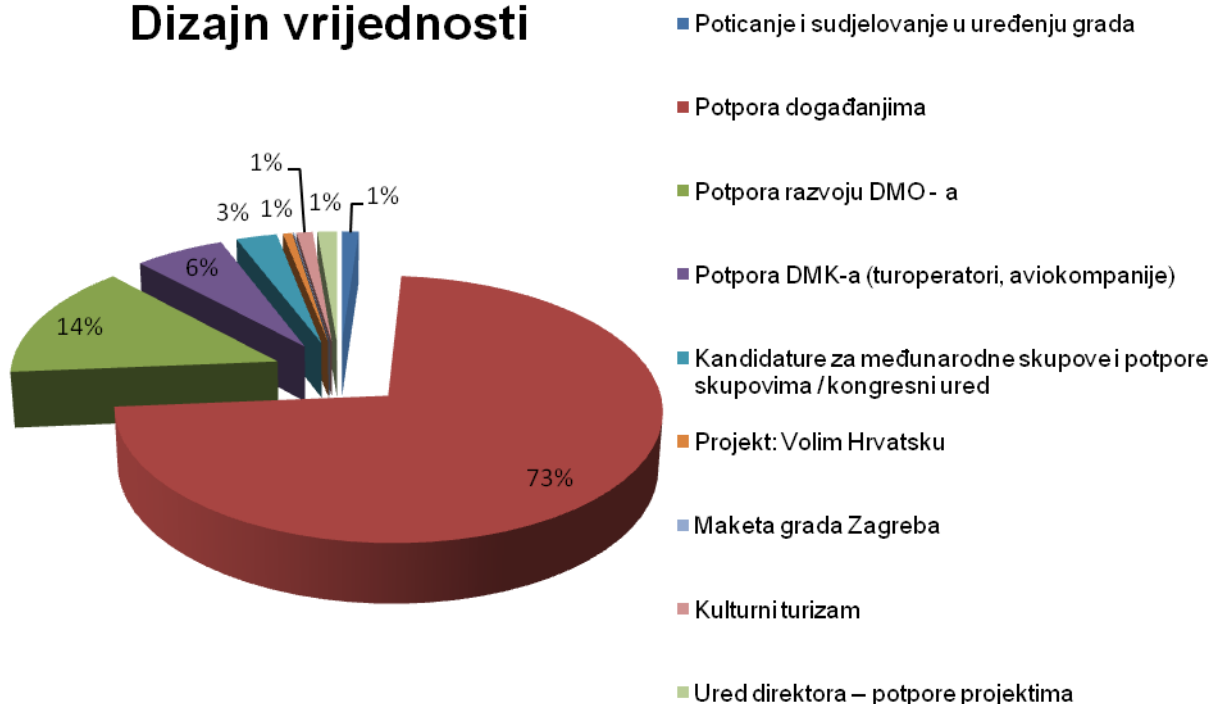
Planirana sredstva: 726.000

6. **Projekt : Volim Zagreb**

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

| | | |
|---------------|---|----------------------------------|
| | TZGZ će i u sljedećoj godini nastaviti provoditi projekt kroz suradnju sa ekološko-edukativnim udrugama koje svoje djelovanje temelje na podizanju svijesti o Zagrebu kao zdravoj i poželjnoj životnoj sredini, a time i turističkoj destinaciji te sa PU Zagrebačkom i Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i šport. Također, nastavlja se s poticanjem i sudjelovanjem u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora (problem grafita) i to s posebnim naglaskom na djecu predškolske i školske dobi, osobito kroz programe škole u prirodi, a u cilju razvijanja svijesti stanovništva (prije svega mlađe populacije) o važnosti i učincima turizma za naš grad. Prilog 4. | 163.500 |
| 7. | Maketa grada Zagreba U lipnju 2013. godine u središtu Zagreba postavljena je trajna maketa. Sredstva su predviđena zbog mogućih potreba održavanja. | |
| | Planirana sredstva: | 15.000 |
| 8. | Kulturni turizam Pored srednje-europskog ugođaja na ulicama i brojnih znamenitosti, 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 kulturnih manifestacija koje se posljednjih godina sve više organiziraju tijekom ljetnih mjeseci kada je i broj turista u Zagrebu povećan. Kao i dosadašnjih godina, nastavlja se s poticanjem daljnjeg razvoja suradnje između kulturnog i turističkog sektora koja za konačan cilj ima povećanje kvalitete razvoja kulturnog turističkog proizvoda i obogaćivanje turističke ponude. Sukladno navedenom, nastavit će se s održavanjem edukativnih seminara za turističke vodiče i djelatnike u organizaciji TZGZ te sa sastancima sa značajnim dionicima kulturnog turizma. U planu je redizajn brošure Muzeji i galerije na dvije jezične mutacije (hrvatski, engleski). Brošura Muzeji i galerije distribuirat će se na svim turističkim i kulturnim sajmovima na kojima nastupa TZGZ, kao i u svim Turističkim informativnim centrima. U 2015. godini redizajnirat će se Letak „Jeste li znali?“, a 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 turističkim sajmovima na kojima TZGZ nastupa te u Turističkim informativnim centrima TZGZ. Izložba Muzeja prekinutih veza u Švicarskoj, u Baselu prilika je da se švicarskoj publici promovira stalni postav Muzeja u Zagrebu kao originalni turistički sadržaj te da se još jednom afirmira Zagreb kao atraktivna turistička destinacija s jedinstvenim muzejom u svijetu. Slijedom navedenog, za rad na promociji kulturnog turizma planirana su sljedeća sredstva: | |
| 8.1. | Seminari, studijska i stručna putovanja | 15.000 |
| 8.2.1. | Izdavačka djelatnost Kulturni vodič Zagreba Letak „Jeste li znali“ Muzeji i galerije | 100.000 25.000 100.000 |
| 8.3. | Susreti s partnerima | 10.000 |
| 8.4. | Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza | 20.000 |
| 8.5. | Neplanirano | 20.000 |
| | Planirana sredstva: | 290.000 |
| 9. | Ured direktora – potpore projektima Tijekom godine pojavljuju se zamolbe za potporama koje nije moguće predvidjeti. Prema odluci Turističkog vijeća, direktor ureda ima mogućnost odobravanja manjih iznosa (do 20.000 kuna) za ad hoc događanja od turističkog značaja za Zagreb. | |
| | Planirana sredstva: | 350.000 |
| II. | UKUPNO DIZAJN VRIJEDNOSTI | 26.257.500 |

Dizajn vrijednosti



III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje, društvene mreže i aplikacije

Google AdWords je najpoznatiji sustav za oglašavanje na Internet tražilicama i sadržajnoj mreži. Turistička zajednica grada Zagreba će i u 2015. godini nastaviti raditi na kreiranju i praćenju kampanja predviđenih za oglašavanja na tražilici i sadržajnoj mreži, kao i na optimizaciji svojih stranica za iste. Budući da je oglašavanje putem popularnog Google-ovog video servisa YouTube službeno dostupno i u Hrvatskoj, TZGZ će svoje video sadržaje oglašavati i na ovom servisu. Planira se i online oglašavanje koje će se provesti kroz 2 godišnja razdoblja na Internet portalima i to putem banner, advertoriala i video sadržaja koji se prikazuju na istima u dogovorenom periodu, a cilj je izgradnja imidža Zagreba kao destinacije bogate raznim kulturnim i zabavnim događanjima. Oglašavat će se na vodećim portalima i mrežama Njemačke, Italije, Austrije, Švicarske, Španjolske, Francuske, Mađarske i Velike Britanije.

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 i turista. Spomenuti portal ima izrazito posjećenu stranicu koja također služi kao servis za informiranje drugim portalima.

TZGZ ima otvorene profile na sljedećim društvenim mrežama: Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Flickr, Instagram, Pinterest, Blog, YouTube. Po potrebi otvorit će se i profili na drugim društvenim mrežama, a posebna pažnja će, kao i do sada, biti usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija. Na novim www.zagreb-touristinfo.hr web stranicama, TZGZ će kreirati tzv. „Social Hub“ na web adresi www.zagrebloves.me, koji će biti posvećen korisnicima i objedinjavati sadržaj generiran od strane korisnika: fotografije korisnika, ostavljanje komentara, impresija i sl. Također, na „Social Hub-u“ Zagreb će se prezentirati kroz tematske blog postove.

Planira se i nadogradnja ZagrebPlaces i Meet In Zagreb aplikacije za pametne telefone i tablete, kao i nadogradnja TimeOut Zagreb aplikacije za iOS te izrada verzije TimeOut aplikacije za Android. U planu je i izrada Meet In Zagreb aplikacije za iPad tablete. Unutar aplikacije za iOS i Android, BeThereZagreb, dodavat će se nove rute, a u planu je i izrada aplikacije uz upotrebu proširene stvarnosti (AR - augmented reality).

Planirana sredstva:

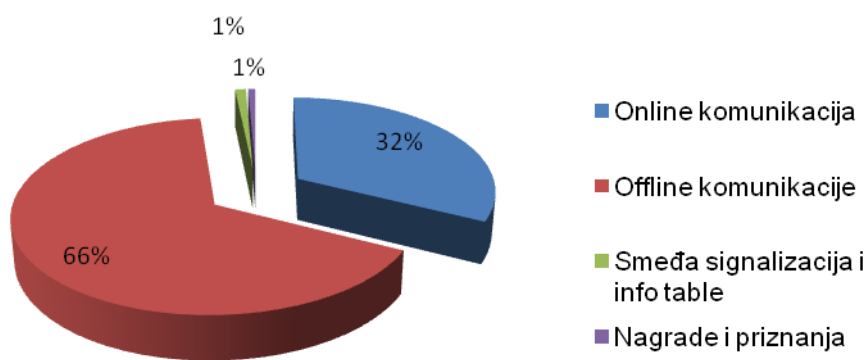
3.900.000

- 1.1.1. Newsletter i B2B Alert obavijesti (Zagreb Travel News)**
 Newsletter TZGZ ima osnovnu funkciju redovitog obavješćavanja i komuniciranja s novinarima, ali i ostalim ciljnim skupinama poput veleposlanstava, putničkih agencija, hotela, predstavništava Hrvatske turističke zajednice itd. Lista primatelja newslettera na engleskom i hrvatskom jeziku broji više od 13.000 adresa, a isti se šalje jednom mjesečno.
 B2B Alert (Zagreb Travel News) ima osnovnu funkciju pravodobnog obavješćavanja stranih agencija i touroperatora o najvažnijim događanjima u Zagrebu. Šalje se dva do tri puta mjesečno na engleskom jeziku na više od 13.000 adresa.
 U 2015. godini planira se potpuni redizajn Newslettera.
Planirana sredstva: **350.000**
- 1.2. Internet stranica i upravljanje internet stranicama**
 Web stranice Turističke zajednice grada Zagreba obuhvaćaju turističku (www.zagreb-touristinfo.hr) i kongresnu (www.zagreb-convention.hr) ponudu, kao i multimedijalnu stranicu (www.zagreb-movies.com) i posebne stranice - vezana za adventska događanja www.adventzagreb.com te www.zagrebplaces.com i nova web stranica www.tzgz.hr vezana za ustroj i rad Turističke zajednice grada Zagreba. Kao i do sada, posebna pažnja bit će usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija te redovito ažuriranje, obogaćivanje, i optimiziranje istih.
 Nove www.zagreb-touristinfo.hr stranice prevodit će se na 5 jezika (engleski, njemački, talijanski, španjolski i francuski), dok će se za ostale jezike kreirati mikro stranice.
Planirana sredstva: **630.000**
- 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 2015. godini sa sustavom turističkih zajednica na svim tržištima provoditi oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama nositelja smještajne ponude destinacije, zračnih i drugih prijevoznika, touroperatora/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: **700.000**
Promotivne kampanje TZGZ
 Slijedom dosadašnjih samostalnih marketinških kampanja i oglašavanja na tržištima u regiji (Slovenija, Srbija, Austrija, Mađarska, sjeverna Italija) i Hrvatskoj, planirana je dodatna promocija događanja u Zagrebu s posebnim naglaskom na ljetno i zimsko (Zagrebački vremeplov, Advent u Zagrebu). Promotivne kampanje sastoje se od različitih integriranih marketinških metoda komunikacije: radijsko oglašavanje, nagradne igre, mix billboarda i city lighta te oglašavanja u sredstvima javnog prijevoza.
 Promotivne kampanje TZGZ: **1.200.000**
Planirana sredstva: **1.900.000**
- 2.3. Promotivni pano i displeji**
 U svrhu posebnih prezentacija i projekata u Hrvatskoj i inozemstvu izrađuju se tematski promotivni pano i displeji s natpisima na prikladnim jezicima pojedinih tržišta.
Planirana sredstva: **30.000**
- 2.4. Promotivni pano i displeji / kongresni ured**
 Planira se izrada tematskih promotivnih panoa i banneri koji se koriste na kongresnim radionicama i posebnim prezentacijama.
Planirana sredstva: **10.000**
- 2.5. Idejna rješenja novih oglasa / kongresni ured**
 S ciljem osuvremenjivanja prezentacije Zagreba kao kongresne i poslovne destinacije planiraju se nova idejna rješenja za oglase.
Planirana sredstva: **10.000**

- 2.6. Opće oglašavanje**
 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.
- 2.6.1. Oglašavanje u tisku**
 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 i projekata TZGZ-a (npr. Zagrebački vremeplov, Advent u Zagrebu, aplikacija Zagreb Be There), dok se na inozemnim tržištima velika važnost pridaje oglašavanju u specijaliziranim časopisima za kratke odmone u svrhu promocije kako ljetnih, tako i zimskih događanja.
 U 2015. godini se planira i objava image oglasa (tekst i fotografije) Zagreba unutar Lufthansa Inflight magazina koji se tiska u više od 280.000 primjeraka i prisutan je u Lufthansinim zrakoplovima diljem svijeta. Prilog 5.
Planirana sredstva: 1.130.000
- 2.6.2. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni ured**
 Planira se oglašavanje u specijaliziranim stručnim časopisima i drugim medijima (Internet). Prilog 5.
Planirana sredstva: 487.500
- 2.6.3. TV Oglašavanje**
 Emitiranje posebnih reportaža o Zagrebu, u jutarnjem i poslijepodnevnom terminu, na četiri strana jezika, putem satelitskog odašiljača TV Sljeme nastavlja se i u 2015. godini kroz realizaciju posebnog TV programa. Distribucija signala koji pokriva područje cijele Europe, Bliskog istoka i Rusije garantira izuzetan potencijal ovog distribucijskog kanala.
Planirana sredstva: 950.000
- 2.7. Brošure i ostali tiskani materijal**
 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. letak Advent Zagreb). Opće turističke informacije o gradu i užoj okolici, tiskaju se u vidu džepnih brošura i plana grada, sa svrhom boljeg informiranja i lakšeg snalaženja turista koji se nalaze u Zagrebu. Kao dodatni oblik informiranja stranih posjetitelja u gradu Zagrebu uvodi se letak Zagreb4You.
 Planirana je i suradnja na posebnom izdanju Time Out Zagreb vodiča koji će se distribuirati u Velikoj Britaniji i Hrvatskoj, a moguće će ga biti naručiti i online u cijelom svijetu. U svrhu što bolje promocije Zagreba kao turističke destinacije, planiran je tisak nove serije plakata. Prilog 6.
Planirana sredstva: 3.477.000
- 2.8. Suveniri i promo materijali**
 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.
Planirana sredstva: 1.771.000
- 2.9. Zagreb Card**
 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 -
 Zagreb Card – dotisak 24 i 72 sata, tisak plakata, letaka i knjižica Zagreb Card 160.000
Planirana sredstva: 170.000

- 3. Smeđa signalizacija i info table**
Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije te izrada interpretacijskih ploča.
Planirana sredstva: 152.000
- 4. Nagrade i priznanja**
U 2014. 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 te promotivnih kampanja 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.
Planirana sredstva: 100.000
- III. UKUPNO KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI 15.067.500**

Komunikacija vrijednosti



IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi

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

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 2015. godini planira se nastup na 30 turističkih sajmova (19 samostalno i 11 u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom slijedom ugovora o suizlaganju). 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 i Tajvan. (Prilog 7)

Planirana sredstva: 1.885.000

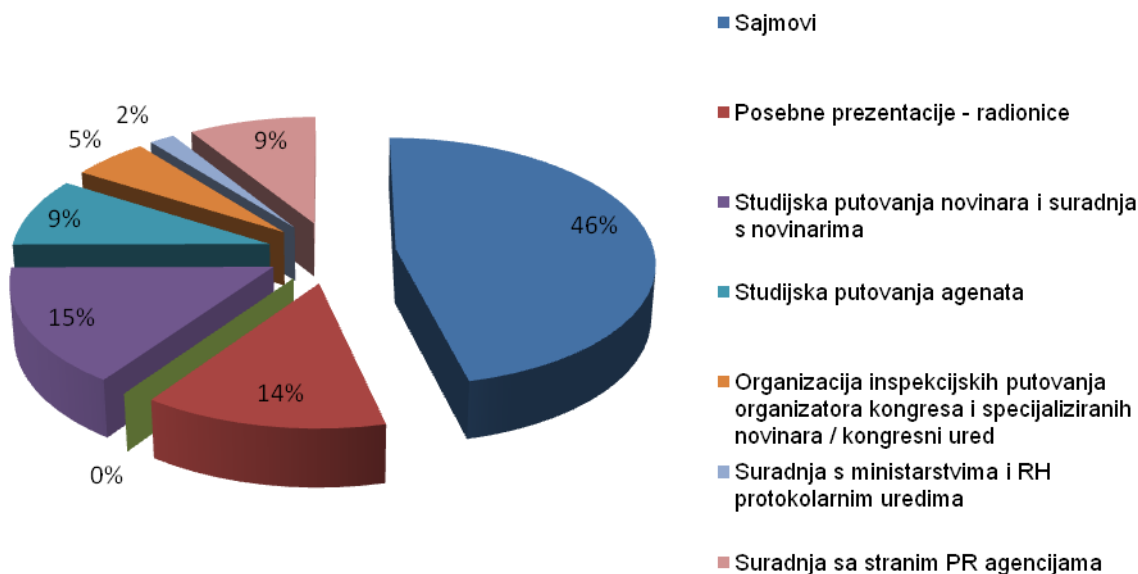
1.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

U suradnji s HTZ-om i samostalno, 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. U 2015. godini, planira se sufinanciranje za 2 m2 pojedinom izlagaču, na burzama gdje je glavni organizator HTZ (IMEX Frankfurt i EIBTM Barcelona), a kako bi se u sinergiji s predstavnicima kongresnog gospodarstva postigli bolji rezultati u promociji i prodaji

- destinacije na značajnijim burzama.
- Planirana sredstva:** 700.000
- 2. Posebne prezentacije – radionice**
- 2.1. Posebne prezentacije – radionice**
- U suradnji s nacionalnim zračnim prijevoznikom, hrvatskim diplomatskim predstavništvima kao i predstavništvima HTZ-a planira se organizacija posebnih prezentacija i poslovnih radionica na starim (Italija, Mađarska, Velika Britanija), ali i na novim emitivnim tržištima (Azerbajdžan). 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.
- Planirana sredstva:** 500.000
- 2.2. Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured**
- Kroz zajedničke aktivnosti s HTZ-om i samostalno, te s 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 University (SAD), ICJ MICE Advantage, C&IT Agency Forum i dr.
- Planirana sredstva:** 250.000
- 3. Izrada projekata posebnih prezentacija, izrada štandova**
- Planirana sredstva:** -
- 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:** 850.000
- 5. Studijska putovanja agenata**
- U 2015. godini planira se nastavak suradnje s touroperatorima i turističkim agencijama putem organiziranja niza studijskih putovanja s ciljem upoznavanja zagrebačke turističke ponude. Studijska putovanja agenata organiziraju se samostalno, u suradnji sa stranim touroperatorima 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 adventske destinacije, planira se samostalna organizacija tematskih studijskih putovanja „Advent u Zagrebu“ za predstavnike turističkih agencija iz regije i najznačajnijih emitivnih tržišta.
- Planirana sredstva:** 500.000

| | | |
|------------|---|------------------|
| 6. | Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured Kongresni ured organizira inspekcijska/studijska putovanja organizatora skupova i incentive putovanja zainteresiranim za Zagreb. Organiziraju se i posjete specijaliziranih novinara koji prate kongresno-incentive industriju. | 300.000 |
| 7. | Suradnja sa stranim PR agencije 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. | 500.000 |
| 8. | Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima Slijedom dosadašnje suradnje s ministarstvima RH, protokolarnim službama Ureda predsjednika i Gradskog poglavarstva te ostalim institucijama od značaja i u 2015. godini se provodi organiziranje razgleda grada Zagreba za brojne strane diplomate, visoke dužnosnike i značajne osobe u svrhu promocije Zagreba. | 100.000 |
| 9. | Neplanirano/kongresni ured | - |
| IV. | UKUPNO DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI | 5.585.000 |

Distribucija i prodaja vrijednosti



V. INTERNI MARKETING

1. Nagrade i priznanja

Projekt „Volim Zagreb“ nastavak je aktivnosti usmjerenih ka edukaciji i podizanju ekološke svijesti najmlađih u dječjim vrtićima i osnovnim školama. Budući da se projekt „Volim Hrvatsku“ više ne nalazi u okvirima aktivnosti Hrvatske turističke zajednice, projekt razvijamo samostalno kao projekt „Volim Zagreb“ jer i dalje smatramo da nam je obveza doprinijeti ekološkom odgoju najmlađih sugrađana. Zadaća projekta je razvijanje svijesti djece o važnosti očuvanja okoliša kao bitnog čimbenika razvoja turizma kroz natječaj za najbolje likovno i literarno djelo, a na ovoj stavci osigurane su nagrade za potrebe istog.

Planirana sredstva: **36.000**

2. Edukacija

2.1. Obuka osoblja

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

Planirana sredstva: **150.000**

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 **120.000**

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. Interaktivnom nastavom i radom na konkretnim slučajevima učenicima se na drugačiji način približavaju baština, kultura i turizam. Ujedno, učenicima se pruža značajna samostalnost i odgovornost te ih potiče da svojim specifičnim znanjima, idejama i prijedlozima pridonese uspješnosti realizacije projekta.

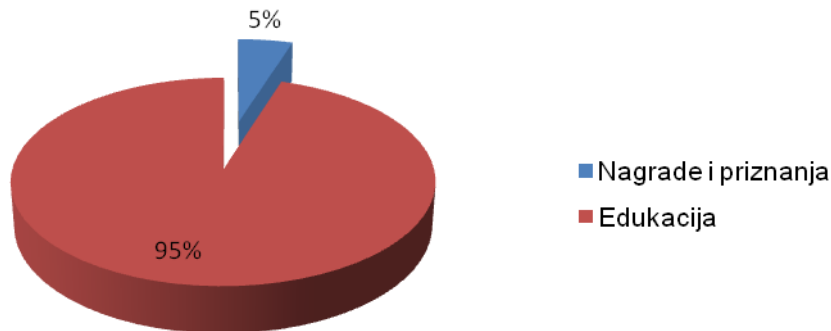
Zbog pozitivnih rezultata te reakcija učenika i profesora i s ciljem daljnje edukacije mladih o turizmu i kulturi, predlaže se izdvajanje sredstava za nastavak projekta Kultura turizma (izvannastavna aktivnost u srednjim školama).

Planirana sredstva: **280.000**

V. UKUPNO INTERNI MARKETING

736.000

Interni marketing



VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

U svrhu promocije Zagreba kao turističke destinacije putem interneta (online youtube kampanja) i televizije (emitiranje emisija o Zagrebu i njegovoj turističkoj ponudi na satelitskom programu Z1 televizije), planirana su sredstva za produkciju promotivnih filmova TZGZ-a.

Za potrebe emitiranja emisija o Zagrebu na satelitskom programu, kreirat će se polusatni reportažni kolaži o Zagrebu čiji će se tematski desetominutni dijelovi koji pokazuju turističku ponudu Zagreba i okolice (kultura, muzeji, hoteli, gastronomija, zanimljivosti) ciljano koristiti i u sklopu posebnih prezentacija te prikazivati na web stranicama TZGZ-a. Reportaže će biti distribuirane na korištenje TV postajama u zemlji i inozemstvu, kao i zagrebačkim hotelijerima za potrebe emitiranja putem hotelskih TV kanala.

Planira se i kreiranje baze „sirovog“ video materijala prepoznatljivih zagrebačkih turističkih lokacija i događanja koja će biti na raspolaganju za korištenje TV kućama, novinarima i agentima.

Planirana sredstva:

1.500.000

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:

200.000

3. Formiranje baze podataka

Planirana su sredstva za prikupljanje objavljenih tekstova, reportaža, osvrta, 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 polugodišnjoj 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:

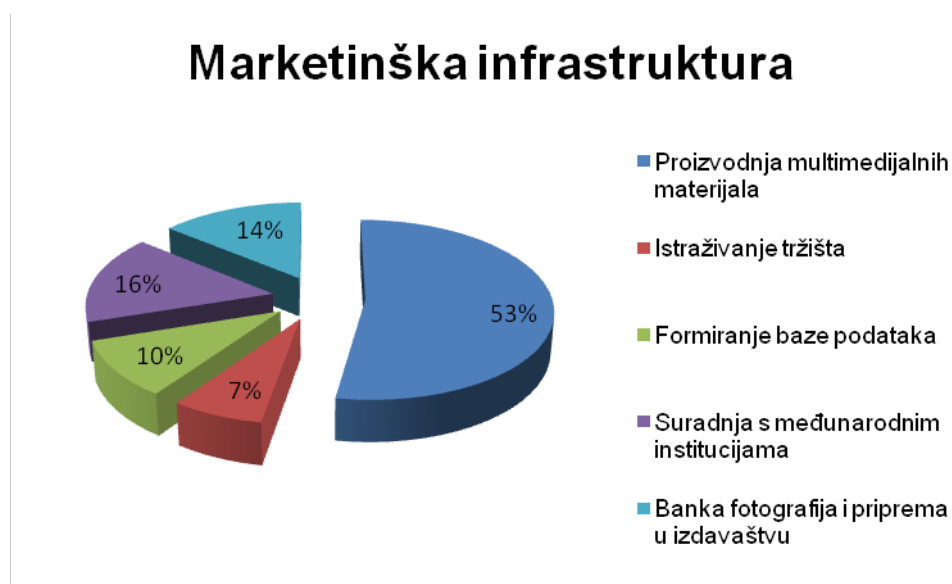
290.000

4. Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama

Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama relevantnim za turizam, promociju i edukaciju, kao što su: ASTA, SKÅL, 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. Posebna pažnja će se posvetiti i 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, 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 | 160.000 |
| 4.3. | Članarina strukovnim udrugama | 155.000 |
| 4.4. | SKÅL klub Zagreb – institucionalna članarina (planiran u točki 4.3.) | - |
| 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: | 400.000 |
| VI. | UKUPNO MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA | 2.845.000 |



| | | |
|-------------|---|------------------|
| 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 | 1.794.000 |

| | | |
|-----------|---|-------------------|
| 1. | UKUPNO STRUKTURA MARKETING MIKSA | 68.380.000 |
|-----------|---|-------------------|

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**FINANCIJSKI PLAN ZA
2015. GODINU**

I. PRIHODI

| RB | Prihodi po vrstama | Plan 2014. | Plan 2015. | Index | Struktura |
|----|--------------------------------|-------------------|-------------------|--------------|---------------|
| 1. | Boravišna pristojba | 6.300.000 | 6.900.000 | 109,52 | 10,09 |
| 2. | Turistička članarina | 56.000.000 | 56.000.000 | 100,00 | 81,90 |
| 3. | Višak prihoda prethodne godine | 6.912.000 | 5.120.000 | 74,07 | 7,49 |
| 4. | Ostali nespomenuti prihodi | 500.000 | 360.000 | 72,00 | 0,53 |
| | UKUPNO | 69.712.000 | 68.380.000 | 98,09 | 100,00 |

1. Boravišna pristojba

Planirani prihod od uplate boravišne pristojbe u 2015. godini veći je za 9,52 % u odnosu na plan 2014. godine. Podaci TZGZ za razdoblje siječanj-rujan pokazuju rast turističkog prometa. Za 2015. godinu predviđamo daljnja pozitivna kretanja pa samim time i veći prihod od boravišne pristojbe.

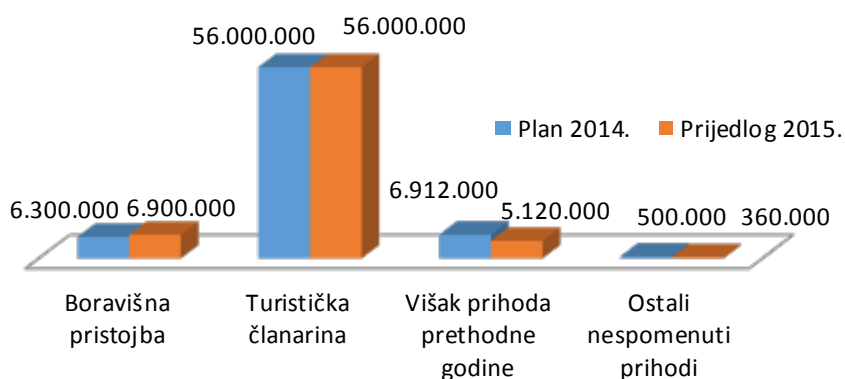
2. Turistička članarina

Prihod od turističke članarine planira se na razini plana 2014. 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 74,07% od plana za 2014. 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 28 % u odnosu na prethodnu godinu.

Prihodi



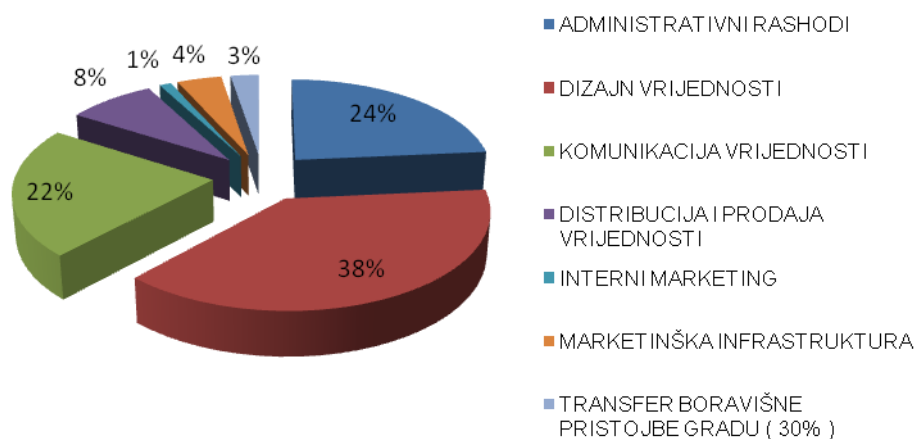
II. RASHODI

| RB | RASHODI PO VRSTAMA | Plan 2014. | Plan 2015. | Index | Strukt. |
|-------------|--|-------------------|-------------------|---------------|--------------|
| I. | ADMINISTRATIVNI RASHODI | | | | |
| 1. | Rashodi za radnike | | | | |
| 1.1. | Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika | 6.500.000 | 6.830.000 | 105,08 | 9,99 |
| 1.2. | Izdaci za prijevoz na posao | 255.000 | 255.000 | 100,00 | 0,37 |
| 1.3. | Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu) | 200.000 | 160.000 | 80,00 | 0,23 |
| 2. | Rashodi ureda | 4.571.000 | 4.480.000 | 98,01 | 6,55 |
| 3. | Rashodi - TIC-evi | 3.867.200 | 3.900.000 | 100,85 | 5,70 |
| 4. | Rashodi za rad tijela:naknade TV i NO | 520.000 | 470.000 | 90,38 | 0,69 |
| | UKUPNO I. | 15.913.200 | 16.095.000 | 101,14 | 23,54 |
| II. | DIZAJN VRIJEDNOSTI | | | | |
| 1. | Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada | 350.000 | 300.000 | 85,71 | 0,44 |
| 2. | Potpورا događanjima | 19.388.100 | 19.048.000 | 98,25 | 27,86 |
| 3. | Potpورا razvoju DMO - a | 3.762.600 | 3.765.000 | 100,06 | 5,51 |
| 4. | Potpورا DMK - a (touroperatori, aviokompanije) | 1.400.000 | 1.600.000 | 114,29 | 2,34 |
| 5. | Kandidature za međunarodne skupove i potpore skupovima /kongresni ured | 1.340.000 | 726.000 | 54,18 | 1,06 |
| 6. | Projekt: Volim Zagreb | 238.100 | 163.500 | 68,67 | 0,24 |
| 7. | Maketa grada Zagreba | 30.000 | 15.000 | 50,00 | 0,02 |
| 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 | 100.000 | 100.000 | 100,00 | 0,15 |
| 8.2.2. | Letak "Jeste li znali" | 13.000 | 25.000 | 192,31 | 0,04 |
| 8.2.3. | Muzeji i galerije | 80.000 | 100.000 | 125,00 | 0,15 |
| 8.3. | Susreti s partnerima | 1.000 | 10.000 | 1.000,00 | 0,01 |
| 8.4. | Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza | 30.000 | 20.000 | 66,67 | 0,03 |
| 8.5. | Neplanirano | 30.000 | 20.000 | 66,67 | 0,03 |
| | Ukupno 8. | 269.000 | 290.000 | 107,81 | 0,42 |
| 9. | Ured direktora - potpore projektima | 400.000 | 350.000 | 87,50 | 0,51 |
| | Ukupno II. | 27.177.800 | 26.257.500 | 96,61 | 38,40 |
| III. | KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI | | | | |
| 1. | Online komunikacija | | | | |
| 1.1. | Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije | 3.400.000 | 3.900.000 | 114,71 | 5,70 |
| 1.1.1. | Newsletter i B2B Alert obavijesti | 230.000 | 350.000 | 152,17 | 0,51 |
| 1.2. | Internet stranice i upravljanje Internet stranicama | 600.000 | 630.000 | 105,00 | 0,92 |
| 2. | Offline komunikacije | | | | |
| 2.1. | Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora | 1.800.000 | 1.900.000 | 105,56 | 2,78 |
| 2.2. | Suradnja sa HNS - om | 625.000 | | | |
| 2.3. | Promotivni pano i displeji | 30.000 | 30.000 | 100,00 | 0,04 |

| | | | | | |
|------------|---|-------------------|-------------------|---------------|--------------|
| 2.4. | Promotivni panoi 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 | | | | |
| 2.6.1. | Oglašavanje u tisku | 860.000 | 1.130.000 | 131,40 | 1,65 |
| 2.6.2. | Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni ured | 434.000 | 487.500 | 112,33 | 0,71 |
| 2.6.3. | TV oglašavanje | 950.000 | 950.000 | 100,00 | 1,39 |
| 2.7. | Brošure i ostali tiskani materijali | 3.129.000 | 3.477.000 | 111,12 | 5,08 |
| 2.8. | Suveniri i promo materijali | 2.044.000 | 1.771.000 | 86,64 | 2,59 |
| 2.9. | Zagreb card | 160.000 | 170.000 | 106,25 | 0,25 |
| 3. | Smeđa signalizacija i info table | 200.000 | 152.000 | 76,00 | 0,22 |
| 4. | Nagrade i priznanja (nagradna putovanja, festivalske prijave i priznanja) | 200.000 | 100.000 | 50,00 | 0,15 |
| | Ukupno III. | 14.682.000 | 15.067.500 | 102,63 | 22,03 |
| IV. | DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI | | | | |
| 1. | Sajmovi | | | | |
| 1.1. | Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji sa HTZ - om | 2.250.000 | 1.885.000 | 83,78 | 2,76 |
| 1.2. | Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama | 660.000 | 700.000 | 106,06 | 1,02 |
| 2. | Posebne prezentacije - radionice | | | | |
| 2.1. | Posebne prezentacije - radionice | 800.000 | 500.000 | 62,50 | 0,73 |
| 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 | | | |
| 4. | Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima | 650.000 | 850.000 | 130,77 | 1,24 |
| 5. | Studijska putovanja agenata | 550.000 | 500.000 | 90,91 | 0,73 |
| 6. | Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured | 300.000 | 300.000 | 100,00 | 0,44 |
| 7. | Suradnja sa stranim PR agencijama | 200.000 | 500.000 | 250,00 | 0,73 |
| 8. | Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima | 100.000 | 100.000 | 100,00 | 0,15 |
| 9. | Neplanirano / kongresni ured | 50.000 | | | |
| | Ukupno IV. | 5.860.000 | 5.585.000 | 95,31 | 8,17 |
| V. | INTERNI MARKETING | | | | |
| 1. | Nagrade i priznanja | 36.000 | 36.000 | 100,00 | 0,05 |
| 2. | Edukacija | | | | |
| 2.1. | Obuka osoblja | 230.000 | 150.000 | 65,22 | 0,22 |
| 2.2. | Seminari klubova konkurentnosti i marketinga | | | | |
| 2.2.1. | Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari | 120.000 | 120.000 | 100,00 | 0,18 |
| 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 |
| | Ukupno V. | 816.000 | 736.000 | 90,20 | 1,08 |

| | | | | | |
|-------------|---|-------------------|-------------------|---------------|---------------|
| VI. | MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA | | | | 0,00 |
| 1. | Proizvodnja multimedijalnih materijala | 2.200.000 | 1.500.000 | 68,18 | 2,19 |
| 2. | Istraživanje tržišta | 330.000 | 200.000 | 60,61 | 0,29 |
| 3. | Formiranje baze podataka | 290.000 | 290.000 | 100,00 | 0,42 |
| 4. | Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama | | | | |
| 4.1. | Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i sl.putov. / kongresni ured | 140.000 | 140.000 | 100,00 | 0,20 |
| 4.2. | Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima | 160.000 | 160.000 | 100,00 | 0,23 |
| 4.3. | Članarine u strukovnim udrugama | 135.000 | 155.000 | 114,81 | 0,23 |
| 4.4. | SKÅL club - institucionalna članarina | 20.000 | | | |
| 5. | Banka fotografija i priprema u izdavaštvu | 350.000 | 400.000 | 114,29 | 0,58 |
| | Ukupno VI. | 3.625.000 | 2.845.000 | 78,48 | 4,16 |
| VII. | TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%) | 1.638.000 | 1.794.000 | 109,52 | 2,62 |
| | Ukupno VII. | 1.638.000 | 1.794.000 | 109,52 | 2,62 |
| | UKUPNO: | 69.712.000 | 68.380.000 | 98,09 | 100,00 |

STRUKTURA MARKETING MIKSA



IV. REKAPITULACIJA

UKUPNO PRIHODI: 68.380.000

UKUPNO RASHODI: 68.380.000

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN
ZA 2015. GODINU**

PRILOZI

PRILOG 1. - RASHODI UREDA

| RB | Rashodi ureda | Plan 2014. | Plan 2015. | Index | Struktura |
|-----------|--|-------------------|-------------------|--------------|------------------|
| 1. | Potrošni materijal | 100.000 | 100.000 | 100,00 | 2,23 |
| 2. | Materijal za održavanje čistoće | 17.000 | 17.000 | 100,00 | 0,38 |
| 3. | Uredski materijal | 90.000 | 90.000 | 100,00 | 2,01 |
| 4. | Potrošnja električne energije i plina | 200.000 | 200.000 | 100,00 | 4,46 |
| 5. | Utrošak benzina | 45.000 | 35.000 | 77,78 | 0,78 |
| 6. | Izdaci za sitan inventar | 35.000 | 30.000 | 85,71 | 0,67 |
| 7. | Trošak telefona i telefaksa | 210.000 | 210.000 | 100,00 | 4,69 |
| 8. | Trošak poštarine | 70.000 | 70.000 | 100,00 | 1,56 |
| 9. | Trošak tekućeg i investicijskog održavanja | 450.000 | 350.000 | 77,78 | 7,81 |
| 10. | Usluge čišćenja | 360.000 | 360.000 | 100,00 | 8,04 |
| 11. | Usluge najma poslovnog prostora | 1.100.000 | 1.100.000 | 100,00 | 24,55 |
| 12. | Ostale komunalne usluge | 65.000 | 65.000 | 100,00 | 1,45 |
| 13. | Troškovi po ugovorima o djelu | 86.000 | 86.000 | 100,00 | 1,92 |
| 14. | Odvjetničke i revizorske usluge | 20.000 | 60.000 | 300,00 | 1,34 |
| 15. | Grafičke usluge | 10.000 | 14.000 | 140,00 | 0,31 |
| 16. | Usluge tiska – oglasi i dr. | 2.000 | 2.000 | 100,00 | 0,04 |
| 17. | Ostale usluge | 240.000 | 220.000 | 91,67 | 4,91 |
| 18. | Dnevnice za služ. putovanja u zemlji | 10.000 | 10.000 | 100,00 | 0,22 |
| 19. | Dnevnice za služ. putovanja u inozemstvo | 5.000 | 5.000 | 100,00 | 0,11 |
| 20. | Naknade za putničke izdatke i noćenja | 30.000 | 30.000 | 100,00 | 0,67 |
| 21. | Upotreba osobnog auta u službene svrhe | 1.000 | 1.000 | 100,00 | 0,02 |
| 22. | Trošak reprezentacije | 200.000 | 200.000 | 100,00 | 4,46 |
| 23. | Premije osiguranja | 75.000 | 75.000 | 100,00 | 1,67 |
| 24. | Izdaci za naknade FINI i bank. provizije | 60.000 | 60.000 | 100,00 | 1,34 |
| 25. | Stručna literatura i tisak | 80.000 | 80.000 | 100,00 | 1,79 |
| 26. | Nabava opreme i osnovnih sredstva | 550.000 | 550.000 | 100,00 | 12,28 |
| 27. | Ostali troškovi poslovanja | 50.000 | 50.000 | 100,00 | 1,12 |
| 28. | Neplanirani rashodi | 10.000 | 10.000 | 100,00 | 0,22 |
| | UKUPNO I. | 4.171.000 | 4.080.000 | 97,82 | 91,07 |
| II. | Poslovni prostor, adaptacija | 400.000 | 400.000 | 100,00 | 8,93 |
| | UKUPNO RASHODI UREDA | 4.571.000 | 4.480.000 | 98,01 | 100,00 |

PRILOG 2. - POTPORA DOGAĐANJIMA

| RB | Potpore projektima | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----|---|------------|------------|
| 1. | Zlatni Zagreb, oživljavanje umjetničkih zbirki doniranih gradu / kroz godinu | 20.000 | |
| 2. | Puteni puti Zagreba | 30.000 | |
| 3. | Zagrebačka crna kronika, povijesna tura o Zagrebu iz crne kronike / kroz godinu | 20.000 | |
| 4. | Ulicama Zagreba po sunčevom sustavu | 10.000 | |
| 5. | Blue bike - razgled grada biciklom / kroz godinu | 10.000 | |
| 6. | Razgled grada na električnim biciklima / kroz godinu | 10.000 | 10.000 |
| 7. | Secret Zagreb Walks, projekt sadrži tematske razglede grada te manifestaciju Noć vještica / kroz godinu | 15.000 | 20.000 |
| 8. | Zagreb Walking Tour, redoviti razgledi grada kroz godinu, 3 x tjedno prije i nakon ljeta | 20.000 | 10.000 |
| 9. | Zaljubljeni u Zagreb - DoraF | 12.000 | |
| 10. | People for Cats, izložbe, revije, koncert, radionice / ožujak-studeni | 20.000 | |
| 11. | Redovni svakodnevni razgledi grada - IBUS d.o.o. / ožujak-travanj i rujan-prosinac | 20.000 | |
| 12. | City Tour - Experience the City, ZET / svibanj-rujan | 30.000 | 20.000 |
| 13. | Razgled grada Segway vozilima / ožujak - studeni | 20.000 | 20.000 |
| 14. | Turističko planinarski zemljovid Medvednice - HGSS | 15.000 | |
| 15. | Društvo Marije Jurić Zagorke, tura i edukacija vodiča | 20.000 | 20.000 |
| 16. | ZAGREB4U, strani studenti upoznaju i na društvenim mrežama komentiraju/promoviraju grad / veljača | 12.000 | 10.000 |
| 17. | Drive in kino / travanj | 10.000 | 10.000 |
| 18. | Večernjakov party tramvaj / lipanj | 15.000 | |
| 19. | Zagreb Pub Crawl, Wayoudo / lipanj-listopad | | 10.000 |
| 20. | Zagrebačkim krovovima / srpanj | | 10.000 |
| 21. | Znanstveni piknik / rujan | 25.000 | 20.000 |
| 22. | Gornjogradske coprnice / svibanj - rujan | 10.000 | 10.000 |
| 23. | Manifestacija Vinkovci rokaju | 2.000 | |
| 24. | Katalog Neodoljiva Hrvatska | 10.000 | |
| 25. | Dani hrvatskog chartera | 5.100 | |
| 26. | Najljepša terasa, okućnica, ulica i park / proljeće | 60.000 | 50.000 |
| 27. | Motociklistički skup Belovar Zagreb | 5.000 | |
| 28. | Culturerun, razgled grada trčeći | 5.000 | 10.000 |
| 29. | Okruglih 100, kuharica na engleskom | 45.000 | |
| 30. | Razgled grada fijakerom | 10.000 | 20.000 |
| 31. | Turistička atrakcija: Urbana signalistika (pločice) | | 50.000 |
| 32. | Zagrebarium, promocija starog Zagreba kroz razgled, interaktivne karte i druge tiskovine | | 10.000 |
| 33. | Vještičje kolo, tematski razgled / kroz godinu | | 20.000 |
| 34. | Zagreb Photo Adventure - tematski razgled i tečaj fotografiranja / kroz godinu | | 10.000 |
| 35. | Label Grand Karakterre 3, međ. vinski sajam u Westinu | 15.000 | |

| | | | |
|-----|--|----------------|----------------|
| 36. | Klopa s klupa, pripremanje hrane na otvorenom / proljeće-jesen | 15.000 | 30.000 |
| 37. | Tjedan restorana Zagreb, Tjedan restorana Hrvatska /ožujak i listopad | 20.000 | 15.000 |
| 38. | Zagrebačkim ulicama - Eno gastro Opatovina / ožujak-listopad | | 10.000 |
| 39. | Treći Street Food Festival Zagreb / ožujak | | 20.000 |
| 40. | Pink Day, međunarodni festival ružičastih vina / ožujak | | 15.000 |
| 41. | Festival hrane i vina / veljača-ožujak | | 10.000 |
| 42. | Zagrebački festival vina - Zagreb Wine Festival / rujan | | 10.000 |
| 43. | Projekt Vinoljupci - 3 susreta vinara i vinoljubaca te Zagreb Wine Rally / kroz godinu | | 10.000 |
| 44. | Dinner Theatre / kazalište uz večeru | | 30.000 |
| 45. | Food Film Festival / srpanj | | 20.000 |
| 46. | Zagrabi, Zagrebi, Zagreb festival / travanj | | 40.000 |
| 47. | Barmen Cup / svibanj | | 15.000 |
| 48. | NEPLANIRANO | 100.000 | 60.000 |
| | UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA | 636.100 | 625.000 |

| RB | Sport | Plan 2014. | Plan 2015. |
|------|---|------------|------------|
| 1. | MEGA DOGAĐANJA | | |
| 1.1. | FIS slalom za žene i FIS slalom za muškarce (Sljeme) / siječanj | | 3.500.000 |
| 1.2. | PBZ Zagreb Indoors / veljača | 1.000.000 | 1.000.000 |
| 1.3. | 13. trofej Zagrebačkih pahuljica / siječanj | | 30.000 |
| 1.4. | Europski judo kup I IJF Judo Grand Prix - Hrvatski judo savez | 20.000 | 50.000 |
| 1.5. | Hrvatske svjetske igre - Hrvatski svjetski kongres / srpanj | 102.900 | |
| 1.6. | 20. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad | 15.000 | 30.000 |
| 1.7. | Svjetsko prvenstvo u preciznoj orijentaciji | | 30.000 |
| 1.8. | ISU World Junior Synchronized Skating Championships | | 30.000 |
| 2. | Agram 2015., turnir u ženskom nogometu / siječanj | 10.000 | 10.000 |
| 3. | 25. memorijal V. Mažuranić, međunarodni turnir u mačevanju / siječanj | 15.000 | 15.000 |
| 4. | Zagreb Children FIS, međunarodno natjecanje u alpskom skijanju / veljača | 50.000 | |
| 5. | Croatian international 2015. – Europski badmitonski kup / travanj | 15.000 | 10.000 |
| 6. | 11. plivački miting za najmlađe "Miting Sv. Patrika 2015." - PK Novi Zagreb / ožujak | 5.000 | 5.000 |
| 7. | 12. festival plivanja, međunarodno plivačko natjecanje - PK Dubrava / travanj | 10.000 | 5.000 |
| 8. | Bubamara Cup i Gothia kup, nogometni turniri | 10.000 | 10.000 |
| 9. | 21. Velika nagrada Zagreba / travanj i 26. Kepertov memorijal / rujan - Yacht Club Zagreb | 25.000 | 20.000 |
| 10. | Squash natjecanja European Team Championship 3rd divison / travanj i Croatian Junior Open / travanj | 25.000 | 12.000 |

| | | | |
|-----|--|------------------|------------------|
| 11. | Wakeboard prvenstvo Hrvatske i Slovenije i Wake sezona ZG OPEN / kroz godinu | 20.000 | 25.000 |
| 12. | Zagrebačka biciklijada - KUD Prepuštovec / svibanj | 10.000 | 10.000 |
| 13. | Međunarodna kanu utrka Matija Ljubek, otvoreno prvenstvo Zagreba i 3. utrka mladih zmajeva / svibanj | 15.000 | 15.000 |
| 14. | Klub odbojke na pijesku Zagreb – Zagreb Open / svibanj | 10.000 | 10.000 |
| 15. | Savez športsko ribolovnih društava grada Zagreba / programi kroz godinu | 20.000 | 20.000 |
| 16. | 61. Zagiping / svibanj i Memorijal A.T.Stipančić / studeni – Međunarodni stolnoteniski turniri | 20.000 | 20.000 |
| 17. | Večernjakova biciklijada / lipanj | 10.000 | |
| 18. | Festival triatlona Zagreb Open - Memorijal Marijan Pedišić / lipanj | 5.000 | |
| 19. | Atletski 4-boj (Austrija, Češka, Slovenija, Hrvatska) / srpanj | 20.000 | |
| 20. | ITF turnir u tenisu u kolicima - TK Sirius / srpanj | 10.000 | 10.000 |
| 21. | Otvoreno prvenstvo Europe u hokeju na travi | 20.000 | 10.000 |
| 22. | Ženski klub odbojke na pijesku Jarun – Jarun Beach Open Zagreb / kolovoz | 10.000 | 10.000 |
| 23. | Old School Desant – Povorka starinskih automobila / rujan | 5.000 | |
| 24. | 1. međunarodni turnir Zagrebački odbojkaški velikani - HAOK Mladost / prosinac | 20.000 | |
| 25. | Street Workout World Cup / listopad | 5.000 | |
| 26. | 16. Jastreb Open – međunarodni taekwondo turnir / listopad | 20.000 | 20.000 |
| 27. | 26. Zlatni medvjed, međunarodno prvenstvo u umjetničkom klizanju za juniore / studeni | 10.000 | 10.000 |
| 28. | Zlatna pirueta – međunarodno klizačko natjecanje / prosinac | 30.000 | 30.000 |
| 29. | Međunarodna biciklistička utrka Hrvatska - Slovenija / kolovoz | 10.000 | 10.000 |
| 30. | Kutija šibica, turnir u malom nogometu / prosinac | 30.000 | 15.000 |
| 31. | 2. Underwater photo marathon | 5.200 | |
| 32. | 1. Otvoreni Kup Hrvatske u street plesovima-"Kings of Style" / Atomic dance factory | 10.000 | |
| 33. | Nagrada Bowling savezu Zagreb-let Zagreb balona | 2.500 | |
| 34. | 29. Oldtimer rally Zagreb-Trakošćan | 5.000 | |
| 35. | Taekwondo klub Mungos - sportski dan | 5.000 | |
| 36. | Prvenstvo Hrvatske u boćanju osoba s invaliditetom | 5.000 | |
| 37. | Rukometni turnir Dubrava | 10.000 | |
| 38. | Akrobatski rock n roll turnir - Klub Buba | 3.000 | |
| 39. | Nikola Tesla Rally | 50.000 | |
| 40. | Pokreni se, vježbanje na otvorenom | 15.000 | |
| 41. | Šahovski klub Uriho | 5.000 | |
| 42. | NEPLANIRANO | 200.000 | 60.000 |
| | UKUPNO SPORT | 1.918.600 | 5.032.000 |

| RB | Koordinacija s gradom Zagrebom | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----|---|------------|------------|
| 1. | HK Medveščak | 375.000 | 375.000 |
| 2. | NK Dinamo | 625.000 | 562.500 |
| 3. | RK Zagreb | 625.000 | 562.500 |
| 4. | VK Mladost | 625.000 | 562.500 |
| 5. | KK Cibona | 625.000 | 562.500 |
| 6. | KK Cedevita | 375.000 | 375.000 |
| 7. | Muški odbojkaški klub Zagreb | 40.000 | |
| 8. | Bundek fest / rujan | 1.500.000 | 700.000 |
| 9. | Festival Hrvatske glazbe u Beču | 90.000 | 90.000 |
| 10. | I.A.A.F. – Hanžekov memorijal - Međunarodni atletski miting / rujan | 1.400.000 | 1.300.000 |
| 11. | Radio emisija "Iz Zagreba po Hrvatskoj" | 100.000 | 80.000 |
| 12. | Histrioni - Ljeto na Opatovini | 100.000 | 80.000 |
| 13. | Miss Universe Croatia | 50.000 | 25.000 |
| 14. | Hrvatsko građansko društvo Crne Gore | 30.000 | |
| 15. | Hrvatski kuharski savez | 15.000 | |
| 16. | Kazalište Ulysses | 100.000 | |
| 17. | Tjedan suvremenog plesa | 50.000 | |
| 18. | Balkansko prvenstvo u preponskom jahanju - KK Karoca / rujan | 50.000 | |
| 19. | Zagreb Open - međunarodno prvenstvo Hrvatske u stolnom tenisu, Hrvatski stolnoteniski savez / svibanj | 50.000 | |
| 20. | Koncertna direkcija Zagreb - ZGKUL | 150.000 | |
| 21. | "Pogled u plavo"- promocija ronjenja na dah, sajam turizma u Munchenu | 75.000 | |
| 22. | Humanitarna manifestacija "Milijarda ustaje protiv nasilja" svjetska kampanja | 13.800 | |
| 23. | Lisinski pleše pod maskama | 80.000 | |
| 24. | Artur-arhitektura i turizam | 50.000 | |
| 25. | Europska MMA league - Only men stuff | 85.000 | |
| 26. | Minoranze-dvojezični časopis | 96.000 | 96.000 |
| 27. | Samoborska salamijada | 50.000 | |
| 28. | Karavana za život - Bikeri na cesti | 20.000 | |
| 29. | Digitalni turistički vodič I Zagreb | 165.000 | |
| 30. | GK Komedijska - Byron | 15.000 | |
| 31. | Dan državnosti u Rimu | 15.300 | |
| 32. | IJF Judo Grand Prix - Hrvatski judo savez | 150.000 | 50.000 |
| 33. | Izložba Vaska Lipovca u Londonu - "Biciklisti" | 25.000 | |
| 34. | Festival nogometa Bundek 2014. | 50.000 | |
| 35. | 38. Dani satire Fadila Hadžića u Kerempuhu | 100.000 | |
| 36. | Svjetsko prvenstvo u letenju balona za žene i muškarce u Brazilu i ostalim međunarodnim susretima-Balon Klub Zg | 20.000 | |
| 37. | Prvenstvo svijeta u hrvanju za juniore | 50.000 | |
| 38. | Uvijek vjerni - Fan zona Trg bana Jelačića | 50.000 | |
| 39. | Izbor za Miss sporta Hrvatske | 20.000 | |

| | | | |
|-----|--|------------------|------------------|
| 40. | Zagreb Children FIS, međunarodno natjecanje u alpskom skijanju / veljača | | 30.000 |
| 41. | Neraspoređeno | 300.000 | 700.000 |
| | UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM | 8.405.100 | 6.151.000 |

| | Božićna i novogodišnja događanja | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----|--|-------------------|-------------------|
| 1. | Advent i Nova godina na Trgu bana Jelačića | 500.000 | 450.000 |
| 2. | Advent na Zrinjercu | 450.000 | 300.000 |
| 3. | Klasika i jazz na Cvjetnom (HGM) | 100.000 | 50.000 |
| 4. | Veseli božićni tramvaj | 15.000 | 15.000 |
| 5. | Žive božićne jaslice | 30.000 | 30.000 |
| 6. | Božićna priča u Čazmi | 10.000 | |
| 7. | Ozanin adventski vrt | 10.000 | 10.000 |
| 8. | KUD Vedra nota - Klinci s Ribnjaka – Božićni koncert | 5.000 | 5.000 |
| 9. | ArtOmat, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika | 30.000 | 30.000 |
| 10. | Strauss u Oktogonu | 25.000 | 25.000 |
| 11. | Advent u Maloj sceni | 10.000 | 10.000 |
| 12. | Ad gloriam brass sa zagrebačkih božićnih balkona, 4 koncerta | 50.000 | 35.000 |
| 13. | Advent na drukčiji način | 20.000 | 20.000 |
| 14. | Fuliranje kod Uspinjače | 150.000 | 120.000 |
| 15. | Blagdan Sv. Lucije na Zrinjercu | 12.000 | |
| 16. | Novogodišnja smjena Straže | 20.000 | |
| 17. | Blagdan Sv. Nikole na Trgu bana Jelačića, FA Turopolje | 10.000 | 10.000 |
| 18. | Božićni bor - raskiđivanje darovanog bora | 10.900 | 15.000 |
| 19. | Zagreb Wonderland projekt - AIESEC | 10.000 | |
| 20. | Kapulica i lampioni | 50.000 | 30.000 |
| 21. | Art & Gourmet Advent Park - Strossmayerov Trg | 170.000 | |
| 22. | AdvEUnt - Europski trg | 200.000 | 150.000 |
| 23. | Klizalište Tomislavac | 1.500.000 | 1.000.000 |
| 24. | Playground NYE - novogodišnji festival | 100.000 | 100.000 |
| 25. | Božićni bor - darivanje gradu prijatelju | 150.000 | 150.000 |
| 26. | Festival božićnih kolača i kolačića / prosinac | | 50.000 |
| 27. | Božićni običaji nacionalnih manjina koje žive u Zagrebu - Etnografski muzej / prosinac | | 15.000 |
| 28. | Advent na Trgiću te niz događanja kroz godinu | 15.000 | 20.000 |
| 29. | NEPLANIRANO | 200.000 | 80.000 |
| | UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA | 3.852.900 | 2.720.000 |

| RB | Kultura | Plan 2014. | Plan 2015. |
|------|---|------------|------------|
| 1. | MEGA DOGAĐANJA | | |
| 1.1. | Muzički biennale Zagreb / travanj | | 60.000 |
| 1.2. | Floraart - međunarodna vrtna izložba / svibanj | 61.500 | 100.000 |
| 1.3. | 49. Međunarodna smotra folklor / srpanj | 70.000 | 70.000 |
| 1.4. | Ljetne noći teatra Exit / lipanj-rujan | 50.000 | 50.000 |
| 2. | Master Maroje, predstava u projektu Kazalište za Europu i svijet / kroz godinu | 40.000 | |
| 3. | Total Rock World, programi kroz godinu | 30.000 | 15.000 |
| 4. | Kazališni vikendi za uzrast 1,5 - 5 godina u Maloj sceni / siječanj-svibanj i rujan-prosinac | 15.000 | 15.000 |
| 5. | Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / 27.1. | 25.000 | 25.000 |
| 6. | Fuliranje 2015. / proljeće-ljeto | 70.000 | 70.000 |
| 7. | Cantus ansambl / ožujak-studeni | 20.000 | 15.000 |
| 8. | HOERSPIEL: mala igra na slušanje (i gledanje) / ožujak-studeni | | 10.000 |
| 9. | Svečanosti Pasijske baštine / travanj | 5.000 | 10.000 |
| 10. | 5. ZG JAM - Zagreb Jazz Appreciation Month / travanj | 10.000 | |
| 11. | JAZZ projekti HDS-a / kroz godinu | 10.000 | 10.000 |
| 12. | KUD Vedra Nota, Klinci s Ribnjaka – programi kroz godinu | 10.000 | 10.000 |
| 13. | Platforma HR 2914., Prix Jardin d'Europe Labo / travanj | 5.000 | |
| 14. | Glazbeni salon Gvozdanović / proljeće i jesen | | 10.000 |
| 15. | Prijatelji mora: Tisuću devetsto i neke, izložbe / rujan | 10.000 | 10.000 |
| 16. | Markov sajam - Srednjovjekovni sajam starih zanata / svibanj | 30.000 | 65.000 |
| 17. | Mali Markov sajam – Sajam učeničkih zadruga Hrvatske / svibanj | 10.000 | |
| 18. | Bestiarum#4 / svibanj | 10.000 | |
| 19. | Dan Uspinjače / svibanj | | 10.000 |
| 20. | Gastro dani - Udruženje ugostitelja Zagreba / lipanj, studeni, prosinac | 80.000 | 80.000 |
| 21. | Dani satire Fadila Hadžića | | 70.000 |
| 22. | Kazališne predstave na engleskom u Kerempuhu | | 20.000 |
| 23. | Tjedan suvremenog plesa | | 50.000 |
| 24. | Kolaž umjetnosti u Miškecovom prolazu - umjetnost nije prolazna svibanj-lipanj | | 15.000 |
| 25. | Krave u gradu / lipanj-rujan | | 100.000 |
| 26. | Čuvaj se' i 'Ljubav je što želiš', izložbe Sophie Calle i Tracy Emin u sklopu 8. Zagrebi! Festivala | | 20.000 |
| 27. | Izložba i gostovanje Daniela Libeskinda 'Never say the Eye is Rigid: Architectural Drawings' | | 20.000 |
| 28. | Gostovanje Strazburške filharmonije u ciklusu Svijet glazbe | | 10.000 |
| 29. | Cool Zagreb - Kapulica Studio / ljeto | | 100.000 |
| 30. | Mozart u vrtu / Mozart na Gornjem Gradu, koncert sa kostimiranim pjevačima i glumcima / srpanj | 20.000 | 10.000 |
| 31. | Večeri Petrice Kerempuha na Opatovini, koncerti / lipanj-rujan | 20.000 | 20.000 |
| 32. | Ljeto u MSU / lipanj i srpanj | | 40.000 |

| | | | |
|-----|--|----------------|------------------|
| 33. | Motovun u Zagrebu / srpanj i kolovoz | | 15.000 |
| 34. | AMADEO - Ljetna kazališno-glazbena scena / srpanj-rujan | 82.000 | 60.000 |
| 35. | Medvedgradske glazbene večeri / srpanj | 20.000 | 30.000 |
| 36. | Zagreb Living Room, događanja u MUO - G.A.D. Produkcija / kolovoz | | 15.000 |
| 37. | Martin je u Zagrebu / studeni | 20.000 | |
| 38. | SMRT - autoportret, međunarodna izložba umjetničkih radova / studeni | 30.000 | |
| 39. | Novinarski bal, Hrvatsko novinarsko društvo / travanj | 10.000 | 10.000 |
| 40. | Međunarodni folklorni festival djece i mladih / lipanj | 17.600 | 15.000 |
| 41. | Winter Comedy Fair - Lisinski se smije, stand up comedy / studeni ili prosinac | | 10.000 |
| 42. | 50. zagrebački salon - arhitektura i urbanizam / studeni-prosinac | | 10.000 |
| 43. | Europska noć kazališta - NS Dubrava i Dječje kazalište Dubrava / studeni | 20.000 | 15.000 |
| 44. | Međunarodni seminar orkestralnog dirigiranja Lovro von Matačić / rujan | 10.000 | 10.000 |
| 45. | Glazba susreće riječi | 10.000 | |
| 46. | Lisinski pleše pod maskama | | 20.000 |
| 47. | Noć hrvatskog filma i novih medija | 30.000 | 20.000 |
| 48. | 33. Susret hrvatskih zavičajnih književnika | 1.500 | |
| 49. | KIC - Joan Miro | 11.000 | |
| 50. | Izložba Hrvatska iz zraka | 15.000 | |
| 51. | Ja BiH... 5 dana Zagreba u Sarajevu | 20.000 | |
| 52. | HDS-Cantus ansambl-Kanada | 30.000 | |
| 53. | NEPLANIRANO | 70.000 | 50.000 |
| | UKUPNO KULTURA | 998.600 | 1.390.000 |

| RB | Moda | Plan 2014. | Plan 2015. |
|----|---|----------------|---------------|
| 1. | Fashion Week Zagreb / svibanj i listopad | 60.000 | 50.000 |
| 2. | Dan D, međunarodna izložba i festival dizajna / lipanj i Izložba Hrvatskog dizajna / prosinac | 20.000 | |
| 3. | Zlatna igla Zagreba / studeni | 100.000 | |
| 4. | Materina priča / kroz godinu | 20.000 | |
| 5. | Tjedan dizajna Zagreb | | 15.000 |
| | UKUPNO MODA | 200.000 | 65.000 |

| RB | Festivalsi | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-------|---|------------|------------|
| 1. | MEGA DOGAĐANJA | | |
| 1.1. | Festival Sv. Marka - Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe / travanj-svibanj | 60.000 | 70.000 |
| 1.2. | Međunarodni festival vatrometa / lipanj | 60.000 | 60.000 |
| 1.3. | Cest is d best - Međunarodni ulični festival / lipanj | 280.000 | 250.000 |
| 1.4. | Ljeto na Štrosu - ljetni festival na Gornjem Gradu / svibanj-rujan | 250.000 | 250.000 |
| 1.5. | Ljetno kino Gradec / lipanj-rujan | 70.000 | 60.000 |
| 1.6. | 34. Zagrebačke ljetne večeri / srpanj | 80.000 | 80.000 |
| 1.7. | INmusic Festival / lipanj | 350.000 | 400.000 |
| 1.8. | Fantastik Zagreb, film festival / lipanj-srpanj | 50.000 | 40.000 |
| 1.9. | Festival turističkog filma / lipanj | 380.000 | 400.000 |
| 1.10. | 12. Zagreb film festival / listopad | 50.000 | 50.000 |
| 2. | ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma / veljača | 40.000 | 30.000 |
| 3. | 62. Zagrebački festival zabavne glazbe, HDS / siječanj | 20.000 | 20.000 |
| 4. | Festival čokolade "Zagreb Chocofest" / veljača | 20.000 | 50.000 |
| 5. | 2nd Valentines Zagreb Salsa Festival / veljača | 20.000 | |
| 6. | Naj, naj, naj festival – Žar ptica / ožujak-travanj | 10.000 | 10.000 |
| 7. | Noir festival / travanj | | 10.000 |
| 8. | Festival jednakih mogućnosti / svibanj | 15.000 | 15.000 |
| 9. | Slatki gušti, festival slastica / lipanj | 10.000 | 15.000 |
| 10. | Screen on the Green, filmske projekcije / svibanj-lipanj | 20.000 | 20.000 |
| 11. | Musica maxima - festival komorne glazbe / svibanj | 10.000 | 20.000 |
| 12. | Zagreb harp festival / travanj | 45.000 | 40.000 |
| 13. | Pink Day, međunarodni festival ružičastih vina / ožujak | 10.000 | |
| 14. | Animirani Zagreb / lipanj | 10.000 | 15.000 |
| 15. | Accordeon Fest in Zagreb / lipanj | 20.000 | 25.000 |
| 16. | Međunarodni festival folklor Zagreb-Velika Gorica / srpanj | 15.000 | 15.000 |
| 17. | Flamenco festival Zagreb / srpanj | | 5.000 |
| 18. | 48. međunarodni festival kazališta lutaka - PIF / rujan | 10.000 | 10.000 |
| 19. | Festival svjetskog kazališta - ZKM / rujan | 30.000 | |
| 20. | 7. ZeGeVege festival održivog življenja / rujan | 5.000 | |
| 21. | Međunarodni festival dokumentarne fotografije Organ vida / rujan - listopad | 10.000 | 10.000 |
| 22. | Festival svjetske književnosti / rujan | 5.000 | |
| 23. | 11. VIP Jazz Festival / rujan-studeni | | 20.000 |
| 24. | Zagreb world music festival Nebo / listopad | 10.000 | |
| 25. | Međunarodni festival novog cirkusa / rujan-prosinac | 20.000 | 20.000 |
| 26. | Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT / listopad | 15.000 | 15.000 |
| 27. | Hrvatski festival hrane i vina / studeni | 15.600 | |
| 28. | 5. Zagreb Brass Festival / listopad | 10.000 | |
| 29. | Chansonfest / studeni | 10.000 | 5.000 |
| 30. | Zagreb Tango Festival / prosinac | 10.000 | 15.000 |
| 31. | Urban festival / listopad | 10.000 | |

| | | | |
|-----|------------------------------------|------------------|------------------|
| 32. | Festival Miroslav Krleža | 15.000 | 30.000 |
| 33. | Zagreb Guitar Festival | 10.000 | |
| 34. | Festival suvremene zbornice glazbe | 15.000 | |
| 35. | Festival Improsekcije / studeni | 10.000 | |
| 36. | NEPLANIRANO | 100.000 | 50.000 |
| | UKUPNO FESTIVALI | 2.205.600 | 2.125.000 |

| RB | Suradnja s TZ | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----|--|----------------|---------------|
| 1. | TZG Slavenskog Broda – Dani Slavenskog Broda u Zagrebu / svibanj | 5.000 | |
| 2. | TZG Čakovca – Porcijunkulovo / srpanj i Međimurski fašnik / veljača | 10.000 | 10.000 |
| 3. | TZG Koprivnice – Markov sajam u Zagrebu i predstavljanje manifestacija u Zagrebu / svibanj-rujan | 40.000 | |
| 4. | TZG Lepoglave – predstavljanje 18. međunarodnog festivala čipke i kulturno turističke ponude Lepoglave / kolovoz | 10.000 | 10.000 |
| 5. | TZG Hrv. Kostajnice – Međunarodna Una regata / srpanj, Unske noći kolovoz i Kestenijada listopad | 10.000 | 15.000 |
| 6. | TZG Nove Gradiške – Presentacija turističke ponude N. Gradiške / rujan | 10.000 | 10.000 |
| 7. | TZG Županje – Programske aktivnosti tijekom godine te predstavljanje manifestacija | 10.000 | 10.000 |
| 8. | TZO Topusko – Zlatna pčela, dani meda / veljača | 5.000 | 5.000 |
| 9. | TZG Kutine – promidžba biciklizma i prezentacija Dana planeta Zemlje na biciklu u Moslavini | 5.000 | 5.000 |
| 10. | NEPLANIRANO | | 10.000 |
| | UKUPNO SURADNJA S TZ | 105.000 | 75.000 |

| RB | Suradnja s udrugama | Plan 2014. | Plan 2015. |
|----|--|------------|------------|
| 1. | Dan obrtničke komore Zagreb / ožujak | 10.000 | |
| 2. | Udruga Plemička 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 | |
| 4. | Udruženje kuhara Zagreba – Medeno srce Zagreba | 5.000 | |
| 5. | Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac | 5.000 | 5.000 |
| 6. | Gradska četvrt Sesvete - Kulturna i turistička ponuda kroz razne manifestacije u Sesvetama / kroz godinu | 100.000 | 80.000 |
| 7. | Veteranski košarkaški klub Zagreb | 63.700 | |
| 8. | Udruga Svijet tišine | 10.000 | 10.000 |
| 9. | Materina priča / kroz godinu | | 10.000 |

| | | | |
|-----|---|----------------|----------------|
| 10. | I reći ću vam samo još jednu stvar, Zapamtite Vukovar | | 5.000 |
| 11. | Udruga slastičara Hrvatske-Izrada najduže rolade na svijetu | 10.000 | |
| 12. | Društvo turističkih vodiča Zagreba | 10.000 | 10.000 |
| 13. | Predstava "NEČASTIVE" - SAD, Udruga Domino | 15.000 | |
| 14. | Falkuša u Norveškoj - Ars Halieutica | 10.000 | |
| 15. | Vinoljupci - susret vinara i vinoljubaca | 2.500 | |
| 16. | Edukacija ugostitelja za rad sa gostima s invaliditetom | | 15.000 |
| 17. | NEPLANIRANO | 50.000 | 30.000 |
| | UKUPNO SURADNJA S UDRUGAMA | 301.200 | 170.000 |

| RB | Suradnja s KUD-ovima | Plan 2014. | Plan 2015. |
|----|--|---------------|---------------|
| 1. | 12. prigorski dan u KD Vatroslav Lisinski - Udruga Prigorski dan / ožujak | 10.000 | 5.000 |
| 2. | Gračanski fašnik, Udruga Falaček Prigorja / ožujak | 5.000 | |
| 3. | FIS Remetski muzikaši i puce - Fašnik u Remetama / ožujak, Ljeto u Remetama, Blagdan MB Remetske / kolovoz, Susreti naroda i kultura / ljeto | 40.000 | 30.000 |
| 4. | 10. Susedgradske jeseni / listopad | 10.000 | |
| 5. | Jurjevski običaji na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje / travanj | 10.000 | 10.000 |
| | UKUPNO SURADNJA S KUD-ovima | 75.000 | 45.000 |

| RB | Donacije u kulturi | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----|------------------------------------|------------|------------|
| 1. | Zagrebačke mažoretkinje | 35.000 | 30.000 |
| 2. | Lado | 80.000 | 60.000 |
| 3. | MUO | 35.000 | 35.000 |
| 4. | MGZ | 35.000 | 35.000 |
| 5. | Muzej Dražen Petrović | 20.000 | 20.000 |
| 6. | Park prirode Medvednica | 35.000 | 35.000 |
| 7. | Etnografski muzej | 35.000 | 35.000 |
| 8. | Klovićevi dvori | 35.000 | 35.000 |
| 9. | MSU | 35.000 | 35.000 |
| 10. | ZOO grada Zagreba | 15.000 | |
| 11. | Muzej prekinutih veza | 35.000 | 35.000 |
| 12. | Muzej automobila Ferdinand Budicki | 35.000 | |
| 13. | Umjetnički paviljon | 80.000 | 60.000 |
| 14. | Hrvatski prirodoslovni muzej | 15.000 | 20.000 |
| 15. | Javna ustanova Maksimir | 30.000 | 30.000 |
| 16. | Botanički vrt - PMF | 35.000 | 35.000 |
| 17. | Moderna galerija | | 30.000 |

| | | | |
|-----|--------------------------------------|-------------------|-------------------|
| 18. | HNK | | 30.000 |
| 19. | Tehnički muzej | | 30.000 |
| 20. | HDLU | | 30.000 |
| 21. | NEPLANIRANO | 100.000 | 30.000 |
| | UKUPNO DONACIJE | 690.000 | 650.000 |
| | SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA | 19.388.100 | 19.048.000 |

PRILOG 3. - POTPORA RAZVOJU DMO-a

| RB | Projekti TZGZ | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-------|--|------------|------------|
| 1. | Besplatni razgledi grada za Zagrepčane | | 12.000 |
| 2. | Proslava Majčinog dana na Zrinjvcu / svibanj | 12.000 | 10.000 |
| 3. | Uskrsne pisanice na Kaptolu | 40.000 | 40.000 |
| 4. | ZAGREBAČKI VREMEPLOV | | |
| 4.1. | Promenadni koncerti na Zrinjvcu / travanj-rujan | 320.000 | 350.000 |
| 4.2. | Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti / travanj-rujan | 380.000 | 360.000 |
| 4.3. | Tajne Griča - Noćna gornjogradska interaktivna tura / travanj-rujan | 420.000 | 380.000 |
| 4.4. | Red Srebrnog zmaja - Projekt oživljavanja Gornjeg grada srednjovjekovnim vitezovima / travanj-rujan | 40.000 | 40.000 |
| 4.5. | Gornjogradske glazbene vedute - Nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom / travanj-rujan | 110.000 | 110.000 |
| 4.6. | Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije | 650.000 | 670.000 |
| 4.7. | Vergl na zagrebačkim ulicama / kroz godinu | 30.000 | 30.000 |
| 4.8. | Gornjogradska likovna kolonija / svibanj-rujan | 150.000 | 120.000 |
| 4.9. | Folklorna ljetna scena za turiste | | |
| | HSPD Podgorac | 13.000 | 11.000 |
| | HKUD Prigorec Markuševac | 13.000 | 11.000 |
| | FA Turopolje | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Valentinovo | 13.000 | 11.000 |
| | FA Vrapčanci | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Prepuštovec | 13.000 | 11.000 |
| | FIS Remetski muzikaši i puce | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Frankopan – Remete | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Okička trešnja | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Bukovac | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Ruža Prigorja | 13.000 | 11.000 |
| | FA SKUD-a Ivan Goran Kovačić | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Stenjevec | 13.000 | 11.000 |
| | HKUD Bosiljak | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Orač | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Klas Podsused | 13.000 | 11.000 |
| | KPD Sveta Klara | 13.000 | 11.000 |
| | KUD Sv. Ana | 13.000 | 11.000 |
| | FA Zagreb-Markovac | 13.000 | 11.000 |
| | FS Kolo | | 11.000 |
| | KUD Vidovec | | 11.000 |
| 4.10. | Ansambl salonske glazbe Strauss - Promenadni koncerti u Maksimiru / nedjeljom travanj-rujan | 140.000 | 140.000 |
| 4.11. | Zrinjevačke plesne večeri petkom / lipanj-rujan | 200.000 | 200.000 |
| 4.12. | Tkalčijana - ulica glazbe i zabave / lipanj-rujan | 250.000 | 250.000 |
| 4.13. | Kumice s Dolca – Ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / travanj-listopad | 35.000 | 35.000 |

| | | | |
|-------|--|------------------|------------------|
| 4.14. | Ljeto u Maksimiru / srpanj-kolovoz | 80.000 | 70.000 |
| 4.15. | Vremeplov 2014. - Facepainting, oslikavanje lica | 10.000 | |
| 5. | Puhački orkestar ZET-a na Vremeplovu | 120.000 | 120.000 |
| 6. | Koncerti u Zagrebačkim crkvama - brošura | 11.000 | 12.000 |
| 6.1. | Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan | 30.000 | 30.000 |
| 6.2. | Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / kroz godinu | 30.000 | 30.000 |
| 6.3. | Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / kroz godinu | 30.000 | 30.000 |
| 6.4. | Koncertna sezona ansambla Duo de novo | 15.000 | 15.000 |
| 7. | Valentinovo u Zagrebu | | |
| 7.1. | 4th Valentines Zagreb Salsa Festival / veljača | | 20.000 |
| 7.2. | Čarobni park ljubavi - Kapulica studio / veljača | | 100.000 |
| 8. | Dvorišta Gornjeg Grada, otvaranje dvorišta i vrtova / ljeto | 140.000 | 100.000 |
| 9. | Novogodišnji koncert folklornih društava za turiste u GK Komedija / siječanj | 65.000 | 65.000 |
| 10. | Uskrsni koncert folklornih društava za turiste GK Komedija / travanj | 62.600 | 65.000 |
| 11. | Dan grada Zagreba - Posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada, koncert Zagrebačke filharmonije (KDZ) te ostali programi / svibanj | 25.000 | 50.000 |
| 12. | Svjetski dan turizma - Završna priredba na Zrinjvcu / rujan | 20.000 | 30.000 |
| 13. | NEPLANIRANO | 100.000 | 50.000 |
| | UKUPNO PROJEKTI TZGZ | 3.762.600 | 3.765.000 |

PRILOG 4. - VOLIM ZAGREB

| RB | Volim Zagreb | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----------|---|-------------------|-------------------|
| 1. | O.Š Nad lipom, škola s posebnim potrebama - Uređenje školskog vrta / kroz godinu | 7.000 | 5.000 |
| 2. | KUD Frankopan Remete – Projekt „Budi svoj“, očuvanje tradicije i kulturne baštine Podsljemena / kroz godinu i Dani kruha / rujan | 30.000 | 20.000 |
| 3. | HSPD Sljeme, Šestine - Tradicijske vještine / kroz godinu | 15.000 | 10.000 |
| 4. | ŠRU Bukovac – Ekološko-edukativni programi u Školi u prirodi u Parku prirode Maksimir / ožujak-rujan i Zaštita i očuvanje podsljemenskih potoka / kroz godinu | 30.000 | 20.000 |
| 5. | Gradski ured za obrazovanje – Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće / svibanj | 10.400 | 11.000 |
| 6. | Proizvodi hrvatskog sela - Sajamska priredba hrvatskih proizvoda / ožujak-travanj | 10.000 | |
| 7. | PU Zagrebačka – Dan ljubaznosti u prometu / svibanj | 12.100 | 12.500 |
| 8. | Hrvatski farmer - Eko etno tour i Eko etno trade show / travanj | 10.000 | 10.000 |
| 9. | Dan kravate – Projekt prezentiranja kravate kao nacionalne baštine na ulicama i trgovima Zagreba / listopad | 25.000 | |
| 10. | 4. tjedan botaničkih vrtova i arboretuma Hrvatske / svibanj | 10.000 | |
| 11. | Zagrebačkim ulicama, Eno-gastro Opatovina | 10.000 | |
| 12. | Udruga za zaštitu okoliša EKO-2000 – Projekt "Vratimo Podsused na izletničku kartu Zagreba - Podsusedske svečanosti / rujan-studen | 10.000 | 10.000 |
| 13. | Jesen u Planini / listopad | 5.000 | |
| 14. | Lovačka udruga Lasica - Poučna staza Dubravkin put i Čišćenje planinarskih staza Medvednice / kroz godinu; Dan Medvednice / svibanj | 15.000 | 5.000 |
| 15. | Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj-svibanj | 18.600 | 20.000 |
| 16. | Lijepa naša Sava - Promicanje ekološke svijesti o rijeci Savi / svibanj - srpanj | | 10.000 |
| 17. | ArtEnerg: kreativne vizije prirode i tehnologije / lipanj 2013.-lipanj 2014. | 10.000 | |
| 18. | Projekt Razvrstaj i svrstaj - pokreni se! / kroz godinu | 10.000 | 10.000 |
| 19. | ARTichoke festival / listopad | | 10.000 |
| 20. | Gdje je jaje, kreativna likovna radionica za djecu / ožujak | | 10.000 |
| | UKUPNO VOLIM ZAGREB | 238.100 | 163.500 |

PRILOG 5. – OGLAŠAVANJE

| RB | Naziv medija | Vrsta publikacije | Jača tržišna zastupljenost | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----|--|-----------------------|---|------------|------------|
| 1. | ABTA, ASTA Magazine | godišnji katalog | UK | 25.000 | 25.000 |
| 2. | BUS & HOTEL Report + Reise Aktuell | revija | touroperatori i putničke agencije u Njemačkoj | 75.000 | 45.000 |
| 3. | Iće i piće | revija | Hrvatska | 30.000 | 30.000 |
| 4. | In Your Pocket | vodič+karta+internet | posjetitelji u Zagrebu | 50.000 | 50.000 |
| 5. | Jutarnji list | dnevne novine | Hrvatska | 10.000 | 20.000 |
| 6. | Kleine Zeitung | dnevne novine | Austrija | 50.000 | 50.000 |
| 7. | Restaurant & Hotel | revija | Hrvatska | 20.000 | 10.000 |
| 8. | Svijet u čaši | revija+enogastromobil | Hrvatska | 40.000 | 20.000 |
| 9. | UT magazin + City break | revija | Hrvatska | 85.000 | 40.000 |
| 10. | UHPA | godišnji katalog | inozemstvo | 8.000 | 10.000 |
| 11. | Zagreb moj grad | mjesečnik | Hrvatska | 40.000 | 30.000 |
| 12. | Turizam Srbija | mjesečnik | Srbija | 5.500 | 6.000 |
| 13. | Meridijani | mjesečnik | Hrvatska | 11.000 | 15.000 |
| 14. | JAX FAX Travel Marketing | mjesečnik | SAD | 26.000 | 26.000 |
| 15. | TIP/Profi Reisen | mjesečnik | Austrija | 16.000 | 16.000 |
| 16. | Horizont | mjesečnik | Slovenija | 10.000 | 10.000 |
| 17. | Way to Croatia | revija | Hrvatska | 10.000 | 10.000 |
| 18. | Esplanade Magazine | mjesečnik | Hrvatska | 25.000 | 25.000 |
| 19. | Oglas u posebnom izdanju Večernjeg lista - Putovanja | prilog dnevnih novina | Hrvatska | 15.000 | 15.000 |
| 20. | Oglas u Slobodnoj Dalmaciji | prilog dnevnih novina | Hrvatska | 15.000 | 15.000 |
| 21. | Oglas Tip Travel | on-line magazin | Hrvatska/svijet | 20.000 | 30.000 |
| 22. | Omnibusrevue | stručni časopis | Austrija, Njemačka, Švicarska | 9.500 | 10.000 |
| 23. | Putovanja v dvoje | revija | Slovenija | 7.500 | 10.000 |
| 24. | Select Traveller | revija | Velika Britanija | 15.500 | 16.000 |
| 25. | Rail Europe Connexion | godišnji katalog | Australija, N. Zeland J. Koreja, Japan, Indija, Tajvan, Brazil Kina , UAE ... | 60.000 | |
| 26. | Neodoljiva Hrvatska | katalog | Hrvatska, veleposlanstva RH u svijetu | 6.500 | |
| 27. | Prometna bojanka za djecu | katalog | Hrvatska | 7.500 | |
| 28. | CHT Magazin | stručni časopis | Hrvatska-zdravstveniturizam | 5.000 | |

| | | | | | |
|-----|--|--|------------------------------|----------------|------------------|
| 29. | Film Art and Tourism | stručni časopis | Europa-filmski festival | 14.500 | 15.000 |
| 30. | Hrvaška 2015. | prilog dnevnih novina | Slovenija | 6.400 | 7.000 |
| 31. | Putovanje za dvoje | revija | Hrvatska | 10.000 | 10.000 |
| 32. | www.dnevnik.si | prilog dnevnih novina i on line portal | Slovenija | 8.500 | 9.000 |
| 33. | Magazin "Hrvatska-tako lijepa, tako blizu" | revija | Slovenija | 9.000 | |
| 34. | Insight Design Guide | vodič | Hrvatska | 15.000 | 30.000 |
| 35. | Time Out Croatia Visitors | revija | posjetitelji u Hrvatskoj | 8.000 | 8.000 |
| 36. | Slovenian Traveller | revija | Slovenija | 5.000 | |
| 37. | Tur. vodič Hrvatske | vodič | Hrvatska, svijet | 3.000 | |
| 38. | Holland Herald edit. 7 | inflight magazin | Nizozemska/ letovi KLM-a | 18.600 | |
| 39. | Orizzonti Travel | revija | Italija | 7.000 | 10.000 |
| 40. | JET SET magazin | revija | Hrvatska | 7.000 | |
| 41. | Together | revija | Belgija | 10.000 | 10.000 |
| 42. | Gap Travel Guide | katalog | Velika Britanija | | 10.000 |
| 43. | Euro Bonus TRaveller | revija | Danska | | 35.000 |
| 44. | Conde Nast | revija | Velika Britanija | | 53.000 |
| 45. | Die Welt Supplement | prilog dnevnih novina | Njemačka | | 30.000 |
| 46. | Sport Aktiv | Internet, print | Austrija | | 20.000 |
| 47. | Putovanja za dvoje | revija | Srbija | | 10.000 |
| 48. | World Horizons | revija | Njemačka | | 16.000 |
| 49. | Magazin vjenčanja | revija | Hrvatska | | 11.000 |
| 50. | Bus Blicpunkt | revija za autobusere | Njemačka, Austrija Švicarska | | 37.000 |
| 51. | Lufthansa Inflight i KLM | inflight magazin | svijet - Lufthansa letovi | | 225.000 |
| 52. | NEPLANIRANO | | | 40.000 | 50.000 |
| | UKUPNO | | | 860.000 | 1.130.000 |

OGLAŠAVANJE U KONGRESNO-INCENTIVE PUBLIKACIJAMA

| RB | Naziv medija | Vrsta publikacije | Jača tržišna zastupljenost | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----------|--|--------------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Croatian Convention & Incentive Magazine | stručni časopis | HTZ svijet | 22.500 | 45.000 |
| 2. | I& MI Mice Places - DIY Workbook | godišnji katalog | EU, SAD, Kanada, Azija | 22.600 | 23.000 |
| 3. | Meeting e Congressi | stručni časopis | Italija | 8.000 | 10.000 |
| 4. | Kongres Magazine | stručni časopis | Slovenija, regija | 20.000 | 20.000 |
| 5. | Meedex PRO | stručni časopis | Francuska | 45.000 | 23.000 |
| 6. | IMEX Frankfurt Catal. | burz. katalog | IMEX Frankfurt | 7.000 | 10.000 |
| 7. | EIBTM Show Diary | burz. katalog | Barcelona | 10.000 | 10.000 |
| 8. | Meetin Magazine | stručni časopis | Španjolska | 20.000 | 20.000 |
| 9. | ICJ Journal / MICE Magazin | stručni časopis | Njemačka | 23.000 | 23.000 |
| 10. | Biz direkt | stručni časopis | Hrvatska | 11.000 | 11.000 |
| 11. | Poslovni dnevnik | stručni časopis | Hrvatska | 27.000 | 27.000 |
| 12. | MPI online buyer's guide | | online | 3.400 | 3.500 |
| 13. | Meet & Travel Mag | stručni časopis | Francuska | | 23.000 |
| 14. | Poslovni turizam | | online | 15.000 | 15.000 |
| 15. | MIM Europe Magazin | stručni časopis | Velika Britanija | 23.000 | 23.000 |
| 16. | Liječničke Novine | stručni časopis | Hrvatska | 13.300 | 15.000 |
| 17. | Cat publication | On line / str. časopis | Velika Britanija | 70.000 | 70.000 |
| 18. | Conventa katalog | katalog | | 3.200 | 4.000 |
| 19. | Master Meeting Italy's Best | stručni časopis | Italija | | 37.000 |
| 20. | Poslovni savjetnik | stručni časopis | Hrvatska | | 15.000 |
| 21. | SEEbtm magazin | stručni časopis | Regija | | 20.000 |
| 22. | Neplanirano | | | 90.000 | 40.000 |
| | UKUPNO | | | 434.000 | 487.500 |

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

| RB | Naziv | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----------|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Brošura – Sve boje grada | 420.000 | 435.000 |
| 2. | Brošura – Korak po korak | 320.000 | 350.000 |
| 3. | Brošura – Zagrebačka okolica | 330.000 | 350.000 |
| 4. | CD Zagreb | 750.000 | 375.000 |
| 5. | DVD Zagreb turistički | 200.000 | 180.000 |
| 6. | Monografije | 5.000 | 5.000 |
| 7. | Image brošura | 51.000 | 100.000 |
| 8. | PROGRAM PRIREDBI/INFO | 350.000 | 370.000 |
| 9. | Plan grada – letak | 420.000 | 450.000 |
| 10. | Brošura Gornji grad | 30.000 | 35.000 |
| 11. | Razgledi grada | 25.000 | |
| 12. | Letak „Smjena straže“ | 9.000 | |
| 13. | Promo press CD | 20.000 | 10.000 |
| 14. | Kongresna brošura dopuna i tisak | 20.000 | 20.000 |
| 15. | Kongresna aplikacija | 7.000 | |
| 16. | Kongresni DVD - umnožavanje | 10.000 | 10.000 |
| 17. | Letak - Židovi u Zagrebu | 5.000 | |
| 18. | Time Out Croatia Visitors Guide 2013. | 4.000 | 5.000 |
| 19. | ZG Gay vodič | 10.000 | |
| 20. | Brošura vjenčanja | 50.000 | |
| 21. | Plakati Zagreb | 3.000 | 20.000 |
| 22. | Letak Advent Zagreb | 20.000 | 30.000 |
| 23. | Karta Advent Zagreb | 20.000 | |
| 24. | Brošura Smještaj | | 40.000 |
| 25. | Letak Zagreb4You | | 300.000 |
| 26. | Time Out Zagreb | | 342.000 |
| 27. | NEPLANIRANO | 50.000 | 50.000 |
| | UKUPNO | 3.129.000 | 3.477.000 |

SUVENIRI

| RB | Naziv | Plan 2014. | Plan 2015. |
|-----------|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Kalendari | 84.000 | 80.000 |
| 2. | Kemijske olovke - razne | 100.000 | 100.000 |
| 3. | Knjiga - razno | 10.000 | 10.000 |
| 4. | Licitarska srca | 600.000 | 500.000 |
| 5. | Magneti | 120.000 | 100.000 |
| 6. | Majice sa dotiskom | 100.000 | 100.000 |
| 7. | Mape - press | 15.000 | 10.000 |
| 8. | Novčanici - škrtaček | 70.000 | |
| 9. | Privjesci - licitar | 70.000 | 100.000 |
| 10. | Rokovnici | 25.000 | 25.000 |
| 11. | Vrećice - papirnate male | 25.000 | 25.000 |
| 12. | Vrećice - papirnate A4 | 55.000 | 55.000 |
| 13. | Vrećice - EKO | 100.000 | 100.000 |
| 14. | Vezice za mobitel | 55.000 | 80.000 |
| 15. | Podlošci za miša | 40.000 | 40.000 |
| 16. | Označivač knjiga | 60.000 | 60.000 |
| 17. | USB stick | 155.000 | 165.000 |
| 18. | Džepni planer | 20.000 | 10.000 |
| 19. | Stolni kalendar | 15.000 | 11.000 |
| 20. | VIP kutije | 42.000 | |
| 21. | Kapa šilt papirnata | 13.000 | |
| 22. | Kapa šilt | 90.000 | 90.000 |
| 23. | Zastavice | | 10.000 |
| 24. | Adventska kugla | 50.000 | |
| 25. | Adventski čaj | 10.000 | |
| 26. | Adventska šalica | 50.000 | |
| 27. | Adventska čaša - papirnata | 20.000 | |
| 28. | Oznaka (name tag) za prtljagu | | 50.000 |
| 29. | NEPLANIRANO | 50.000 | 50.000 |
| | UKUPNO | 2.044.000 | 1.771.000 |

PRILOG 7. – SAJMOVI I PREZENTACIJE
SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ

| RB | Grad | Sajam | Datum | | TZGZ m2 | Plan 2014. | Plan 2015. |
|--------------|-------------|-------------------------------------|------------|--|------------|---------------|---------------|
| AZERBAJDŽAN | | | | | | | |
| 1. | Baku | AITF | 3.-5.4. | | 9 | 70.000 | |
| BUGARSKA | | | | | | | |
| 2. | Sofija | International Tourism Exhibition | 14.-16.2. | | 12 | 47.000 | 50.000 |
| BRAZIL | | | | | | | |
| 3. | Sao Paolo | WTM Latin America | 23.-25.4. | | 9 | 90.000 | 90.000 |
| FRANCUSKA | | | | | | | |
| 4. | Pariz | MAP | 19.-22.3. | | 9 | | 50.000 |
| HRVATSKA | | | | | | | |
| 5. | Zagreb | Place2go | ožujak | | | 25.000 | 30.000 |
| 6. | Split | Interstas | studen | | 12 | 20.000 | |
| INDIJA | | | | | | | |
| 7. | New Delhi | SATTE | 29.-31.1. | | 12 | 75.100 | 75.000 |
| 8. | Mumbai | SATTE | 3.-4.2. | | 12 | 71.000 | |
| ITALIJA | | | | | | | |
| 9. | Rimini | TTG Incontri | 9.-11.10. | | 12 | 50.000 | 50.000 |
| IZRAEL | | | | | | | |
| 10. | Tel Aviv | IMTM | 11.-12.2. | | 9 | 73.900 | 70.000 |
| JAPAN | | | | | | | |
| 11. | Tokyo | JATA | rujan | | 9 | | 70.000 |
| JUŽNA KOREJA | | | | | | | |
| 12. | Seoul | KOTFA | 11.-14.6. | | 9 | | 70.000 |
| KANADA | | | | | | | |
| 13. | Toronto | Toronto's Ultimate Travel Show | 25.-26.1. | | 9 | 55.000 | |
| KAZAHSTAN | | | | | | | |
| 14. | Almaty | KITF | 23.-25.4. | | 4 | 37.000 | |
| KINA | | | | | | | |
| 15. | Peking | COTTM | 14.-16.4. | | 12 | | 80.000 |
| 16. | Shanghai | WTF | 8.5.-11.5. | | 12 | 70.000 | |
| 17. | Hong Kong | ITE | 12.-15.6. | | 9 | 65.000 | 65.000 |
| NIZOZEMSKA | | | | | | | |
| 18. | Slagharten | Omnibusmesse | 17.-19.4. | | 6 | | 15.000 |
| NJEMAČKA | | | | | | | |
| 19. | Koln | RDA | 15.-17.7. | | 12 | 44.000 | |
| RUMUNJSKA | | | | | | | |
| 20. | Bukurešt | Romanian Tourism Fair | 13.-16.3. | | 12 | 51.000 | 55.000 |
| SAD | | | | | | | |
| 21. | Los Angeles | Times Travel Show | 17.-19.1. | | 9 | 53.000 | 55.000 |
| 22. | New York | Times Travel Show | 28.2.-2.3. | | 9 | 57.000 | |

| ŠPANJOLSKA | | | | | | | |
|----------------------------|---------------|------------|-----------|--|----|------------------|------------------|
| 23. | Barcelona | SITC | 4.-6.4. | | 6 | 37.000 | 40.000 |
| SINGAPUR | | | | | | | |
| 24. | Singapore | ITB Asia | listopad | | 9 | 90.000 | 90.000 |
| TAJVAN | | | | | | | |
| 25. | Taipei | ITF Taipei | 7.-10.11. | | 12 | 80.000 | 80.000 |
| TURSKA | | | | | | | |
| 26. | Istanbul | EMITT | 22.-25.1. | | 9 | | 60.000 |
| UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI | | | | | | | |
| 27. | Dubai | ATM | 5.-8.5. | | 12 | 110.000 | 120.000 |
| VELIKA BRITANIJA | | | | | | | |
| 28. | London | City Fair | 16.6. | | 6 | 24.000 | |
| 29. | NEPLANIRANO | | | | | 40.000 | 50.000 |
| | UKUPNO | | | | | 1.335.000 | 1.265.000 |

NASTUPI S HTZ-om

| RB | Grad | Sajam | Datum | HTZ m2 | TZGZ m2 | Plan 2014. | Plan 2015. |
|--------------|---------------|-------------|------------|-----------|------------|---------------|---------------|
| AUSTRIJA | | | | | | | |
| 1. | Beč | Ferienmesse | 16.-19.1. | | 6 | 42.000 | 45.000 |
| BELGIJA | | | | | | | |
| 2. | Bruxelles | Vacances | 6.-10.2. | 60 | 6 | 34.000 | 45.000 |
| FRANCUSKA | | | | | | | |
| 3. | Paris | MAP | 20.-23.3. | 60 | 6 | 51.000 | |
| ITALIJA | | | | | | | |
| 4. | Milano | BIT | 13.-15.2. | 120 | 6 | 35.000 | 50.000 |
| JAPAN | | | | | | | |
| 5. | Tokyo | JATA | rujan | 20 | 6 | 70.000 | |
| KINA | | | | | | | |
| 6. | Peking | COTTM | 9.-11.4. | | 6 | 68.000 | |
| KOREJA | | | | | | | |
| 7. | Seoul | KOTFA | 29.5.-1.6. | 24 | 6 | 70.000 | |
| MAĐARSKA | | | | | | | |
| 8. | Budapest | UTAZAS | 28.2.-3.3. | 80 | 6 | 42.000 | |
| NIZOZEMSKA | | | | | | | |
| 9. | Utrecht | | 13.-18.1. | | 7 | | 45.000 |
| NJEMAČKA | | | | | | | |
| 10. | Munchen | f.r.e.e. | 19.-23.2. | | 6 | 45.000 | 45.000 |
| 11. | Berlin | ITB | 5.-9.3. | 70 | 6 | 60.000 | 60.000 |
| RUSIJA | | | | | | | |
| 12. | Moskva | MITT | 19.-22.3. | 120 | 6 | 76.000 | 80.000 |
| SKANDINAVIJA | | | | | | | |
| 13. | Helsinki- FIN | MATKA | 16.-19.1. | 35 | 6 | 34.000 | |

| SLOVENIJA | | | | | | | | |
|------------------|--|------------|------------|-----|---|--------|------------------|------------------|
| 14. | Ljubljana | Alpe Adria | 29.1-1.2. | 80 | 6 | 25.000 | | |
| SRBIJA | | | | | | | | |
| 15. | Beograd | IFT | 27.2-2.3. | 80 | 6 | 25.000 | 45.000 | |
| ŠPANJOLSKA | | | | | | | | |
| 16. | Madrid | FITUR | 22.-26.1. | 80 | 5 | 45.000 | 50.000 | |
| | | ŠVICARSKA | | | | | | |
| 17. | Zurich | FESPO | 30.1.-1.2. | 20 | 6 | 45.000 | 55.000 | |
| TURSKA | | | | | | | | |
| 18. | Istanbul | EMITT | 30.1.-2.2. | | 6 | 58.000 | | |
| | | UKRAJINA | | | | | | |
| 19. | Kijev | UITT | 26.-28.3. | | 6 | | | |
| VELIKA BRITANIJA | | | | | | | | |
| 20. | London | WTM | 3.-7.11. | 150 | 6 | 90.000 | 100.000 | |
| | UKUPNO NASTUPI S HTZ-om | | | | | | 915.000 | 620.000 |
| | UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ + NASTUPI S HTZ-om | | | | | | 2.250.000 | 1.885.000 |

PRILOG 8. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

| RB | Grad | Burza | Datum | TZGZ m2 | Plan 2014. | Plan 2015. | |
|-----|---------------|----------------------|--------------|------------|---------------|----------------|----------------|
| 1. | Ljubljana | Conventa | 22. - 23.1. | 4 | 23.000 | 23.000 | |
| 2. | Istanbul | ACE of M.I.C.E. | 26. - 28.2. | 9 | | 30.000 | |
| 3. | Pariz | Meedex | 2. - 3.4. | 4 | 53.000 | 53.000 | |
| 4. | Moskva | MICE Forum | 17.3. | 6 | 33.500 | 30.000 | |
| 5. | | MITM Euromed | 06. - 08.05. | 6 | | 34.000 | |
| 6. | Frankfurt | IMEX | 20. - 22.05. | 4 | 127.000 | 130.000 | |
| 7. | London | The Meetings Show | 08. - 10.07. | 6 | 58.500 | 59.000 | |
| 8. | Las Vegas | IMEX America | 14. - 16.10. | 4 | 135.000 | 135.000 | |
| 9. | Barcelona | EIBTM | 18. - 20.11. | 4 | 180.000 | 156.000 | |
| 10. | NEPLANIRANO | | | | 50.000 | 50.000 | |
| | UKUPNO | | | | | 660.000 | 700.000 |