



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED

PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016. GODINU

Zagreb, listopad 2015.

Program rada i financijski plan za 2016. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2016. godinu, zakonom utvrđenim zadaćama svih turističkih zajednica, potrebama grada Zagreba, posebnim uputama Hrvatske turističke zajednice, Zakonu o izmjenama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama (Narodne novine, broj 110/15) kojim su smanjene stope članarine za 15%, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada i financijski plan za 2016. godinu.

Sadržaj

| | |
|--|----|
| Uvod..... | 03 |
| 1. Struktura marketing miksa | |
| I. Administrativni rashod..... | 09 |
| II. Dizajn vrijednosti..... | 10 |
| III. Komunikacija vrijednosti..... | 15 |
| IV. Distribucija i prodaja vrijednosti..... | 19 |
| V. Interni marketing..... | 21 |
| VI. Marketinška infrastruktura..... | 22 |
| VII. Transfer boravišne pristojbe gradu..... | 23 |
| 2. Financijski plan | |
| VIII. Prihodi..... | 25 |
| IX. Rashodi..... | 26 |
| X. Rekapitulacija..... | 28 |
| 3. Prilozi | |
| Prilog 1. Rashodi ureda..... | 30 |
| Prilog 2. Potpore događanjima..... | 31 |
| Prilog 3. Potpora razvoju DMO-a..... | 42 |
| Prilog 4. Volim Zagreb..... | 44 |
| Prilog 5. Oglašavanje..... | 45 |
| Prilog 6. Brošure i suveniri..... | 48 |
| Prilog 7. Sajmovi | 50 |
| Prilog 8. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama | 52 |
| Prilog 9. Rashodi TIC – evi | 54 |

UVOD

Grad Zagreb je administrativni i politički centar Republike Hrvatske te je već dugi niz godina profiliran kao poslovna destinacija, no zadnjih godina izraženo je pozicioniranje Zagreba kao turističke i kulturne destinacije, 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 2015. godine pokazuju turističku orijentaciju, a optimistični pozitivni podaci se pokazuju na svako-mjesečnoj razini u 2015. godini.

Grad Zagreb posljednjih je godina unaprijedio i povećao ponudu smještajnih kapaciteta – 2012. godine grad je raspolagao s 7.137 kreveta u 49 hotela, 4.699 kreveta u različitim smještajnim objektima i 1.285 kreveta u privatnom smještaju. U 2013. godini nudio je 6.804 kreveta u 49 hotela, 5.131 kreveta u različitim smještajnim objektima i 1.784 kreveta u privatnom smještaju, dok je u 2014. godini Zagreb raspolagao s 6.945 kreveta u 53 hotela, 5.588 kreveta u različitim smještajnim objektima i 2.480 kreveta u privatnom smještaju. U rujnu 2015. godine u Zagrebu je bilo 52 hotela 5*, 4*, 4/3*, 3* i 2*, zatim 44 hostela, 863 privatna iznajmljivača, 2 seoska domaćinstva i 13 drugih smještajnih objekata.

Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci 2015. godine iznosi 47,89% u hotelima s 5*, 52,78% u hotelima s 4*, 44,49% u hotelima s 4/3*, 50,07% u hotelima s 3* i 30,25% u hotelima s 2*. Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci iznosi 49,76%.

Posljednji pokazatelji ukazuju na oporavljanje hrvatske i svjetske ekonomije uz oprez predviđanja za 2016. godinu, no za očekivati je da će nakon turistički pozitivnih pokazatelja u 2015. godini i 2016. godina biti kvalitetnija od 2015. 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 kojima se kontinuirano ukazuje na „suživot“ s 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. Na ovaj način, sustavnom edukacijom učenika srednjih škola, Turistička zajednica grada Zagreba nastoji podići svijest o vlastitom gradu te upoznati mlade s turističkim, kulturnim i prirodnim potencijalima Zagreba. Projektom besplatnih razgleda grada za građane, uz doživljajnu dimenziju kojom se želi građanima približiti kultura, povijest i suvremenost grada, posebno se želi utjecati na informiranost građana te ukazati im na potrebu turističke uviđavnosti i susretljivosti.

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 te Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i sport. 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 2016. 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 direktno povezani ne samo s porastom "city breaks" putovanja, nego se koriste i za službena te za sve ostale vrste putovanja. TZGZ ima velika očekivanja vezano za izgradnju nove zgrade zračne luke u Zagrebu. S Međunarodnom zračnom lukom Zagreb ostvareni su vrlo dobri odnosi te svakomjesečni kontakti na najvišoj razini, a sve zbog ostvarivanja sinergijske suradnje oko emitivnih tržišta.

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 vođača autobusa koji iskrcavaju turiste u Palmotićevoj ulici te na Kaptolu pokazuje da ima značajan broj turista koji ne noće u Zagrebu već ostvaruju jednodnevni posjet Zagrebu koristeći usluge vođača te prehrane. Turistička zajednica grada Zagreba provela je istraživanje „Procjena tržišnog potencijala poslovnog „MICE“ turizma u gradu Zagrebu“. Osnovni cilj projekta je procjena veličine postojeće potražnje i tržišnog potencijala za poslovnim skupovima u Zagrebu, te ocjena postojećeg načina statističkog praćenja poslovnih skupova u gradu uz proširenje informacijske podloge za izradu strateških dokumenata usmjerenih na razvoj kongresne industrije u Zagrebu. Zaključak pokazuje da Zagreb ima potencijal inducirati novu potražnju koja se procjenjuje oko 30 međunarodnih skupova asocijacija većih od 500 sudionika godišnje, uz stabilan rast potražnje za malim i srednjim skupovima. To će uz, skokovit rast potražnje te realokaciju potražnje između postojećih i novih objekata, imati za rezultat ubrzanje stope rasta do prosječno 4 do 5 % godišnje.

U odnosu na turističke trendove i dalje je aktualno istraživanje koje je Turistička zajednica grada Zagreba provela za 2012. godinu - Istraživanje stavova i potrošnje turista i posjetitelja Zagreba, TOMAS Zagreb 2012. Istraživanje se provelo 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 2016. godinu Turističkog ureda Turističke zajednice grada Zagreba, baziran je na specifičnostima turističke industrije grada Zagreba, marketinškom planu turističkog razvoja Zagreba, svim ovogodišnjim smjericama 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. Zakonom o izmjenama zakona o članarinama u turističkim zajednicama (Narodne novine, broj 110/15) smanjene su stope za obračun turističke članarine za 15% što ima najveći utjecaj na financijske prihode TZGZ-a u sljedećoj godini s obzirom na udio turističke članarine u financiranju TZGZ-a. Potrebno je planirati bitno smanjenje prihoda što ima za direktnu posljedicu preraspodjelu sredstava kako bi TZGZ mogla nastaviti provoditi sve dosadašnje aktivnosti i propisane zadaće.

Uzimajući u obzir prethodne postavke, osnovni su ciljevi marketinške politike Turističke zajednice grada Zagreba u 2016. godini, kao i u 2015. 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 2016. 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. I u 2016. godini nastavit će se s aktivnostima koje su započete tijekom 2015. godine, odnosno koje su dodatno osuvremenjene kako bi bolje odgovarale novim potrebama. Ovdje bi posebno istakli nove vizuale i sveobuhvatan pristup ljetnoj i zimskoj oglašivačkoj kampanji – Zagreb Summer Tour i Advent in Zagreb, izdavanje turističkih novina Zagreb4you, novi identitet promenadnih koncerata na Zrinjevcu te aktivnosti kojima Zagreb postaje dio televizijskih i filmskih ostvarenja na svojim emitivnim tržištima (zabavni i reality show, snimanje serijala, dokumantaraca...) koristeći na taj način instrument dojma samih posjetitelja koji je uvjerljiviji od samostalnog direktnog marketinga.

Turistička zajednica, slijedom analize dolazaka i noćenja za prvih 9 mjeseci 2015. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 1.000.000 dolazaka i 1.750.000 noćenja. Prema predviđanjima i temeljem analize koja je sastavni dio Operativnog marketinškog plana turizma grada Zagreba, izrađena prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2016. godini se očekuje 1.452.504 noćenja. Obzirom na različitost metode obrade statističkih podataka (Državni zavod za statistiku broji noćenja i u kušet kolima), Turistička zajednica procjenjuje da će 2016. godine biti 1.850.000 registriranih noćenja prema prijavama turista.

Iz podataka o ostvarenim noćenjima vidljivo je da se negativne posljedice recesije ublažavaju. Cilj suradnje s agencijama, hotelima i avioprijevoznicima je stvoriti uvjete da domaći gost ostane na noćenju u Zagrebu i tako generira turističku potrošnju. U razdoblju siječanj – rujan 2015. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 792.423 dolazaka i 1.363.718 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 126.596 dolazaka te 239.479 noćenja (17,56% ukupnih noćenja), a strani turisti 665.827 dolazaka i 1.124.239 noćenja (82,44% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2014. godinu, ostvaren je porast broja dolazaka turista za 13% (domaći dolasci su veći za 12%, a strani veći za 13%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 13% (domaća noćenja su veća za 14%, a strana veća za 13%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: Koreja 73.376 (36% više nego u istom razdoblju 2014. godine), Njemačka 44.045 (6% više), SAD 43.219 (22% više), Italija 36.408 (4% više), Španjolska 30.513 (7% više), a potom slijede turisti iz Ujedinjenog Kraljevstva, Bugarske, Kine, Francuske te Japana. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz SAD-a 91.489 (29% više), Koreje 83.411 (35% više), Njemačke 78.506 (11% više), Italije 70.190 (6% više), Ujedinjenog Kraljevstva 54.547 (2% više), a potom slijede turisti iz Španjolske, Francuske, Srbije, Kine te Bugarske. Značajan porast broja dolazaka turista u Gradu Zagrebu tijekom razdoblja siječanj – rujan 2015. godine u odnosu na isto razdoblje 2014. godine ostvarili su turisti iz Indije (73% više), Ostalih azijskih zemalja (46% više), Hong Konga (43% više), Kine (42% više), Koreje (36% više), Makedonije (27% više), Poljske (25% više) te SAD-a (22% više). Ostvaren je i značajan porast broja noćenja turista iz Indije (98% više), Ostalih azijskih zemalja (52% više), Kine (40% više), Makedonije (38% više), Hong Konga (35% više), Koreje (35% više), SAD-a

(29% više) i Švicarske (28 % 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 Kine (s 11. mjesta u 2014. godini na 8. mjesto u 2015. godini), Poljske (s 16. na 14. mjesto) i Ostalih azijskih zemalja (s 28. na 21. mjesto), a iz istih zemalja ostvareni su značajni pomaci u poretku prema najvećem ostvarenom broju noćenja: Kina (s 16. na 9. mjesto), Ostale azijske zemlje (s 25. na 20. mjesto) te Švicarska (s 26. na 22. mjesto).

U cilju ostvarenja turističke politike u 2016. godini, a sukladno odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma o ciljevima i zadaćama turističkih zajednica, Zakonom o izmjenama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama, Operativnom marketinškom planu turizma grada Zagreba, metodologijom i uputama, Turistička zajednica grada Zagreba izradila je Program rada i financijski plan za 2016. 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 zavod za statistiku

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA
ZA 2016. 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: 7.338.000

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: 3.805.000

3. Rashodi TIC – evi

Turistički informativni centri smješteni na pet lokacija (Međunarodna zračna luka Zagreb, Autobusni kolodvor, Glavni kolodvor, Trg bana J. Jelačića i kula Lotrščak), svakodnevno će tijekom cijele godine biti dostupni turistima, posjetiteljima i građanima grada Zagreba.

U svim Turističkim informativnim centrima raditi će se na prikupljanju, obradi i mjesečnom publiciranju informacija te pružanju istih turistima i posjetiteljima kako u izravnom kontaktu, tako i putem telefona ili elektronske pošte.

Osim navedenog, dostupnost informacija građanima i posjetiteljima bit će omogućena i putem projekcijskih ekrana u izlozima dvaju info-centara na kojima će se projicirati najave najznačajnijih događanja u gradu.

Tijekom 24 sata pored središnjeg TIC-a, posjetiteljima će informacije biti dostupne i putem interaktivnog turističkog samostojećeg poslužitelja.

Jednako tako, u svim Turističko-informativnim centrima, nastavit će se dnevno vođenje evidencije o broju posjetitelja iz Hrvatske i iz inozemstva.

Gotovo tijekom cijele godine (od siječnja pa do mjeseca studenog), u svim info centrima provodit će se elektronska anketa putem tzv. QR koda na tabletu, putem mobilne aplikacije i putem naše web-stranice. Svrha ankete jest prikupljanje podataka o zadovoljstvu gostiju/posjetitelja sveukupnim uslugama dobivenim u svakom pojedinom TIC-u, te njihova analiza na temelju koje bi se dodatno poboljšala kvaliteta usluga. Prilog 9.

OD i ostala primanja radnika: 2.800.000

Ostali troškovi: 1.025.000

Planirana sredstva: 3.825.000

4. Rashodi za rad tijela: Naknada TV i NO

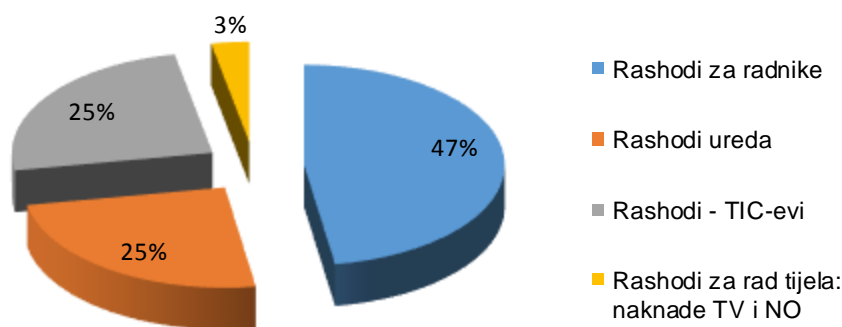
Sredstva su planirana za naknade članovima Turističkog vijeća i Nadzornog odbora.

Planirana sredstva: 470.000

I. UKUPNO ADMINISTRATIVNI RASHODI

15.438.000

Administrativni rashodi



II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Projekt ukrašavanja ulica i trgova centra grada i Gornjeg grada cvijećem iz godine u godinu širi pozitivno ozračje kako na građane tako i na posjetitelje stoga će se realizirati i u narednoj godini. Ovaj projekt jedan je od niza aktivnosti sa ciljem stvaranja boljeg ugođaja i klime dobrodošlice u destinaciji te doprinosi održavanju slike Zagreba kao grada koji spaja kontinentalni i mediteranski duh, a obuhvaća postavljanje cvjetnih košarica na rasvjetne stupove na različitim lokacijama u gradu - prepoznatljivim turističkim toponimima.

Planirana sredstva:

200.000

2. Potpora događanjima

Grad Zagreb kulturno je, znanstveno, gospodarsko, političko i administrativno središte Republike Hrvatske u kojem se tijekom godine održavaju brojne manifestacije međunarodnog značaja – kulturne, zabavne, umjetničke, sportske i sl. koje sve atraktivnijim i inovativnijim programima pridonose obogaćivanju turističke ponude i pozicioniranju Zagreba kao moderne i urbane destinacije što u konačnici vodi k poboljšanju uvjeta boravka gostiju i generiranjem veće turističke potrošnje.

Sukladno svojim zadaćama i ciljevima te usvojenom Operativnom marketinškom planu turizma, TZGZ će 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 i životne sredine te očuvanja etnološkog, povijesnog i kulturnog naslijeđa.

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

U posljednje vrijeme u Zagrebu se ističu i različiti festivali hrane i vina koji potvrđuju Zagreb kao eno i gastro destinaciju te prezentiraju posjetiteljima tradicionalnu zagrebačku kuhinju.

U 2016. godini pružit će se potpora nacionalnom auto-salonu ZAGREB AUTO SHOW koji će se održati u Zagrebu nakon osam godina i koji će okupiti brojne izlagače iz auto industrije.

Zagreb je često domaćin velikih sportskih susreta i prvenstava međunarodnog karaktera zahvaljujući kvalitetnoj sportskoj infrastrukturi. Ono što prije svega privlači velik broj domaćih i stranih posjetitelja, pratitelja sporta jest atraktivnost i zabavni karakter ovakvih manifestacija koje često uključuju i dodatne programe, a uz dolazak stranih sportaša to u konačnici rezultira većom popunjenošću smještajnih kapaciteta i većom ukupnom turističkom potrošnjom u periodu održavanja sportskih manifestacija. Održavanje sportskih manifestacija međunarodnih razmjera popraćeno je s velikom pozornošću i od strane inozemnih medija što uvelike doprinosi promociji grada Zagreba. Od sportskih manifestacija od iznimnog značaja za Zagreb ističe se slalomska utrka Svjetskog skijaškog kupa „Snježna kraljica“ koja je jedna od najspektakularnijih i najgledanijih utrka Svjetskog skijaškog kupa i time svake godine privlači velik broj svjetskih medija kao i zaljubljenika u skijaški sport. Međunarodni atletski miting, Memorijal Borisa Hanžekovića atletski je spektakl koji također okuplja svjetske atletske zvijezde i privlači iz godine u godinu velik broj posjetitelja.

U srpnju 2016. godine održat će se Europske sveučilišne igre, najveće natjecanje u Europi kojima će uz Grad Rijeku domaćin biti i Grad Zagreb. Iste će okupiti 5.000 studenata iz 45 europskih zemalja sa 250 različitih sveučilišta čineći time najznačajniji sportski događaj.

Turistička zajednica grada Zagreba posljednjih nekoliko godina intenzivno radi na razvoju i snažnoj promociji turističkog proizvoda „Advent u Zagrebu“, a sve u cilju brendiranja Zagreba kao nezaobilazne turističke destinacije u vrijeme Adventa.

Zagreb je grad raznovrsnog i bogatog kulturno-umjetničkog života, grad s bogatom kulturnom baštinom te brojnim povijesnim i umjetničkim sadržajima, a domaćin je i brojnih međunarodnih kulturnih manifestacija. TZGZ surađuje s brojnim institucijama iz područja kulture koje se nastoji potaknuti na unapređenje postojećih sadržaja, ali i na inovativnost i razvoj novih sadržaja u cilju obogaćivanja ponude i daljnjeg snažnijeg razvijanja identiteta grada Zagreba kao grada kulture.

Od manifestacija koje obogaćuju kulturnu ponudu grada Zagreba posebno se izdvaja Međunarodna smotra folkloru koja će u 2016. godini proslaviti 50. jubilej te manifestacija Ljeto u MSU koja svojim programom uz prvoklasne koncerte domaćih bendova i bendova iz regije

privlači velik broj ljubitelja glazbene, filmske i likovne umjetnosti.

U zadnjih nekoliko godina Park prirode Medvednica pokazuje značajniju turističku valorizaciju te se u 2016. godini Medvedgrad ističe kao mjesto atraktivnih kulturnih događanja kao što su Medvedgradske glazbene večeri s vrhunskim glazbenim događanjima.

Modna događanja koja se održavaju u Zagrebu prije svega promiču hrvatski dizajn i dizajnere okupljajući brojne posjetitelje kao i modna imena iz inozemstva. Potiču se i projekti koji njeguju tradiciju u području hrvatskog modnog dizajna.

U Zagrebu se tijekom godine održava mnoštvo festivala - od uličnih, glazbenih, kazališnih, gastro i sl. TZGZ će u 2016. godini nastaviti s pružanjem potpora organizatorima festivala budući da isti u Zagreb privlače tisuće posjetitelja iz cijelog svijeta, posebno oni koji dovode u Zagreb poznata imena i nude bogat program uz popratne zabavne sadržaje. Već tradicionalna manifestacija Ljeto na Štrošu te međunarodni ulični festival Cest is d'best te u 2015. godini pokrenuti Vintage Zagreb festival stvaraju posebnu atmosferu u Zagrebu tijekom ljeta kada zagrebačke ulice i trgove ispunjava pozitivna energija i zabava, a za istaknuti je INmusic festival koji se i ove godine nalazi na listi najboljih europskih festivala - nominiran za European Festival Award, a u 2016. godini održati u Zagrebu po jedanaesti put za redom.

Posebno su zanimljivi i filmski festivali od kojih određeni imaju i dugogodišnju tradiciju kao i atraktivna kina na otvorenom te projekti s filmskom tematikom koji obogaćuju turističku ponudu tijekom godine i vesele ljubitelje sedme umjetnosti.

TZGZ ostvaruje suradnju sa turističkim zajednicama iz sustava pružajući im podršku za prezentaciju njihove turističke ponude u Zagrebu, pokazujući na taj način dobrodošlicu prema običajima i kulturama iz cijele Hrvatske. Podupiru se i manifestacije te rad udruga na području Grada Zagreba, a nastavlja se i suradnja s kulturno-umjetničkim društvima iz okolice Zagreba u cilju očuvanja njihove glazbe, bogate tradicije i običaja njihovog kraja i prezentacije istih turistima.

Programi u okviru Adventa u Zagrebu održavaju se na ulicama i trgovima u cijelom gradu i iz godine u godinu sve su bogatiji, uključuje se sve više organizatora i pojavljuju se novi programi, kreativni koncepti i nove atraktivne lokacije šireći na taj način prepoznatljivu kulturu dnevnog boravka i na zimski period. Zagreb sukladno tome postaje prepoznatljiv kao osobito atraktivan i ugodan grad te kao mjesto tople atmosfere i dobre zabave za vrijeme Adventa.

Usljed pozicioniranja Adventa u Zagrebu kao jednog od ključnih turističkih proizvoda grada te trenda povećanja broja gostiju u blagdansko vrijeme, u 2016. godini nastavljaju se aktivnosti obogaćivanja kulturne i turističke ponude tijekom prosinca prvenstveno nadogradnjom već dobro prihvaćenih postojećih sadržaja, ali i razvijanjem novih ideja i inicijativa kao i širenjem na nove lokacije.

Kulturne ustanove koje čuvaju kulturnu baštinu i time tvore i promoviraju identitet grada podržavaju se u okviru donacija u kulturi. Navedenim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnji program rada ili sredstva za posebne projekte ili izložbe od posebnog značaja poput izložbi velikih imena svjetske umjetnosti, primjerice izložba Alberta Giacomettija u Umjetničkom paviljonu, što u konačnici generira veći turistički promet.

Dio potpora dodjeljuje se određenim manifestacijama prema sugestiji i u koordinaciji s Gradom, Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i sport uz naglasak na utjecaj istih na obogaćenje turističke ponude grada Zagreba. Turističko vijeće TZGZ-a svaku preporuku Grada posebno razmatra i donosi konačnu odluku o pružanju potpore TZGZ-a 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 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 | 300.000 |
| NK Dinamo | 540.000 |
| RK Zagreb | 400.000 |
| VK Mladost | 480.000 |
| KK Cibona | 480.000 |
| KK Cedevita | 300.000 |
| Planirana sredstva: | 15.882.000 |

3. **Potporna razvoju DMO-a**

Projekte TZGZ-a čini niz projekata i manifestacija koji se tijekom godine održavaju na gradskim ulicama, trgovima i u zagrebačkim crkvama, a svrha im je prezentirati bogato kulturno, povijesno i folklorno nasljeđe grada Zagreba. Nastali su prije svega unutar Turističkog ureda TZGZ-a kao rezultat koordinacije ideja djelatnika i prijedloga sugrađana, a provode se kroz realizaciju sa stručnim organizatorima, društvima i udrugama.

Putem ovih projekata City break turistima tijekom vikenda dostupni su različiti zabavni, ali i poučni sadržaji vezani za povijest i kulturu Zagreba, bazirani na povijesnim činjenicama, pričama i legendama koje šire pozitivno ozračje kako na građane tako i na posjetitelje ostavljajući dojam o Zagrebu kao šarmantnom i ugodnom gradu te gradu niza zanimljivih turističkih sadržaja na otvorenom.

U okviru ovih projekata ističe se projekt „Dvorišta“. Uspjeh koji je u drugoj godini održavanja postigao ovaj projekt s otvaranjem nove lokacije - kulturnog dvorišta iz filma „Tko pjeva zlo ne misli“ uz postojećih četiri, potvrđuje zanimljivost i kvalitetu ovoga projekta te pruža pretpostavke za njegov uspješni nastavak u 2016. te nastavak razvoja u nadolazećim godinama. Također, valja istaknuti Zagreb Tourfilm festival, festival turističkog filma kojem je temeljni cilj nagraditi film i audiovizualnu produkciju koja promovira turizam.

U sljedećoj godini cilj je nastaviti provođenje aktivnosti, stavljajući naglasak na promicanje postojećih projekata i manifestacija te nadogradnju istih novim sadržajima.

Planirana sredstva:

3.315.000

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

Prisutnost ponude grada Zagreba u prodajnim programima i katalogima touroperatora, avioprijevoznika te ostalih organizatora putovanja jedan je od ključnih faktora promidžbe Zagreba na svjetskim turističkim tržištima koji izravno utječe na povećanje broja dolazaka i noćenja.

Direktnom suradnjom s touroperatorima i putničkim agencijama potiče se kreiranje novih turističkih proizvoda ili stvaranje dodatne vrijednosti na temelju postojeće turističke ponude, a od velikog 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 touroperatorima/turističkim agencijama.

Sredstva su raspoređena kako slijedi:

Agencije i touroperatori: 250.000

Croatia Airlines (oglašavanje u In-flight magazinu, na stranim tržištima i posebne prezentacije): 850.000

Ostali avio prijevoznici: 200.000

Planirana sredstva:

1.300.000

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 2016. godini:

Adria Hotel Forum, Proficisor d.o.o , veljača 20.000

ARTUR (Arhitektura i turizam), Društvo arhitekata Zagreb, siječanj-lipanj 15.000

Međunarodni simpozij za korusologiju - ARS CHORALIS, Hrvatska udruga zborovođa, ožujak-travanj 10.000

Halal Tourism&Trade, međunarodni turistički kongres, Centar za certificiranje halal kvalitete, ožujak 50.000

International Charter Expo (ICE), Jadranski skiperi d.o.o., ožujak 20.000

Animafest Scanner, Hulahop, lipanj 10.000

Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, srpanj 15.000

20. međunarodni kongres Europskog antropološkog društva, Institut za antropologiju, kolovoz 50.000

XIX. Kongres hotelijera, UPUHH, studeni 30.000

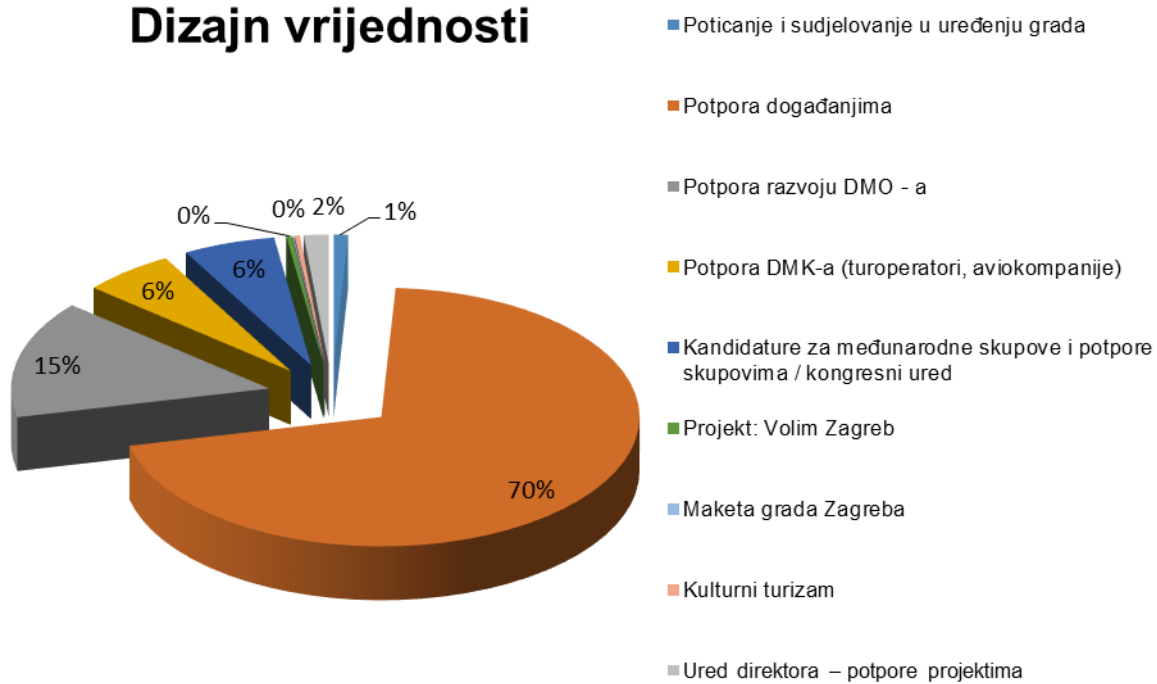
ECM Summer School, ECM&TZGZ, kolovoz 100.000

USTOA Out of Country Meeting, svibanj 600.000

Godišnja Skupština svjetske teniske federacije ITF, Hrvatski teniski savez, lipanj 50.000

| | | |
|-------------|---|-------------------|
| | 22. Kongres Europske Asocijacije za psihoterapiju, SPUH, rujan-listopad | 20.000 |
| | Svjetski kongres socijalnog turizma, Svijet tišine, listopad | 15.000 |
| | DEBRA International Congress, DEBRA, rujan | 15.000 |
| | Zagreb Security Forum, Udruga Sv. Juraj, veljača-ožujak | 15.000 |
| | Dani zagrebačke arhitekture, Društvo arhitekata Zagreb, svibanj | 5.000 |
| | TEDX Maksimir, travanj | 5.000 |
| | 8. Međ. konf. o dizajnu automobila – Autor, svibanj | 15.000 |
| | 2. Europski žanrovski forum, LOT 28 STUDIO, srpanj | 10.000 |
| | 2. kongres ekološkog i održivog turizma, LUX, studeni | 10.000 |
| | Međunarodna konferencija inovacija i održivi razvoj proizvoda za posebne oblike turizma, UHPA. veljača | 10.000 |
| | Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca u kongresnom turizmu, prosinac | 10.000 |
| | Osim za navedene skupove, planiraju se potpore za kandidature međunarodnih skupova i potpore značajnijim dobivenim skupovima. | 200.000 |
| | Planirana sredstva: | 1.300.000 |
| 6. | Projekt : Volim Zagreb | |
| | Cilj projekta „Volim Zagreb“ je potaknuti unapređenje turističkog okruženja, očuvanje turističkog prostora, zaštitu okoliša kao i etnološkog, povijesnog i kulturnog nasljeđa. TZGZ i u sljedećoj godini planira nastaviti provoditi projekt kroz suradnju sa PU Zagrebačkom i Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i sport te ekološko-edukativnim udrugama koje svoje djelovanje temelje na podizanju svijesti o Zagrebu kao o ekološki osviještenoj i poželjnoj životnoj sredini, a time i turističkoj destinaciji. | |
| | U 2016. godini nastavit će se sa sudjelovanjem u aktivnostima edukacije stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora s naglaskom na djecu predškolske i školske dobi, osobito kroz programe škole u prirodi, a u cilju neophodnog razvijanja svijesti o važnosti i učincima turizma za grad Zagreb. Prilog 4. | |
| | Planirana sredstva: | 77.500 |
| 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 | |
| | Uz brojne znamenitosti, kulturna baština i ustanove, kao i bogatstvo i raznovrsnost kulturnih događanja i sadržaja u Zagrebu, u značajnoj mjeri privlače građane i turiste. Zagreb je domaćin brojnih međunarodnih kulturnih manifestacija koje doprinose obogaćenju kulturne ponude i uvrštavaju Zagreb na listu gradova umjetnosti te u konačnici doprinose daljnjem razvoju <i>image-a</i> grada kulture. | |
| | U 2016. godini nastavit će se s poticanjem daljnje suradnje između kulturnog i turističkog sektora s ciljem razvoja kulturnog turističkog proizvoda i obogaćivanja turističke ponude. S time u vezi, planirana je i daljnja edukacija u području kulturnog turizma. | |
| | Od posebnih projekata izdvaja se izložba Muzeja prekinutih veza koja će se održati u Finskoj, u Gradskom muzeju u Helsinkiju, jednom od najposjećenijih finskih muzeja. Muzej prekinutih veza tako će se premijerno predstaviti finskoj publici te promovirati stalni postav u Zagrebu kao originalni turistički sadržaj, a bit će to i prilika za afirmaciju Zagreba kao atraktivne turističke destinacije za posjetitelje iz Skandinavije. | |
| | Slijedom navedenog, za rad na promociji kulturnog turizma planirana su sljedeća sredstva: | |
| 8.1. | Seminari, studijska i stručna putovanja | 15.000 |
| 8.2. | Izdavačka djelatnost (objedinjeno na stavci brošure Prilog 6.) | - |
| 8.3. | Susreti s partnerima | 10.000 |
| 8.4. | Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza | 30.000 |
| 8.5. | Neplanirano | 20.000 |
| | Planirana sredstva: | 75.000 |
| 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 određenog iznosa za događanja od turističkog značaja za Zagreb. | |
| | Planirana sredstva: | 350.000 |
| II. | UKUPNO DIZAJN VRIJEDNOSTI | 22.514.500 |

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 2016. godini nastaviti raditi na kreiranju i praćenju kampanja predviđenih za oglašavanja na tražilici i sadržajnoj mreži, kao i na optimizaciji svojih stranica za iste. Također, TZGZ će nastaviti oglašavanje putem popularnog Google-ovog video servisa YouTube promovirajući svoje video sadržaje u vidu tzv. Pre-roll oglasa koristeći i remarketing alate. 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 slike Zagreba kao destinacije bogate raznim kulturnim i zabavnim događanjima. Oglašavat će se na vodećim portalima, mrežama stranica i mobilnim platformama Njemačke, Italije, Austrije, Švicarske, Španjolske, Francuske, Mađarske, Velike Britanije, Slovenije i Srbije. U obje kampanje TZGZ koristit će marketinški alat Real time bidding koji omogućava lakši pristup ciljanom korisniku i veći povrat na uloženi novac.

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.

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 društvenoj mreži Facebook provodit će oglašavanje odabranih postova vezanih za najvažnije projekte TZGZ-a kako bi se povećala interakcija korisnika, a samim time i promocija istih.

Na www.infozagreb.hr web stranicama nastavit će se promocija događanja u Zagrebu i svih aktivnosti TZGZ-a. Na tzv. „Social Hub-u“, na Internet adresi www.lovezagreb.hr, posvećenom korisnicima nastavit će se prezentirati Zagreb kroz tematske blog postove. Posebna pažnja bit će posvećena prezentiranju posjetiteljima manje poznatih atrakcija, a planira se uključivanje novih blogera u stvaranje sadržaja. U 2016. godini implementirat će se i kategorija za lakšu pretragu blogova te izrada boljeg sustava za predaju i pregled fotografija korisnika.

Planira se i nadogradnja ZagrebPlaces i Meet In Zagreb aplikacije za pametne telefone i tablete, što uključuje nadogradnju postojećeg CMS sustava sa novim funkcionalnostima, redizajn aplikacija, implementacija novih društvenih mreža, izrada novih video i foto materijala kao i povezivanje sa novom info kiosk aplikacijom.

Također, planira se održavanje postojećih kao i izrada novih sadržaja za info kiosk. Unutar aplikacije za iOS i Android, TimeOut Zagreb nastavit će se sa održavanjem i izradom novih sadržaja. Unutar aplikacije za iOS i Android, BeThereZagreb, dodavat će se nove rute i sadržaji. Također, kao i svake godine aplikacija će doživjeti i svoje adventsko izdanje, a sve će pratiti oglašivačke kampanje i aktivnosti na društvenim mrežama.

Planirana sredstva:

3.400.000

1.2. Newsletter i B2B Alert obavijesti (Zagreb Travel News)

Newsletter TZGZ-a ima osnovnu funkciju redovitog obavještanja i komuniciranja s novinarima, ali i ostalim ciljnim skupinama poput veleposlanstva, putničkih agencija, hotela, predstavništava Hrvatske turističke zajednice itd. Lista primatelja newslettera na engleskom i hrvatskom jeziku broji više od 14.000 adresa, a isti se šalje jednom mjesečno.

B2B Alert (Zagreb Travel News) ima osnovnu funkciju pravodobnog obavještanja stranih agencija i touroperatora o najvažnijim događanjima u Zagrebu. Šalje se dva do tri puta mjesečno na engleskom jeziku na više od 13.000 adresa.

Planirana sredstva:

250.000

1.3. Internet stranica i upravljanje internet stranicama

Internet stranice Turističke zajednice grada Zagreba obuhvaćaju turističku (www.infozagreb.hr) i kongresnu (www.meetinzagreb.hr) ponudu, kao i multimedijalnu stranicu (www.zagreb-movies.com) i posebnu stranicu vezanu za adventska događanja www.adventzagreb.com, internet stranicu www.zagrebplaces.com vezanu za istoimenu aplikaciju, zatim citybreak.infozagreb.hr te novu web stranicu www.tzgz.hr vezanu 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.infozagreb.hr stranice prevodit će se i na dodatne jezike za koje će se kreirati još mikro stranica.

Planira se i nadogradnja postojećeg CMS-a novim funkcionalnostima te izrada nove aplikacije za prijavu gostiju Odjelu za boravišnu pristojbu, kao i redizajn i pripajanje multimedijalnih stranica turističkim stranicama.

Projektirat će se i izraditi nova aplikacija za Document i Project management. Aplikacija će omogućiti lakšu komunikaciju i dijeljenje podataka između djelatnika i odjela TZGZ-a. Sastavni dio aplikacije bit će nova download zona kojom će korisnici lakše pristupiti bazi fotografija u posjedu TZGZ-a.

Planirana sredstva: 630.000

1.4. **Proširenje Wi-Fi mreže na području grada Zagreba**

U turističkom području centra Zagreba proširit će se Wi-Fi mreža u čemu će sudjelovati TZGZ kao partner Gradu Zagrebu zbog važnosti internetske dostupnosti za turizam.

Planirana sredstva: 200.000

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**

Hrvatska turistička zajednica će i u 2016. godini sa sustavom turističkih zajednica na svim tržištima provoditi oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama turističkog sektora (nositelja smještajne ponude destinacije, zračnih i drugih prijevoznika, touroperatora/turističkih agencija te drugih nositelja ponude destinacije). Postignuti rezultati oglašavanja u promotivnim kampanjama turističkog 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.

Stoga će Turistička zajednica grada Zagreba i u 2016. godini sudjelovati u oglašavanju u promotivnim kampanjama kao nositelj kampanje ili konsolidator i to u sljedećim modelima: Model I-a (Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije), Model I-c (Udruženo oglašavanje posebne ponude destinacije u suradnji s nositeljima smještajne ponude) i Model I-d (Udruženo oglašavanje posebne ponude destinacije u promotivnim kampanjama organizatora turističkih putovanja ili posebnih programa destinacije i prijevoznika).

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora: 530.000

Promotivne kampanje TZGZ

Nastavno na dosadašnje samostalne marketinške aktivnosti, Turistička zajednica grada Zagreba u 2016. godini planira promociju događanja u Zagrebu s posebnim naglaskom na proljeće/ljeto i zimu (kampanje Zagreb Summer Tour i Advent u Zagrebu) na tržištima u regiji (Slovenija, Srbija, BiH, Austrija, Italija) i Hrvatskoj putem integriranih kampanja koje će uključivati radijsko oglašavanje, nagradne igre, mix billboarda i city lighta te oglašavanja u sredstvima javnog prijevoza.

Slijedom uspješno realiziranih projekata snimanja popularnih TV emisija u Zagrebu (Britain's Next Top Model te korejski reality Friends u 2015.) u svrhu promocije Zagreba kao turističke destinacije, planira se nastavak sličnih aktivnosti i u 2016. godini (snimanje korejske serije My dear friends).

Promotivne kampanje TZGZ: 1.170.000

Planirana sredstva: 1.700.000

2.2. **Suradnja sa HNS - om**

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

Planirana sredstva: 530.000

- 2.3. Promotivni panoji i displeji**
U svrhu posebnih prezentacija i projekata u Hrvatskoj i inozemstvu izrađuju se tematski promotivni panoji s natpisima na prikladnim jezicima pojedinih tržišta.
Planirana sredstva: 30.000
- 2.4. Promotivni panoji i displeji / kongresni ured**
Planira se izrada tematskih promotivnih panoja 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: 20.000
- 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**
Unatoč sve većem značaju online oglašavanja, tiskani mediji su i dalje važan kanal komunikacije s potencijalnim ili trenutnim 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. Advent u Zagrebu, aplikacija Zagreb Be There, Zagreb card kartica), dok se na inozemnim tržištima velika važnost pridaje oglašavanju u specijaliziranim časopisima u svrhu promocije kako ljetnih, tako i zimskih događanja te općenito Zagreba kao turističke destinacije.
U 2016. godini se planira i objava niza advertorijala na području Velike Britanije (u suradnji s partnerskom PR agencijom) te objava image oglasa Zagreba unutar inflight magazina Austrian Airlines Skylines čiji mjesečni doseg je oko 1.000.000 osoba. Prilog 5.
Planirana sredstva: 752.000
- 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: 333.500
- 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 2016. 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: 800.000
- 2.7. Brošure i ostali tiskani materijal**
S obzirom na povećanje broja dolazaka turista u Zagreb i specifične zahtjeve emitivnih tržišta na kojima Turistička zajednica grada Zagreba planira promotivne nastupe u 2016. godini, vrši se redovni dotisak postojećih promotivnih materijala i planira se izdanje novih promotivnih brošura. Radi postizanja veće ekonomičnosti, u 2016. godini će postojeće brošure Muzeji i galerije te Events guide biti ujedinjene pod zajedničkim nazivnikom Zagreb Culture & Events Guide; uz to objedinjuju se brošure Sve boje grada, Okolica i letak Jeste li znali u jednu zajedničku brošuru Zagreb-opći vodič, dok će brošura Gornji grad i letak Glazba u zagrebačkim crkvama biti ujedinjeni s letkom Zagrebački vremeplov. Kao dodatni oblik informiranja stranih posjetitelja u gradu Zagrebu nastavlja se s produkcijom turističkih novina Zagreb4You na hrvatskom i engleskom jeziku.
Planirana je i suradnja na posebnom izdanju Guide Vert Michelin Week-end Zagreb vodiča u svrhu jačanja promocije Zagreba kao city break destinacije te izdanje zagrebačkog gastro vodiča-Eat Zagreb. Prilog 6.
Planirana sredstva: 3.144.000
- 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 promocije Zagreba na

turističkim sajmovima i posebnim prezentacijama te kao poklon uvaženim gostima novinarima, turističkim agentima i ostalim značajnim osobama. Prilog 6.

Planirana sredstva: 1.280.000

2.9. Zagreb Card

Zagreb Card kartica je dio zajedničkog europskog projekta gradskih kartica u okviru međunarodne udruge ECM (European Cities Marketing) i namijenjena 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 kartica tiska se u verziji 24 sata i 72sata.

European City Cards (ECM projekt) 8.000

Zagreb Card – dotisak 24 i 72 sata,
tisak promotivnih materijala i vođenje projekta Zagreb Card 70.000

Planirana sredstva: 78.000

3. Smeđa signalizacija i info table

Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije te izrada interpretacijskih ploča.

Planirana sredstva: 100.000

4. Nagrade i priznanja

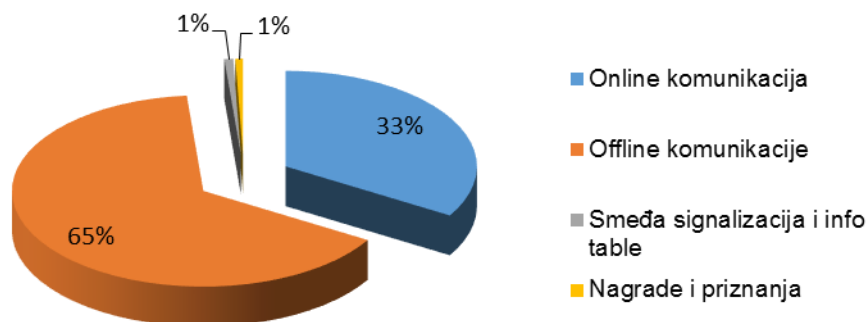
U 2015. godini Turistička zajednica grada Zagreba osvojila je nekolicinu nagrada i priznanja tako da se i nadalje planira sudjelovati sa promotivnim materijalima (filmskim, elektronskim ili tiskanim) na međunarodnim stručnim natjecanjima i festivalima.

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: 85.000

III. UKUPNO KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI 13.342.500

Komunikacija vrijednosti



IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi

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

Turistička zajednica grada Zagreba kontinuirano predstavlja zagrebačku turističku ponudu na turističkim sajmovima u zemlji i inozemstvu. U 2016. godini planira se nastup na 25 turističkih sajmova (12 samostalno i 13 u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom slijedom ugovora o suizlaganju). Prilog 7

Planirana sredstva: **1.738.000**

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 2016. godini, planira se sufinanciranje za 2 m2 pojedinom izlagaču, na burzama gdje je glavni organizator HTZ (IMEX Frankfurt i IBTM World), a kako bi se u sinergiji s predstavnicima kongresnog gospodarstva postigli bolji rezultati u promociji i prodaji destinacije na značajnijim burzama.

Planirana sredstva: **655.000**

2. Posebne prezentacije – radionice

2.1. Posebne prezentacije – radionice

Samostalno ili u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, hrvatskim diplomatskim predstavništvima, kao i zračnim prijevoznicima, planira se organizacija posebnih prezentacija i poslovnih radionica na emitivnim tržištima. Cilj posebnih prezentacija i poslovnih radionica je promocija Zagreba kao turističke destinacije i specifičnih turističkih proizvoda (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 Univesity (SAD), ICJ MICE Advantage, C&IT Agency Forum i dr.

Planirana sredstva: **250.000**

3. 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, slanje priopćenja, internet – web stranice, newsletter, press kutak.

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 ili partnerskih PR agencija.

Uložena sredstva višestruko se vraćaju kroz objave raznih članaka, reportaža, TV emisija ili blogova, 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 mjesečnih newslettera.

Suradnja s domaćim novinarima je od posebne važnosti s ciljem stvaranja pozitivne percepcije 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 organizacija konferencija 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: **450.000**

4. Studijska putovanja agenata

Suradnja s touroperatorima i turističkim agencijama nastavlja se i u 2016. godini putem organiziranja studijskih putovanja agenata 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 city break i adventske destinacije, planira se samostalna organizacija tematskih studijskih putovanja za predstavnike turističkih agencija iz regije i najznačajnijih emitivnih tržišta.

Planirana sredstva: 400.000

5. 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.

Planirana sredstva: 250.000

6. Suradnja sa stranim PR agencijama

Specijalizirane strane PR agencije koristit će se za komunikaciju s novinarima te turističkim agentima na odabranim tržištima, konzultacije u vezi prigodnih oglašavanja, organizaciju prezentacija i poslovnih radionica te ugovaranje sastanaka s pojedinim touroperatorima i agentima, kao i za odabir sudionika inspekcijskih i studijskih putovanja u Zagreb.

Planirana sredstva: 400.000

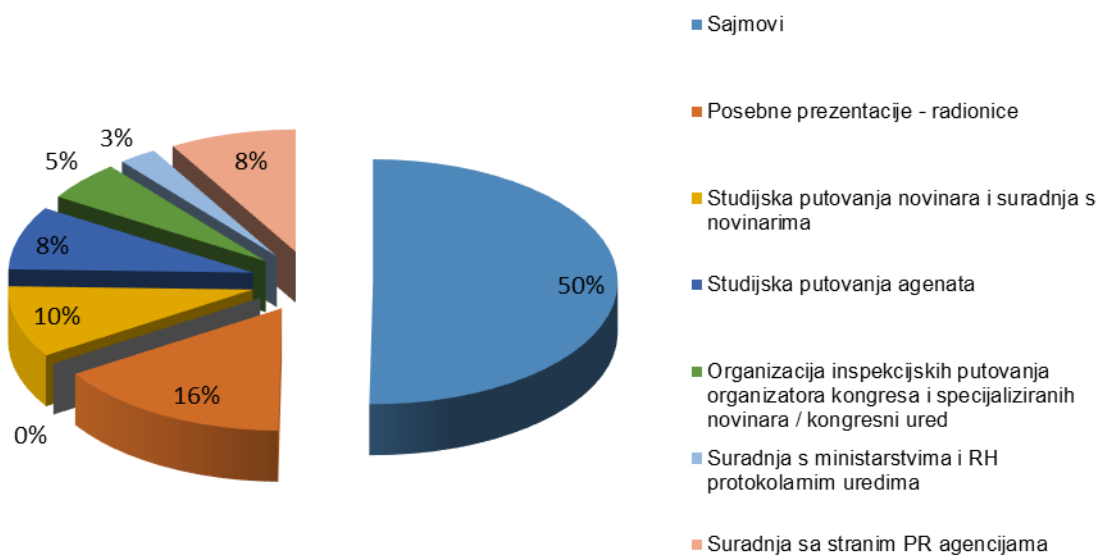
7. Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organizacijama

Slijedom dosadašnje suradnje s ministarstvima RH, protokolarnim službama Ureda predsjednika i Gradom Zagrebom te ostalim institucijama od značaja i u 2016. godini će se organizirati razgledi grada Zagreba za brojne strane diplomate, visoke dužnosnike i značajne osobe u svrhu promocije Zagreba.

Planirana sredstva: 120.000

IV. UKUPNO DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI 4.763.000

Distribucija i prodaja vrijednosti



V. INTERNI MARKETING

1. Nagrade i priznanja

Projekt „Volim Zagreb“ razvijamo i dalje u 2016. godini s ciljem ekološkog odgoja najmlađih sugrađana. Projekt je nastavak aktivnosti usmjerenih edukaciji i podizanju ekološke svijesti najmlađih u dječjim vrtićima i osnovnim školama, a zadaća mu je razvijanje svijesti djece o važnosti očuvanja okoliša kao bitnog čimbenika razvoja turizma putem natječaja za najbolje likovno i literarno djelo. Na ovoj stavci osigurane su nagrade za potrebe istog.

Planirana sredstva: 18.000

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: 130.000

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 50.000

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 sport, Turistička zajednica grada Zagreba pokrenula je 2010. godine projekt izvannastavne aktivnosti „Kultura turizma“.

Ovim projektom mlade se nastoji uključiti u sudjelovanje u programima zaštite okoliša i životne sredine, podizanja kvalitete življenja, očuvanja etnološkog, povijesnog i kulturnog naslijeđa, podizanja razine gostoljubivosti te stvaranja klime dobrodošlice, što bi dugoročno trebalo ostaviti traga na zagrebačkom turizmu te gospodarskom razvoju grada Zagreba. Na ovaj način, sustavnom edukacijom učenika srednjih škola, Turistička zajednica grada Zagreba nastoji podići svijest o vlastitom gradu te upoznati mlade s turističkim, kulturnim i prirodnim potencijalima Zagreba. 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 se potiče da svojim specifičnim znanjima, idejama i prijedlozima pridonese uspješnosti realizacije projekta.

Nastavno pozitivnim reakcijama 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

628.000

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

U svrhu promocije Zagreba kao turističke destinacije putem interneta i televizije te na posebnim prezentacijama i turističkim sajmovima, planirana su sredstva za produkciju promotivnih filmova te audiovizualnih materijala TZGZ-a.

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

Planira se i kreiranje baze video materijala prepoznatljivih zagrebačkih turističkih lokacija koja bi bila dostupna za korištenje TV kućama, novinarima i agentima.

Planirana sredstva: **1.000.000**

2. Istraživanje tržišta

Turistička zajednica grada Zagreba, samostalno ili u suradnji sa stručnim institucijama, kontinuirano provodi aktivnosti tržišnih istraživanja s ciljem stvaranja pretpostavki za uspješno promotivno djelovanje i unapređenje postojećih aktivnosti. Rezultati istraživanja na raspolaganju su svim zainteresiranim subjektima.

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.

Planira se i izrada Operativnog marketinškog plana turizma grada Zagreba za razdoblje 2017.-2020. koji će prikazati tržišni potencijal grada Zagreba na međunarodnom turističkom tržištu, a posebno u kontekstu usporedivih europskih urbanih destinacija, te dati strateške preporuke razvoja turizma u gradu Zagrebu za navedeni period.

Planirana sredstva: **650.000**

3. Formiranje baze podataka

Planirana su sredstva za prikupljanje objavljenih tekstova, reportaža, osvrti, najava, svih oblika pojavljivanja u tiskanim i elektronskim medijima za potrebe arhive, čiji su subjekti turizam grada Zagreba i Turistička zajednica grada Zagreba u Hrvatskoj i inozemstvu te, sukladno tome, i izrada analiza PR pojavnosti na 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: **230.000**

4. Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama

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

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

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

60.000

4.3. Članarina strukovnim udrugama

130.000

5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

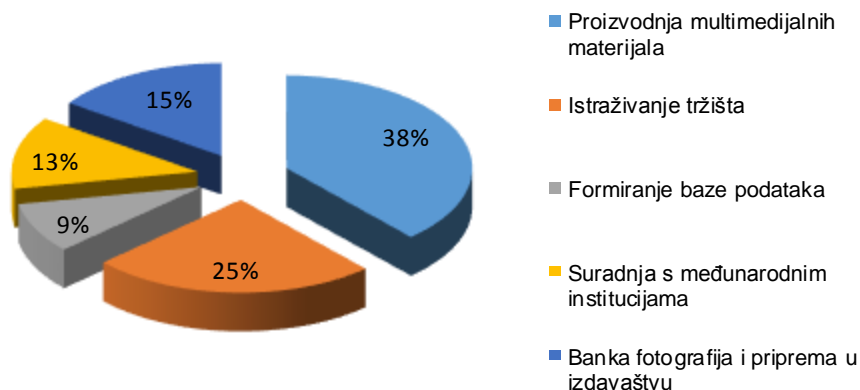
Za potrebe izrade materijala za promotivne kampanje TZGZ-a (kreiranje oglasa, billboarda i citylightsa), nastupa na sajmovima, ažuriranja internet stranica te komunikacije s domaćim i stranim medijima, neophodan je otkup novih vizualnih rješenja te kvalitetnih turističkih fotografija s motivima Zagreba i gradskih događanja, koji uključuju i otkup prava na neograničeno medijsko, prostorno i vremensko korištenje.

Pri izradi promotivnih materijala i tekstova za potrebe oglašavanja potrebno je osigurati i

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

| | | |
|------------|--|------------------|
| | Planirana sredstva: | 400.000 |
| VI. | UKUPNO MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA | 2.610.000 |

Marketinška infrastruktura



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: | 1.924.000 |
|--|----------------------------|------------------|

| | | |
|-----------|---|-------------------|
| 1. | UKUPNO STRUKTURA MARKETING MIKSA | 61.220.000 |
|-----------|---|-------------------|

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**FINANCIJSKI PLAN ZA
2016. GODINU**

I. PRIHODI

| RB | Prihodi po vrstama | Plan 2015. | Plan 2016. | Index | Struktura |
|----|--------------------------------|-------------------|-------------------|--------------|---------------|
| 1. | Boravišna pristojba | 6.900.000 | 7.400.000 | 107,25 | 12,09 |
| 2. | Turistička članarina | 56.000.000 | 48.000.000 | 85,71 | 78,41 |
| 3. | Višak prihoda prethodne godine | 10.267.200 | 5.400.000 | 52,59 | 8,82 |
| 4. | Ostali nespomenuti prihodi | 360.000 | 420.000 | 116,67 | 0,69 |
| | UKUPNO | 73.527.200 | 61.220.000 | 83,26 | 100,00 |

1. Boravišna pristojba

Planirani prihod od uplate boravišne pristojbe u 2016. godini veći je za 7,25% u odnosu na plan 2015. godine. Podaci TZGZ za razdoblje siječanj-rujan pokazuju rast turističkog prometa. Za 2016. godinu predviđamo daljnja pozitivna kretanja pa samim time i veći prihod od boravišne pristojbe.

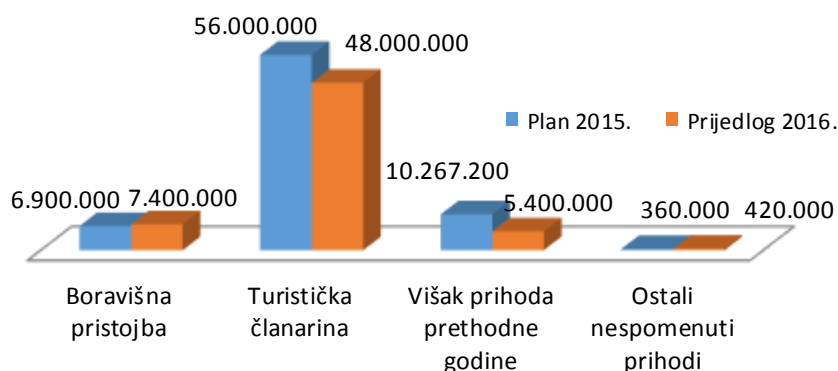
2. Turistička članarina

Zakonom o izmjenama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama (Narodne novine, broj 110/15) smanjene su stope za obračun turističke članarine za 15%. Sukladno navedenom prihod od turističke članarine za 2016. godinu planira se u iznosu 48.000.000 kn ili 14,29% manje u odnosu na financijski plan 2015. godine.

3. Planirani višak prihoda prethodne godine iznosi 52,59% od iste stavke financijskog plana za 2015. godinu.

4. Planirani su ostali prihodi - prihod od refundacija od Hrvatske turističke zajednice za projekte, oglašavanje i ostalu suradnju te prihodi od novčanih sredstava u iznosu od 420.000 kn ili 16,67% više u odnosu na financijski plan 2015. godine.

Prihodi



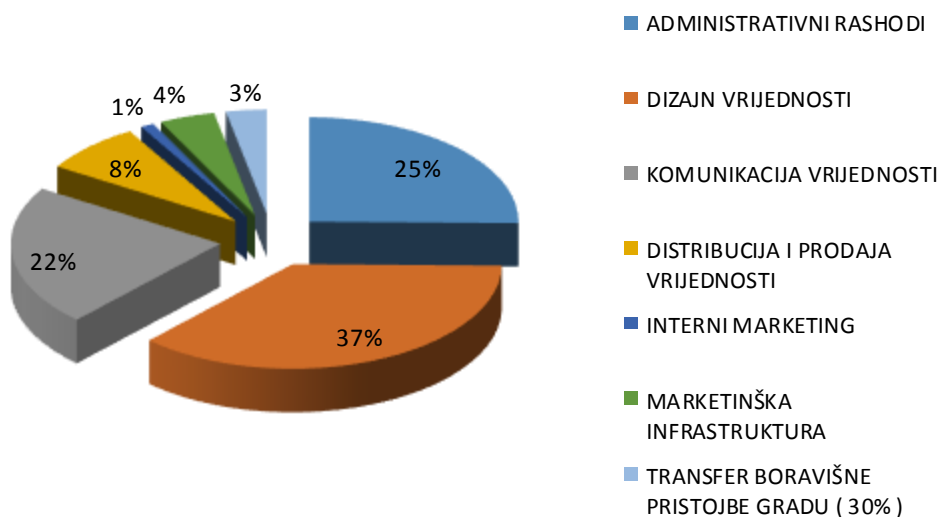
II. RASHODI

| RB | RASHODI PO VRSTAMA | Plan 2015. | Plan 2016. | Indeks | Strukt. |
|-------------|--|-------------------|-------------------|--------------|--------------|
| I. | ADMINISTRATIVNI RASHODI | | | | |
| 1. | Rashodi za radnike | | | | |
| 1.1. | Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika | 7.000.000 | 7.000.000 | 100,00 | 11,43 |
| 1.2. | Izdaci za prijevoz na posao | 258.000 | 258.000 | 100,00 | 0,42 |
| 1.3. | Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu) | 160.000 | 80.000 | 50,00 | 0,13 |
| 2. | Rashodi ureda | 5.050.000 | 3.805.000 | 75,35 | 6,22 |
| 3. | Rashodi - TIC-evi | 4.085.000 | 3.825.000 | 93,64 | 6,25 |
| 4. | Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO | 470.000 | 470.000 | 100,00 | 0,77 |
| | UKUPNO I. | 17.023.000 | 15.438.000 | 90,69 | 25,22 |
| II. | DIZAJN VRIJEDNOSTI | | | | |
| 1. | Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada | 300.000 | 200.000 | 66,67 | 0,33 |
| 2. | Potpore događanjima | 21.821.200 | 15.882.000 | 72,78 | 25,94 |
| 3. | Potpore razvoju DMO - a | 3.939.000 | 3.315.000 | 84,16 | 5,41 |
| 4. | Potpore DMK - a (touroperatori, aviokompanije) | 1.800.000 | 1.300.000 | 72,22 | 2,12 |
| 5. | Kandidature za međunarodne skupove i potpore skupovima /kongresni ured | 800.000 | 1.300.000 | 162,50 | 2,12 |
| 6. | Projekt: Volim Zagreb | 153.500 | 77.500 | 50,49 | 0,13 |
| 7. | Maketa grada Zagreba | 15.000 | 15.000 | 100,00 | 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 | 95.000 | | | |
| 8.2.2. | Letak „Jeste li znali“ | 25.000 | | | |
| 8.2.3. | Muzeji i galerije | 85.000 | | | |
| 8.3. | Susreti s partnerima | 10.000 | 10.000 | 100,00 | 0,02 |
| 8.4. | Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza | 20.000 | 30.000 | 150,00 | 0,05 |
| 8.5. | Neplanirano | 20.000 | 20.000 | 100,00 | 0,03 |
| | Ukupno 8. | 270.000 | 75.000 | 27,78 | 0,12 |
| 9. | Ured direktora - potpore projektima | 400.000 | 350.000 | 87,50 | 0,57 |
| | Ukupno II. | 29.498.700 | 22.514.500 | 76,32 | 36,78 |
| III. | KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI | | | | |
| 1. | Online komunikacija | | | | |
| 1.1. | Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije | 4.100.000 | 3.400.000 | 82,93 | 5,55 |
| 1.2. | Newsletter i B2B Alert obavijesti | 350.000 | 250.000 | 71,43 | 0,41 |
| 1.3. | Internet stranice i upravljanje Internet stranicama | 730.000 | 630.000 | 86,30 | 1,03 |
| 1.4. | Proširenje Wi-Fi mreže u gradu Zagrebu | | 200.000 | | 0,33 |
| 2. | Offline komunikacije | | | | |
| 2.1. | Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora | 2.100.000 | 1.700.000 | 80,95 | 2,78 |
| 2.2. | Suradnja sa HNS - om | | 530.000 | | 0,87 |
| 2.3. | Promotivni pano i displeji | 50.000 | 30.000 | 60,00 | 0,05 |

| | | | | | |
|------------|---|-------------------|-------------------|--------------|--------------|
| 2.4. | Promotivni panoji i displeji / kongresni ured | 10.000 | 10.000 | 100,00 | 0,02 |
| 2.5. | Idejna rješenja novih oglasa i adaptacije oglasa / kongresni ured | 20.000 | 20.000 | 100,00 | 0,03 |
| 2.6. | Opće oglašavanje | | | | |
| 2.6.1. | Oglašavanje u tisku | 1.208.000 | 752.000 | 62,25 | 1,23 |
| 2.6.2. | Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni ured | 469.500 | 333.500 | 71,03 | 0,54 |
| 2.6.3. | TV oglašavanje | 950.000 | 800.000 | 84,21 | 1,31 |
| 2.7. | Brošure i ostali tiskani materijali | 3.415.000 | 3.144.000 | 92,06 | 5,14 |
| 2.8. | Suveniri i promo materijali | 1.571.000 | 1.280.000 | 81,48 | 2,09 |
| 2.9. | Zagreb card | 170.000 | 78.000 | 45,88 | 0,13 |
| 3. | Smeđa signalizacija i info table | 152.000 | 100.000 | 65,79 | 0,16 |
| 4. | Nagrade i priznanja (nagrada putovanja, priznanja i festivalske prijave) | 100.000 | 85.000 | 85,00 | 0,14 |
| | Ukupno III. | 15.395.500 | 13.342.500 | 86,66 | 21,79 |
| IV. | DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI | | | | |
| 1. | Sajmovi | | | | |
| 1.1. | Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ - om | 2.125.000 | 1.738.000 | 81,79 | 2,84 |
| 1.2. | Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama | 800.000 | 655.000 | 81,88 | 1,07 |
| 2. | Posebne prezentacije - radionice | | | | 0,00 |
| 2.1. | Posebne prezentacije - radionice | 650.000 | 500.000 | 76,92 | 0,82 |
| 2.2. | Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured | 250.000 | 250.000 | 100,00 | 0,41 |
| 3. | Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima | 850.000 | 450.000 | 52,94 | 0,74 |
| 4. | Studijska putovanja agenata | 500.000 | 400.000 | 80,00 | 0,65 |
| 5. | Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured | 300.000 | 250.000 | 83,33 | 0,41 |
| 6. | Suradnja sa stranim PR agencijama | 500.000 | 400.000 | 80,00 | 0,65 |
| 7. | Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organiz. | 100.000 | 120.000 | 120,00 | 0,20 |
| | Ukupno IV. | 6.075.000 | 4.763.000 | 78,40 | 7,78 |
| V. | INTERNI MARKETING | | | | |
| 1. | Nagrade i priznanja | 36.000 | 18.000 | 50,00 | 0,03 |
| 2. | Edukacija | | | | |
| 2.1. | Obuka osoblja | 150.000 | 130.000 | 86,67 | 0,21 |
| 2.2. | Seminari klubova konkurentnosti i marketinga | | | | |
| 2.2.1. | Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari | 100.000 | 50.000 | 50,00 | 0,08 |
| 2.2.2. | Studijska putovanja TU TZGZ | 150.000 | 150.000 | 100,00 | 0,25 |
| 2.3. | Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole | 320.000 | 280.000 | 87,50 | 0,46 |
| | Ukupno V. | 756.000 | 628.000 | 83,07 | 1,03 |
| VI. | MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA | | | | |
| 1. | Proizvodnja multimedijalnih materijala | 1.500.000 | 1.000.000 | 66,67 | 1,63 |
| 2. | Istraživanje tržišta | 250.000 | 650.000 | 260,00 | 1,06 |
| 3. | Formiranje baze podataka | 290.000 | 230.000 | 79,31 | 0,38 |
| 4. | Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama | | | | |

| | | | | | |
|-------------|---|-------------------|-------------------|---------------|---------------|
| 4.1. | Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službeno putovanje. / kongresni ured | 140.000 | 140.000 | 100,00 | 0,23 |
| 4.2. | Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima | 100.000 | 60.000 | 60,00 | 0,10 |
| 4.3. | Članarine u strukovnim udrugama | 155.000 | 130.000 | 83,87 | 0,21 |
| 5. | Banka fotografija i priprema u izdavaštvu | 550.000 | 400.000 | 72,73 | 0,65 |
| | Ukupno VI. | 2.985.000 | 2.610.000 | 87,44 | 4,26 |
| VII. | TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%) | 1.794.000 | 1.924.000 | 107,25 | 3,14 |
| | Ukupno VII. | 1.794.000 | 1.924.000 | 107,25 | 3,14 |
| | UKUPNO: | 73.527.200 | 61.220.000 | 83,26 | 100,00 |

STRUKTURA MARKETING MIKSA



IV. REKAPITULACIJA

UKUPNO PRIHODI: 61.220.000

UKUPNO RASHODI: 61.220.000

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN
ZA 2016. GODINU**

PRILOZI

PRILOG 1. - RASHODI UREDA

| RB | Rashodi ureda | Plan 2015. | Plan 2016. | Indeks | Strukt. |
|-----------|--|-------------------|-------------------|---------------|----------------|
| 1. | Potrošni materijal | 100.000 | 100.000 | 100,00 | 2,63 |
| 2. | Materijal za održavanje čistoće | 17.000 | 17.000 | 100,00 | 0,45 |
| 3. | Uredski materijal | 90.000 | 90.000 | 100,00 | 2,37 |
| 4. | Potrošnja električne energije i plina | 200.000 | 175.000 | 87,50 | 4,60 |
| 5. | Utrošak benzina | 40.000 | 33.000 | 82,50 | 0,87 |
| 6. | Izdaci za sitan inventar | 30.000 | 20.000 | 66,67 | 0,53 |
| 7. | Trošak telefona i telefaksa | 200.000 | 200.000 | 100,00 | 5,26 |
| 8. | Trošak poštarine | 70.000 | 70.000 | 100,00 | 1,84 |
| 9. | Trošak tekućeg i investicijskog održavanja | 430.000 | 300.000 | 69,77 | 7,88 |
| 10. | Usluge čišćenja | 300.000 | 250.000 | 83,33 | 6,57 |
| 11. | Usluge najma poslovnog prostora | 1.050.000 | 1.000.000 | 95,24 | 26,28 |
| 12. | Ostale komunalne usluge | 65.000 | 40.000 | 61,54 | 1,05 |
| 13. | Troškovi po ugovorima o djelu | 86.000 | | | |
| 14. | Odvjetničke i revizorske usluge | 60.000 | 42.000 | 70,00 | 1,10 |
| 15. | Grafičke usluge | 14.000 | 10.000 | 71,43 | 0,26 |
| 16. | Usluge tiska - oglasi i dr. | 2.000 | 2.000 | 100,00 | 0,05 |
| 17. | Ostale usluge | 150.000 | 100.000 | 66,67 | 2,63 |
| 18. | Dnevnice za službena putovanja u zemlji | 10.000 | 10.000 | 100,00 | 0,26 |
| 19. | Dnevnice za službena put. u inozemstvo | 5.000 | 5.000 | 100,00 | 0,13 |
| 20. | Naknade za putničke izdatke i noćenja | 30.000 | 30.000 | 100,00 | 0,79 |
| 21. | Upotreba osobnog auta u službene svrhe | 1.000 | 1.000 | 100,00 | 0,03 |
| 22. | Trošak reprezentacije | 200.000 | 200.000 | 100,00 | 5,26 |
| 23. | Premije osiguranja | 75.000 | 75.000 | 100,00 | 1,97 |
| 24. | Izdaci za naknade FINI i bank. provizije | 65.000 | 65.000 | 100,00 | 1,71 |
| 25. | Stručna literatura i tisak | 80.000 | 70.000 | 87,50 | 1,84 |
| 26. | Nabava opreme i osnovnih sredstva | 620.000 | 550.000 | 88,71 | 14,45 |
| 27. | Ostali troškovi poslovanja | 50.000 | 40.000 | 80,00 | 1,05 |
| 28. | Neplanirani rashodi | 10.000 | 10.000 | 100,00 | 0,26 |
| | UKUPNO I. | 4.050.000 | 3.505.000 | 86,54 | 92,12 |
| II. | Poslovni prostor, adaptacija | 1.000.000 | 300.000 | 30,00 | 7,88 |
| | UKUPNO RASHODI UREDA | 5.050.000 | 3.805.000 | 75,35 | 100,00 |

PRILOG 2. - POTPORA DOGAĐANJIMA

| RB | Potpore projektima | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----|--|------------|------------|
| 1. | Zagreb Auto Show – ZGH d.o.o., Podružnica Zagrebački velesajam | | 150.000 |
| 2. | Razgled grada na električnim biciklima / kroz godinu | 10.000 | |
| 3. | Secret Zagreb Walks - obrt Kazivačica / kroz godinu | 20.000 | 20.000 |
| 4. | City Tour - Experience the City - ZET / svibanj - rujan | 20.000 | 15.000 |
| 5. | Memorijalni stan Marije Jurić Zagorke, programi kroz godinu - Centar za ženske studije | 20.000 | 15.000 |
| 6. | Zagreb Photo Adventure, tematski razgled i tečaj fotografiranja - TA Konoko / kroz godinu | 40.000 | |
| 7. | Zagreb Walking Tour, redoviti razgledi grada prije i nakon ljeta - TA Konoko | 10.000 | |
| 8. | Zagorkina tajna, room escape igra - Labirintanje d.o.o. / proljeće - jesen | | 25.000 |
| 9. | Razgled grada Segway vozilima - Exima grupa d.o.o. / ožujak - studeni | 20.000 | 15.000 |
| 10. | Meet Street Art(ist), razgled grada - Minuta dvije d.o.o. / ožujak - studeni | | 10.000 |
| 11. | Dani vitezova templara u Zagrebu - Hrvatski viteški red / travanj | 10.000 | 15.000 |
| 12. | Drive in kino - Hrvatska studentska asocijacija / travanj | 10.000 | 10.000 |
| 13. | Culturerun, razgled grada trčeći - Minuta dvije d.o.o. / travanj - studeni | 10.000 | 10.000 |
| 14. | Gornjogradske coprnice - Omnes artes d.o.o. / svibanj - kolovoz | 10.000 | 10.000 |
| 15. | Route 666, luminoakustična vožnja Zagrebom - Bunt art j.d.o.o. / svibanj - lipanj | | 10.000 |
| 16. | Orange Pub Crawl - Wayoudo d.o.o. / lipanj - listopad | 10.000 | 10.000 |
| 17. | Medvedgrad City Tour - Destinacija senzacija d.o.o. / lipanj - rujan | 20.000 | 15.000 |
| 18. | S zagrebačkih balkona Zagrebu, glazbeni koncerti - Umjetnička organizacija Ad gloriam brass / srpanj | 40.000 | |
| 19. | Holo of fame, hologramske projekcije - Udruga profesor Baltazar / rujan | | 20.000 |
| 20. | Znanstveni pikinik - udruga Profesor Baltazar / rujan | | 15.000 |
| 21. | ZAGREB4U, strani studenti upoznaju i na društvenim mrežama komentiraju/promoviraju grad / veljača | 10.000 | |
| 22. | Zagrebačkim krovovima / srpanj | 35.000 | |
| 23. | Najljepša terasa, okućnica, ulica i park / proljeće | | 60.000 |
| 24. | Razgled grada fijakerom – obrt Kočije Habric | 20.000 | 10.000 |
| 25. | Turistička atrakcija: Urbana signalistika (pločice) | 50.000 | |
| 26. | Zagrebarium, promocija starog Zagreba kroz razgled, interaktivne karte i druge tiskovine | 10.000 | |
| 27. | Vještije kolo, tematski razgled / kroz godinu | 20.000 | |
| 28. | Klopa s klupa, pripremanje hrane na otvorenom / proljeće - jesen | 50.000 | |
| 29. | Zagrebačkim ulicama - Eno gastro Opatovina / ožujak -listopad | 10.000 | |
| 30. | Treći Street Food Festival Zagreb / ožujak | 20.000 | |
| 31. | Zagrebački festival vina - Zagreb Wine Festival / rujan | 10.000 | |
| 32. | Barmen Cup / svibanj | 15.000 | |
| 33. | Parking za kampere | 25.000 | |

| | | | |
|-----|--|----------------|----------------|
| 34. | Slopey stepenice za invalide – Turistička agencija TravAbled | 20.000 | 20.000 |
| 35. | Wine and Gourmet Tour Zagreb - Wayoudo d.o.o. / travanj - prosinac | | 15.000 |
| 36. | NEPLANIRANO | 60.000 | 50.000 |
| | UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA | 605.000 | 520.000 |

| RB | Eno i gastro | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----|---|----------------|----------------|
| 1. | Slatki gušti, festival slastica - Intis d.o.o. / lipanj | 15.000 | 15.000 |
| 2. | Pink Day, međunarodni festival ružičastih vina - Udruga žene i vino / ožujak | 15.000 | 10.000 |
| 3. | Foodballerka, retro gourmet nogometni festival - Kokoš ili jaje d.o.o. / lipanj - srpanj | | 30.000 |
| 4. | Gourmingle - Kokoš ili jaje d.o.o. / svibanj - lipanj | 70.000 | |
| 5. | Zagreb a la carte, zagrebačko kazalište uz večeru - Umjetnička organizacija Theatre / svibanj - rujan | 30.000 | 25.000 |
| 6. | Food Film Festival Zagreb - S2 d.o.o. / rujan | 20.000 | 20.000 |
| 7. | Tjedan restorana Zagreb, Tjedan restorana Hrvatska - Urbani nomadi udruga građana / ožujak - listopad | 15.000 | 7.000 |
| 8. | Projekt Vinoljupci, niz susreta vinara i vinoljubaca - Udruga Institut inspiracije / kroz godinu | 10.000 | 7.000 |
| 9. | Zagrebačko martinje - Svibanj projekt d.o.o. / studeni | | 30.000 |
| 10. | Zagrabi, Zagrebi, Zagreb Food festival - Manifestacija studio j.d.o.o. / travanj | 40.000 | 20.000 |
| 11. | Gastro dani i Gastro forum - Udruženje ugostitelja Zagreb / studeni i prosinac | 80.000 | 68.000 |
| | UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO | 295.000 | 232.000 |

| RB | Sport | Plan 2015. | Plan 2016. |
|------|---|------------|------------|
| 1. | MEGA DOGAĐANJA | | |
| 1.1. | Svjetski skijaški kup Audi FIS SKI World Cup Vip Snow Queen Trophy - Hrvatski skijaški savez / siječanj | 3.500.000 | 3.000.000 |
| 1.2. | PBZ Zagreb Indoors i Challenger - udruga Teniski klub Top spin / veljača | 1.000.000 | |
| 1.3. | Europske sveučilišne igre Zagreb - Rijeka - Udruga Europske sveučilišne igre Zagreb - Rijeka 2016. / srpanj | | 500.000 |
| 1.4. | Europski judo kup - Hrvatski judo savez / ožujak | 50.000 | 30.000 |
| 1.5. | 20. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad | 30.000 | 25.000 |
| 1.6. | Svjetsko prvenstvo u preciznoj orijentaciji | 30.000 | |
| 2. | Agram 2015., turnir u ženskom nogometu - Ženski nogometni klub Agram / siječanj | 10.000 | 7.000 |
| 3. | 31. memorijal V. Mažuranić, međunarodni turnir u mačevanju - Hrvatski mačevalački savez / siječanj | 15.000 | 10.000 |
| 4. | Miting sv. Patrika, plivačko natjecanje za djecu - Plivački klub Novi Zagreb / ožujak | 5.000 | 5.000 |

| | | | |
|-----|---|--------|--------|
| 5. | Supermaraton Od Kaptola do Kaptola - Športska zajednica grada Čazme / ožujak | | 8.000 |
| 6. | ISU Synchronized Skating Cup Zagreb Snowflakes Trophy - Hrvatski klizački savez / ožujak | 30.000 | 25.000 |
| 7. | 24. Velika nagrada Zagreba / travanj i 28. Kepertov memorijal / rujan - Yacht Club Zagreb | 20.000 | 15.000 |
| 8. | Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj | 12.000 | 10.000 |
| 9. | Victor Croatia International - Hrvatski badmintonski savez / travanj | 10.000 | 7.000 |
| 10. | 12. festival plivanja, međunarodno plivačko natjecanje - Plivački klub Dubrava / travanj | 5.000 | 5.000 |
| 11. | Bubamara Cup i Gothia kup, nogometni turniri - Nogometni klub Bubamara | 10.000 | 10.000 |
| 12. | Wakeboard prvenstvo Hrvatske i Slovenije i Wake sezona ZG OPEN / kroz godinu | 25.000 | |
| 13. | Zagrebačka biciklijada - KUD Prepuštovec / svibanj | 10.000 | |
| 14. | Međunarodni Kup grada Zagreba u kajakaškom maratonu, SUP-u i Dragon boat čamcima - Kajak kanu klub Matija Ljubek / svibanj | 15.000 | 10.000 |
| 15. | Savez športsko ribolovnih društava grada Zagreba / programi kroz godinu | 20.000 | |
| 16. | Zagiping, 63. otvoreno međunarodno prvenstvo Zagreba - Stolnoteniski savez Zagreba / svibanj | 20.000 | 15.000 |
| 17. | Zagreb Open - Klub odbojke na pijesku Zagreb / svibanj | 10.000 | 7.000 |
| 18. | Utrka ubrzanja na 1/4 milje - Auto klub Brzina | | 15.000 |
| 19. | ISBO Speedminton Croatia Open - Hrvatski speed badmintonski savez / lipanj | 10.000 | 7.000 |
| 20. | Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj | 10.000 | 7.000 |
| 21. | 31. Zagrebački rally - Oldtimer klub Zagreb / lipanj | | 5.000 |
| 22. | Otvoreno međunarodno atletsko veteransko prvenstvo hrvatske i Alpe Adria Racing Walk Cup - Hrvatska atletska veteranska udruga / srpanj | | 10.000 |
| 23. | Europski juniorski kup u triatlonu - Zagrebački triatlon savez / srpanj | | 7.000 |
| 24. | Međunarodna biciklistička utrka Hrvatska - Slovenija - Biciklistički klub Zagreb / kolovoz | 10.000 | 7.000 |
| 25. | Otvoreno prvenstvo Europe u hokeju na travi | 10.000 | |
| 26. | Jarun Beach Open Zagreb - Ženski klub odbojke na pijesku Jarun / kolovoz | 10.000 | |
| 27. | 18. Jastreb Open, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastreb / studeni | 20.000 | 15.000 |
| 28. | 44. međunarodni plivački miting Mladost - Hrvatski akademski plivački klub Mladost / studeni | | 7.000 |
| 29. | 28. Zlatni medvjed, međunarodno prvenstvo u umjetničkom klizanju za juniore - Klizačko koturaljaški klub Medveščak / studeni | 10.000 | 7.000 |
| 30. | Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac | 60.000 | 25.000 |
| 31. | Kutija šibica, turnir u malom nogometu - ZGH, ustanova Upravljanje športskim objektima / prosinac | 15.000 | 15.000 |
| 32. | Underwater Photo Marathon | 5.800 | |
| 33. | Turnir Doping nije hOKej 2015. | 10.000 | |
| 34. | Večernjakova biciklijada | 10.000 | |

| | | | |
|-----|--------------------------------|------------------|------------------|
| 35. | Balkan Triathlon Championships | 10.000 | |
| 36. | Pokreni se | 5.000 | |
| 37. | NEPLANIRANO | 60.000 | 50.000 |
| | UKUPNO SPORT | 5.082.800 | 3.866.000 |

| RB | Koordinacija s gradom Zagrebom | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----|--|------------------|------------------|
| 1. | HK Medveščak | 375.000 | 300.000 |
| 2. | NK Dinamo | 562.500 | 540.000 |
| 3. | RK Zagreb | 562.500 | 400.000 |
| 4. | VK Mladost | 562.500 | 480.000 |
| 5. | KK Cibona | 562.500 | 480.000 |
| 6. | KK Cedevita | 375.000 | 300.000 |
| 7. | Bundek fest / rujan | 700.000 | 75.000 |
| 8. | Festival Hrvatske glazbe u Beču - muzički informativni centar Koncertne direkcije Zagreb / studeni - prosinac | 90.000 | 76.000 |
| 9. | I.A.A.F. - Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting – Atletski klub Dinamo Zrinjevac/rujan | 1.300.000 | 1.000.000 |
| 10. | Radio emisija Iz Zagreba po Hrvatskoj – Udruga Tonkica palonkica frrr | 80.000 | 40.000 |
| 11. | Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni | 80.000 | 80.000 |
| 12. | Miss Universe Croatia | 25.000 | |
| 13. | Minoranze, dvojezični časopis – Agencija Roma d.o.o. | 96.000 | 100.000 |
| 14. | IJF Judo Grand Prix - Hrvatski judo savez / rujan | 50.000 | 42.000 |
| 15. | Zagreb Children FIS i međunarodno kadetsko natjecanje u alpskom skijanju - Zagrebački skijaški savez / siječanj - veljača | 30.000 | 25.000 |
| 16. | Ljetni Karoca cup – Konjički klub Karoca | 50.000 | 42.000 |
| 17. | Tour of Croatia, Race through the natural beauty - Top sport events d.o.o. / travanj | 270.000 | 200.000 |
| 18. | Lisinski pleše pod maskama – KD Vatroslav Lisinski | 50.000 | 50.000 |
| 19. | Ja BIH...- Udruga za promicanje kulture i umjetnosti Ja BIH...Zagreb i Udruženje za promociju kulture i umjetnosti "jabih"...Sarajevo / svibanj - lipanj i rujan | | 10.000 |
| 20. | Ciklusi koncerata Pleyel Svetislava Stančića i Cristoforium - Umjetnička organizacija Cristoforium / veljača - prosinac | | 10.000 |
| 21. | Festival Zagreb grad poezije - Umjetnička organizacija Teatar poezije / svibanj | | |
| 22. | Neraspoređeno | 1.000.000 | 700.000 |
| | UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM | 6.821.000 | 4.950.000 |

| | Božićna i novogodišnja događanja | Plan 2015. | Plan 2016. |
|----|--|------------|------------|
| 1. | Advent i Nova godina na Trgu bana Jelačića - Koncertna direkcija Zagreb | 450.000 | 350.000 |
| 2. | Advent na Zrinjevcu - Katapult promocija d.o.o. | 350.000 | 270.000 |
| 3. | Veseli božićni tramvaj | 15.000 | |

| | | | |
|-----|---|------------------|------------------|
| 4. | Žive božićne jaslvice - Udruga S.I.D.R.O. i Udruga Sv. Lovro | 30.000 | 30.000 |
| 5. | Advent u Ozani - Udruga Ozana | 10.000 | |
| 6. | Klinci s Ribnjaka, Božićni koncert - KUD Vedra nota | 5.000 | 5.000 |
| 7. | ArtOmat - Hrvatsko društvo likovnih umjetnika | 30.000 | 25.000 |
| 8. | Strauss u Oktogonu - Udruga salonske i promenadne glazbe AS | 25.000 | 25.000 |
| 9. | Advent u Maloj sceni - Kazalište Mala scena | 10.000 | 10.000 |
| 10. | S Božićnih balkona u Zagrebu, 4 koncerta - Umjetnička organizacija Ad gloriam brass | 40.000 | 40.000 |
| 11. | Advent na drukčiji način - Omnes Artes d.o.o. | 20.000 | 10.000 |
| 12. | Fuliranje - Kokoš ili Jaje d.o.o. | 120.000 | 70.000 |
| 13. | Blagdan Sv. Nikole na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje | 10.000 | 7.000 |
| 14. | Božićni bor - raskičivanje darovanog bora | 800 | |
| 15. | Kapulica i lampioni | 30.000 | |
| 16. | Advent na Europskom trgu - Svibanj projekt d.o.o. | 200.000 | 180.000 |
| 17. | Klizalište na Tomislavovom trgu - Katapult koncept d.o.o. | 1.300.000 | 800.000 |
| 18. | Playground NYE - novogodišnji festival | 100.000 | |
| 19. | Božićni bor - darivanje gradu prijatelju | 150.000 | 150.000 |
| 20. | Festival božićnih kolača i kolačića / prosinac | 50.000 | |
| 21. | Adventski običaji nacionalnih manjina - Etnografski muzej | 15.000 | 10.000 |
| 22. | Adventski kalendar - Društvo arhitekata Zagreb - sekcija mladih | 80.000 | 50.000 |
| 23. | Advent na Gornjem gradu | 100.000 | |
| 24. | Ledene skulpture - Agencija Proglas | 40.000 | 35.000 |
| 25. | Advent u MUO - Muzej za umjetnost i obrt | 50.000 | 40.000 |
| 26. | DAZ - prijedlog ukrašavanja grada | 30.000 | |
| 27. | Zagreb Photo ADVENTure - Turistička agencija Konoko | | 20.000 |
| 28. | 1. Zagrebački filmski advent - LOT 28 STUDIO d.o.o. | | 20.000 |
| 29. | NEPLANIRANO | 200.000 | 150.000 |
| | UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA | 3.460.800 | 2.297.000 |

| RB | Kultura | Plan 2015. | Plan 2016. |
|------|--|------------|------------|
| 1. | MEGA DOGAĐANJA | | |
| 1.1. | Muzički biennale Zagreb / travanj | 60.000 | |
| 1.2. | Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj | 150.000 | 70.000 |
| 1.3. | 50. Međunarodna smotra folklor - Koncertna direkcija Zagreb / srpanj | 70.000 | 80.000 |
| 1.4. | Ljetne noći teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - rujan | 50.000 | 45.000 |
| 1.5. | Ljeto u MSU - 24 sata d.o.o. i Muzej suvremene umjetnosti / lipanj i srpanj | 40.000 | 60.000 |
| 1.6. | Medvedgradske glazbene večeri - Centar za kulturu i film Augusta Cesarca / srpanj | 30.000 | 40.000 |
| 2. | Total Rock World, programi kroz godinu | 15.000 | |

| | | | |
|-----|---|---------|---------|
| 3. | Predstave za bebe u Maloj sceni / Kazalište Mala scena / siječanj - lipanj i rujan - prosinac | 15.000 | |
| 4. | Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj | 90.000 | 20.000 |
| 5. | Cantus Ansambl: Ciklus - Hrvatsko društvo skladatelja / ožujak - studeni | 15.000 | 15.000 |
| 6. | 25. Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasijske baštine / ožujak | 10.000 | 20.000 |
| 7. | Artikuliranje, kulturno-turistička manifestacija - Kokoš ili Jaje d.o.o. / travanj - svibanj | | 50.000 |
| 8. | HOERSPIEL: mala igra za slušanje (i gledanje), radiofonični mjuzikl u agramerskom duhu - Multimedijalna koliba Zagreb /ljetu i zima | 50.000 | 40.000 |
| 9. | JAZZ projekti - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu | 10.000 | 15.000 |
| 10. | Dobrotvorni novinarski bal - Hrvatsko novinarsko društvo / travanj | 10.000 | 10.000 |
| 11. | Klinci s Ribnjaka, programi kroz godinu - KUD Vedra Nota | 20.000 | 15.000 |
| 12. | Glazbeni salon Gvozdanović / proljeće i jesen | 10.000 | |
| 13. | Promenadni koncerti u Botaničkom vrtu - Vokalni ansambl Vatroslav Lisinski / travanj - listopad | | 15.000 |
| 14. | Markov sajam, Srednjevjekovni sajam starih zanata - TZ grada Koprivnice i udruga Cestagram / svibanj | 65.000 | 50.000 |
| 15. | Soul, Smile & Style - Tea Time Music by Soul Fingers - Soul Fingers d.o.o. | | 20.000 |
| 16. | Dani satire Fadila Hadžića - Gradsko kazalište Kerempuh / lipanj | 70.000 | 40.000 |
| 17. | 33. Tjedan suvremenog plesa - Hrvatski institut za pokret i ples / svibanj - lipanj | 50.000 | 40.000 |
| 18. | Glazba i grad, koncert povodom Svjetskog dana glazbe - Koncertna direkcija Zagreb / lipanj | | 25.000 |
| 19. | Design District Zagreb - Croatian Design Superstore d.o.o. / lipanj | | 100.000 |
| 20. | Kazališne predstave na engleskom u Kerempuhu | 20.000 | |
| 21. | Street art park, revitalizacija parka pored Tomičeve - udruga Preuredi moju pumpu / lipanj - rujan | | 50.000 |
| 22. | Večeri Petrice Kerempuha na Opatovini, koncerti - Društvo prijatelja prirodnih ljepota Slunja i Rastoka / lipanj - rujan | 20.000 | 15.000 |
| 23. | Klupska kazališno-glazbeno-filmska scena AMADEO - Udruga Scena Amadeo / lipanj - rujan | 60.000 | 50.000 |
| 24. | Mozart u vrtu / Mozart na Gornjem Gradu, koncert sa kostimiranim pjevačima i glumcima - G.A.D. Produkcija d.o.o. / srpanj | 10.000 | 7.000 |
| 25. | Motovun u Zagrebu / srpanj i kolovoz | 15.000 | |
| 26. | Prijatelji mora: Plavi sat, serija izložbi na otvorenom - Udruga Livingstone / rujan | 10.000 | |
| 27. | Čuvaj se' i Ljubav je što želiš, izložbe Sophie Calle i Tracy Emin u sklopu 8. Zagrebi! Festivala | 20.000 | |
| 28. | Izložba i gostovanje Daniela Libeskinda 'Never say the Eye is Rigid: Architectural Drawings' | 20.000 | |
| 29. | Gostovanje Simfonijskog orkestra Lahti (Finska) | 10.000 | |
| 30. | Cool Zagreb - Kapulica Studio / ljetu | 100.000 | |
| 31. | Zagreb Living Room, događanja na otvorenim prostorima Donjeg grada - G.A.D. Produkcija d.o.o. / rujan | 15.000 | |

| | | | |
|-------|--|------------------|------------------|
| 32. | 4. Međunarodni majstorski seminar orkestralnog dirigiranja Lovro von Matačić - Koncertna direkcija Zagreb / rujan - listopad | 10.000 | 10.000 |
| 33. | Winter Comedy Fair - Lisinski se smije, stand up comedy / studeni ili prosinac | 10.000 | |
| 34. | 50. zagrebački salon - arhitektura i urbanizam / studeni - prosinac | 10.000 | |
| 35. | Europska noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava i Dječje kazalište Dubrava / studeni | 15.000 | 15.000 |
| 36. | Zagrebački komorni orkestar - 10 godina s vama | 7.000 | |
| 37. | Croatian Theatre Subtitled | 10.000 | |
| 38. | Pimp my Pump izložba | 17.000 | |
| 39. | Bijela noć kod HNK | 115.000 | 50.000 |
| 40. | Svjetski dan glazbe | 14.000 | |
| 41.1. | Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad | | 25.000 |
| 41.2. | Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad | | 25.000 |
| 41.3. | 4.sezona ansambla Duo de novo - Ansambl Duo de novo / travanj - rujan | | 15.000 |
| 41.4. | Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan | | 25.000 |
| 41.5. | 23. Festival orgulje Heferer - Koncertna direkcija Zagreb / srpanj - studeni | | 15.000 |
| 42. | NEPLANIRANO | 50.000 | 50.000 |
| | UKUPNO KULTURA | 1.388.000 | 1.122.000 |

| RB | Moda | Plan 2015. | Plan 2016. |
|----|--|---------------|---------------|
| 1. | Fashion Week Zagreb - S2 d.o.o. / svibanj i studeni | 50.000 | 40.000 |
| 2. | Modna revija 81. Zlatna igla Zagreba - Udruženje obrtnika grada Zagreba / listopad | | 20.000 |
| 3. | NEPLANIRANO | | 20.000 |
| | UKUPNO MODA | 50.000 | 80.000 |

| RB | Festivali | Plan 2015. | Plan 2016. |
|------|---|------------|------------|
| 1. | MEGA DOGAĐANJA | | |
| 1.1. | Festival Sv. Marka, Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe - Markofest d.o.o. / travanj - svibanj | 70.000 | 60.000 |
| 1.2. | Međunarodni festival vatrometa - Mirnovec pirotehnika d.o.o. / lipanj | 80.000 | 60.000 |
| 1.3. | Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj - lipanj | 250.000 | 220.000 |
| 1.4. | Ljeto na Štrošu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca/svibanj - rujan | 250.000 | 200.000 |
| 1.5. | 35. Zagrebačke ljetne večeri - Koncertna direkcija Zagreb / srpanj | 130.000 | 70.000 |
| 1.6. | INmusic festival - Vibro limes d.o.o. / lipanj | 590.000 | 400.000 |
| 1.7. | Festival turističkog filma / rujan | 400.000 | |

| | | | |
|------|--|------------------|------------------|
| 1.8. | Vintage Zagreb - Pepermint d.o.o. / srpanj | 300.000 | 150.000 |
| 2. | 63. Zagrebački festival, Hrvatsko društvo skladatelja / siječanj | 20.000 | 15.000 |
| 3. | Festival kave i čokolade Zagreb Coffe & Chocofest - Tvornica događaja d.o.o. / veljača | 50.000 | 40.000 |
| 4. | Zagreb Guitar Festival - Glazbena škola Bonar / veljača | | 10.000 |
| 5. | Zagrebački harfistički festival - Umjetnička organizacija Hathor / travanj | 40.000 | 30.000 |
| 6. | 19. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou i retrospektivna izložba Hermanna Huppena - Udruga Crtani romani šou / svibanj | | 10.000 |
| 7. | Naj, naj, naj festival - Žar ptica / ožujak - travanj | 10.000 | |
| 8. | Noir festival / travanj | 10.000 | |
| 9. | Festival frizera - Kvarner kongresi, obrt / travanj | | 15.000 |
| 10. | Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj | 15.000 | 15.000 |
| 11. | IFCC, festival kreativnih komunikacija - Udruga Boonika platforma vizualnog dijaloga / svibanj | 20.000 | 10.000 |
| 12. | Accordeon Fest in Zagreb - Art studio Ivana d.o.o. / lipanj | 25.000 | 20.000 |
| 13. | Međunarodni festival folklor Zagreb - Velika Gorica – FA Turopolje / srpanj | 15.000 | 10.000 |
| 14. | Flamenco festival Zagreb / srpanj | 5.000 | |
| 15. | Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj | 30.000 | 25.000 |
| 16. | Musica maxima, festival komorne glazbe i koncertna sezona - Zagrebački komorni orkestar / rujan | 20.000 | 15.000 |
| 17. | ZeGeVege festival – Udruga Prijatelji životinja / rujan | | 7.000 |
| 18. | 49. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan | 10.000 | 15.000 |
| 19. | Međunarodni festival dokumentarne fotografije Organ vida / rujan - listopad | 10.000 | |
| 20. | 11. VIP Jazz Festival / rujan-studeni | 20.000 | |
| 21. | Međunarodni festival novog cirkusa - Mala performerska scena / studeni | 20.000 | 15.000 |
| 22. | Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT / listopad | 15.000 | |
| 23. | Chansonfest - Umjetnička organizacija Chansonfest/ studeni | 5.000 | 5.000 |
| 24. | Zagreb Tango Festival - Plesni klub Tangoneo / prosinac | 15.000 | |
| 25. | Europski žanrovski forum | 15.000 | |
| 26. | HNK - Festival svjetskog kazališta | 100.000 | 80.000 |
| 27. | HNK - Otvoreni trg | 20.000 | |
| 28. | NEPLANIRANO | 50.000 | 50.000 |
| | UKUPNO FESTIVALI | 2.610.000 | 1.547.000 |

| RB | Filmski projekti | Plan 2015. | Plan 2016. |
|----|---|------------|------------|
| 1. | ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / veljača | 30.000 | 30.000 |
| 2. | Screen on the Green, filmske projekcije - Via Solis d.o.o. / svibanj - lipanj | 20.000 | 10.000 |
| 3. | Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / lipanj | 15.000 | 15.000 |
| 4. | Ljetno kino Gradec - Udruga Kadenca / lipanj - rujan | 60.000 | 50.000 |

| | | | |
|----|---|----------------|----------------|
| 5. | Noć hrvatskog filma i novih medija - Umjedička organizacija Noć hrvatskog filma i novih medija / lipanj | 20.000 | 15.000 |
| 6. | Fantastik Zagreb film festival - Lot 28 studio d.o.o. / lipanj - srpanj | 40.000 | 35.000 |
| 7. | 1. Medvedgradske filmske večeri - LOT 28 Studio d.o.o. / srpanj - kolovoz | | 25.000 |
| 8. | 12. Zagreb film festival - Umjetnička organizacija Zagreb film festival / listopad | 50.000 | 30.000 |
| 9. | Fil(m)harmonija:Zagrebačka filharmonija u kinu Europa - Umjetnička organizacija Zagreb Film Festival i Zagrebačka Filharmonija / studeni 2016. - ožujak 2017. | | 20.000 |
| | UKUPNO FILMSKI PROJEKTI | 235.000 | 230.000 |

| RB | Suradnja s TZ | Plan 2015. | Plan 2016. |
|----|--|---------------|---------------|
| 1. | Porcijunkulovo - TZG Čakovca / srpanj | 10.000 | 8.000 |
| 2. | Predstavljanje 20. Međunarodnog festivala čipke i kulturno-turističke ponude Lepoglave - TZG Lepoglave / kolovoz | 10.000 | 8.000 |
| 3. | TZG Hrv. Kostajnice - Međunarodna Unska regata / srpanj, Unske noći kolovoz i Kestenijada listopad | 15.000 | |
| 4. | Prezentacija turističke ponude N. Gradiške - TZG Nova Gradiška / kolovoz | 10.000 | 8.000 |
| 5. | Programske aktivnosti tijekom godine - TZG Županje / kroz godinu | 10.000 | |
| 6. | 16. Dani meda Zlatna pčela - TZO Topusko / veljača | 5.000 | |
| 7. | TZG Kutine - promidžba biciklizma i prezentacija Dana planeta Zemlje na biciklu u Moslavini | 5.000 | |
| 8. | NEPLANIRANO | 10.000 | |
| | UKUPNO SURADNJA S TZ | 75.000 | 24.000 |

| RB | Suradnja s udrugama | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----|---|------------|------------|
| 1. | Udruga Plemička mladež - Jelačić bal / lipanj | 5.000 | |
| 2. | Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac | 5.000 | 5.000 |
| 3. | Kulturno - umjetničke manifestacije u Sesvetama - Gradska četvrt Sesvete / kroz godinu | 80.000 | 65.000 |
| 4. | Udruga Svijet tišine | 10.000 | |
| 5. | Hrvatska etno kuća Materina priča - Udruga hrvatska kuća Materina priča / kroz godinu | 10.000 | 10.000 |
| 6. | I reći ću vam samo još jednu stvar, Zapamtite Vukovar - Klub veterana / studeni | 5.000 | 5.000 |
| 7. | Društvo turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije / kroz godinu | 10.000 | 10.000 |
| 8. | Edukacija ugostitelja za rad sa gostima s invaliditetom | 15.000 | |
| 9. | Tjedan dizajna Zagreb - Udruga Scuderia Zagreb / svibanj | 15.000 | 10.000 |
| 10. | 12. Susjedgradske jeseni - UIPNOG Potepuhi iz Zagreba / rujan - listopad | | 8.000 |
| 11. | Zagrebački obrtnički sajam - Hrvatska obrtnička komora - Obrtnička komora Zagreb / ožujak - travanj | | 8.000 |

| | | | |
|-----|---|----------------|----------------|
| 12. | Zagreb International Balloon Fiesta - Balon Klub Zagreb / rujan | | 8.000 |
| 13. | NEPLANIRANO | 30.000 | 10.000 |
| | UKUPNO SURADNJA S UDRUGAMA | 185.000 | 139.000 |

| RB | Suradnja s KUD-ovima | Plan 2015. | Plan 2016. |
|----|--|---------------|---------------|
| 1. | Prigorski dan u KD Vatroslav Lisinski - Udruga kulturno-umjetničkih društava zagrebačkog Prigorja Prigorski dan / ožujak | 5.000 | 5.000 |
| 2. | Fašnik u Remetama, Ljeto u Remetama, Blagdan MB Remetske, Susreti naroda i kultura - Udruga FIS Remetski muzikaši i puce / kroz godinu | 30.000 | 15.000 |
| 3. | Jurjevski običaji na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje / travanj | 10.000 | 8.000 |
| 4. | Međunarodni folklorni festival djece i mladih - KUD Preslica / lipanj | 15.000 | 10.000 |
| 5. | Fašnik u Zagrebu - KUD Prepuštovec | 15.000 | |
| | UKUPNO SURADNJA S KUD-ovima | 75.000 | 38.000 |

| RB | Donacije u kulturi | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-------|---|------------|------------|
| 1. | Zagrebačke mažoretkinje | 30.000 | 25.000 |
| 2. | Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado | 60.000 | 50.000 |
| 2.1. | Ljetne večeri s Ansablom Lado | | 30.000 |
| 3. | Muzej za umjetnost i obrt | 70.000 | 30.000 |
| 4. | Muzej grada Zagreba | 35.000 | 30.000 |
| 5. | Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović | 20.000 | 17.000 |
| 6. | Javna ustanova Park prirode Medvednica | 35.000 | 30.000 |
| 7. | Etnografski muzej | 35.000 | 30.000 |
| 8. | Javna ustanova Galerija Klovićevi dvori | 35.000 | 30.000 |
| 9. | Muzej suvremene umjetnosti | 35.000 | 30.000 |
| 10. | Muzej prekinutih veza - MBR kolektiv d.o.o. | 35.000 | 30.000 |
| 11. | Umjetnički paviljon | 60.000 | 80.000 |
| 12. | Hrvatski prirodoslovni muzej | 20.000 | 30.000 |
| 13. | Javna ustanova Maksimir | 30.000 | 25.000 |
| 14. | Botanički vrt Biološkog odsjeka PMF-a Sveučilišta u Zagrebu | 35.000 | 30.000 |
| 15. | Moderna galerija | 30.000 | 30.000 |
| 16. | Hrvatsko narodno kazalište | 30.000 | 30.000 |
| 16.1. | Tajna povijest kazališta - HNK | | 25.000 |
| 18. | Tehnički muzej | 30.000 | 30.000 |
| 19. | Hrvatsko društvo likovnih umjetnika | 30.000 | 30.000 |
| 20. | Umjetnički paviljon izl. J.Miro´ - Djeca iz poplavljenih područja | 33.600 | |
| 21. | Muzej iluzija | 50.000 | 30.000 |
| 22. | Muzej automobila Ferdinand Budicki | 30.000 | 50.000 |
| 23. | Domitrovićeva kula - Kaptol | 150.000 | |
| 24. | Ustanova Zoološki vrt grada Zagreba | | 10.000 |
| 25. | Udruga Lauba | | 15.000 |
| 26. | Arheološki muzej | | 30.000 |

| | | | |
|-----|--|-------------------|-------------------|
| 27. | Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti | | 30.000 |
| 28. | NEPLANIRANO | 20.000 | 30.000 |
| | UKUPNO DONACIJE | 938.600 | 837.000 |
| | SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA | 21.821.200 | 15.882.000 |

PRILOG 3. - POTPORA RAZVOJU DMO-a

| RB | Projekti TZGZ | Plan 2015. | Plan 2016. |
|------|--|------------|------------|
| 1. | Besplatni razgledi grada za Zagrepčane | 12.000 | 20.000 |
| 2. | Proslava Majčinog dana na Zrinjvcu - Društvo Naša djeca grada Zagreba / svibanj | 10.000 | |
| 3. | Uskrsne pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj | 42.200 | 43.000 |
| 4. | ZAGREBAČKI VREMEPLOV | | |
| 4.1. | Promenadni koncerti na Zrinjvcu - udruga Cestagram / travanj - listopad | 420.000 | 310.000 |
| 4.2. | Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - Udruga Zagreb u prošlosti / travanj - listopad | 393.000 | 300.000 |
| 4.3. | Tajne Griča, noćna gornjogradska interaktivna tura - Udruga za očuvanje kulturne baštine Katapult / svibanj - rujan | 380.000 | 300.000 |
| 4.4. | Projekt oživljavanja Gornjeg grada srednjovjekovnim vitezovima - Red Srebrnog zmaja / travanj - listopad | 40.000 | 40.000 |
| 4.5. | Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / travanj - listopad | 110.000 | 110.000 |
| 4.6. | Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad | 670.000 | 650.000 |
| 4.7. | Vergl na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / travanj - listopad | 30.100 | 30.000 |
| 4.8. | Gornjogradska likovna kolonija - Hrvatsko društvo likovnih umjetnika / lipanj - rujan | 120.000 | |
| 4.9. | Folklorna ljetna scena za turiste | | |
| | HSPD Podgorac | 11.000 | 9.000 |
| | HKUD Prigorec Markuševac | 11.000 | 9.000 |
| | FA Turopolje | 11.000 | 9.000 |
| | KUD Valentinovo | 11.000 | 9.000 |
| | FA Vrapčanci | 11.000 | 9.000 |
| | KUD Prepuštovec | 11.000 | |
| | FIS Remetski muzikaši i puce | 11.000 | 9.000 |
| | KUD Frankopan – Remete | 11.000 | 9.000 |
| | KUD Okićka trešnja | 11.000 | 9.000 |
| | KUD Bukovac | 11.000 | 9.000 |
| | KUD Ruža Prigorja | 11.000 | 9.000 |
| | FA SKUD-a Ivan Goran Kovačić | 11.000 | 9.000 |
| | KUD Stenjevec | 11.000 | 9.000 |
| | HKUD Bosiljak | 11.000 | 9.000 |
| | KUD Orač | 11.000 | |
| | KUD Klas Podsused | 11.000 | 9.000 |
| | KPD Sveta Klara | 11.000 | |
| | KUD Sv. Ana | 11.000 | 9.000 |
| | FA Zagreb-Markovac | 11.000 | 9.000 |
| | FS Kolo | 11.000 | |

| | | | |
|-------|---|------------------|------------------|
| | KUD Vidovec | 11.000 | |
| | KUD Prigorski zdenec | | 9.000 |
| | HSPD Sljeme Šestine-Zagreb | | 9.000 |
| 4.10. | Kumice s Dolca, ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / travanj - listopad | 35.000 | 30.000 |
| 4.11. | Promenadni koncerti u Maksimirskom perivoju -Ansambl salonske i promenadne glazbe AS / nedjeljom svibanj - rujan | 157.900 | 120.000 |
| 4.12. | Promenadni koncerti Puhačkog orkestra ZET-a na Zrinjvcu - Puhački orkestar ZET-a / nedjeljom svibanj - listopad | 120.000 | 100.000 |
| 4.13. | Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - udruga Cestagram i udruga Zagrebački cinkuši / lipanj - rujan | 279.500 | 210.000 |
| 4.14. | Plesne večeri na Zrinjvcu - Udruga Cestagram / petkom / srpanj - rujan | 200.000 | 170.000 |
| 4.15. | Ljeto u Maksimiru - Didi sound d.o.o. / srpanj - kolovoz | 70.000 | 60.000 |
| 5. | Koncerti u Zagrebačkim crkvama - brošura | 11.400 | |
| 5.1. | Crkva sv. Dizme | 40.000 | |
| 5.2. | Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad | 30.000 | |
| 5.3. | Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad | 30.000 | |
| 5.4. | 4.sezona ansambla Duo de novo - Ansambl Duo de novo / travanj - rujan | 15.000 | |
| 5.5. | Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan | 30.000 | |
| 6. | 4th Valentines Zagreb Salsa Festival / veljača | 20.000 | |
| 7. | Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / srpanj | 140.000 | 120.000 |
| 8. | Novogodišnji koncert tamburaškog orkestra u HNK za turiste | 100.000 | 80.000 |
| 9. | Uskrсни koncert folklornih društava za turiste GK Komedija / travanj | 61.900 | 55.000 |
| 10. | Dan grada Zagreba, posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada, koncert Zagrebačke filharmonije (KDZ) te ostali programi / svibanj | 50.000 | 10.000 |
| 11. | Svjetski dan turizma, završna priredba na Zrinjvcu / rujan | 30.000 | 15.000 |
| 12. | Zagreb Tourfilm Festival, međunarodni festival turističkog filma - Balduči film d.o.o. / lipanj | | 340.000 |
| 13. | Vivaldi - glazbeni koncert na Zrinjvcu | 20.000 | |
| 14. | NEPLANIRANO | 40.000 | 40.000 |
| | UKUPNO PROJEKTI TZGZ | 3.939.000 | 3.315.000 |

PRILOG 4. - VOLIM ZAGREB

| RB | Volim Zagreb | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|---|-------------------|-------------------|
| 1. | Uređenje školskog vrta - O.Š. Nad lipom, škola s posebnim potrebama / kroz godinu | 5.000 | |
| 2. | Projekt Budi svoj, očuvanje tradicije i kulturne baštine Podsljemena i Dani kruha - KUD Frankopan Remete / kroz godinu | 20.000 | 10.000 |
| 3. | HSPD Sljeme Šestine-Zagreb tradicijske vještine | 10.000 | |
| 4. | Ekološko - edukativni programi u Školi u prirodi u Parku prirode Maksimir i Zaštita i očuvanje podsljemenskih potoka - ŠRU Bukovac - Maksimir / svibanj - rujan | 20.000 | 10.000 |
| 5. | Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće - Gradski ured za obrazovanje / svibanj | 11.000 | 11.000 |
| 6. | Dan ljubaznosti u prometu - PU Zagrebačka / svibanj | 12.500 | 12.500 |
| 7. | Hrvatski farmer - Eko etno tour i Eko etno trade show / travanj | 10.000 | |
| 8. | Udruga za zaštitu okoliša EKO-2000 - Projekt Vratimo Podsused na izletničku kartu Zagreba - Podsusedske svečanosti / rujan-studeni | 10.000 | 7.000 |
| 9. | Lovačka udruga Lasica - Poučna staza Dubravkin put i Čišćenje planinarskih staza Medvednice / kroz godinu: Dan Medvednice / svibanj | 5.000 | |
| 10. | Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj - svibanj | 20.000 | 20.000 |
| 11. | Lijepa naša Sava - Promicanje ekološke svijesti o rijeci Savi / svibanj - srpanj | 10.000 | |
| 12. | Razvrstaj i svrstaj - pokreni se! - Udruga za promicanje kreativnosti Vilibald / kroz godinu | 10.000 | |
| 13. | Festival Artichoke - Centar za osobni i profesionalni razvoj Syncro - Synergy Croatia / listopad | 10.000 | 7.000 |
| | UKUPNO VOLIM ZAGREB | 153.500 | 77.500 |

PRILOG 5. – OGLAŠAVANJE

| RB | Naziv medija | Vrsta publikacije | Jača tržišna zastupljenost | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----|--|--|--|------------|------------|
| 1. | ABTA, ASTA Magazine | godišnji katalog | UK | 20.000 | 20.000 |
| 2. | BUS & HOTEL Report + Reise Aktuell | revija | touropertori i putničke agencije u Njemačkoj | 45.000 | 45.000 |
| 3. | lće i piće | revija | Hrvatska | 30.000 | 15.000 |
| 4. | In Your Pocket | vodič+karta+ internet | posjetitelji u Zagrebu | 50.000 | 50.000 |
| 5. | Jutarnji list | dnevne novine | Hrvatska | 20.000 | 20.000 |
| 6. | Kleine Zeitung | dnevne novine | Austrija | 50.000 | |
| 7. | Restaurant & Hotel | revija | Hrvatska | 10.000 | 5.000 |
| 8. | Svijet u čaši | revija+ enogastromobil | Hrvatska | 20.000 | |
| 9. | UT magazin + City break | revija | Hrvatska | 40.000 | 20.000 |
| 10. | UHPA | godišnji katalog | inozemstvo | 10.000 | 10.000 |
| 11. | Zagreb moj grad | mjesečnik | Hrvatska | 30.000 | 20.000 |
| 12. | Turizam Srbija | mjesečnik | Srbija | 5.200 | |
| 13. | Meridijani | mjesečnik | Hrvatska | 16.900 | |
| 14. | Virtuoso Traveler | revija | SAD | 26.000 | 61.000 |
| 15. | TIP/Profi Reisen | mjesečnik | Austrija | 18.500 | |
| 16. | Horizont | mjesečnik | Slovenija | 10.000 | |
| 17. | Way to Croatia | revija | Hrvatska | 10.000 | |
| 18. | Esplanade Magazine | mjesečnik | Hrvatska | 25.000 | 20.000 |
| 19. | Oglas u posebnom izdanju Večernjeg lista - Putovanja i Enjoy Croatia | prilog dnevnih novina | Hrvatska | 25.500 | 20.000 |
| 20. | Oglas u Slobodnoj Dalmaciji | prilog dnevnih novina | Hrvatska | 15.000 | 15.000 |
| 21. | Oglas Tip Travel | on-line magazin | Hrvatska/svijet | 30.000 | 30.000 |
| 22. | Omnibusrevue | stručni časopis | Austrija, Njemačka, Švicarska | 10.000 | 10.000 |
| 23. | Putovanja v dvoje | revija | Slovenija | 10.000 | 10.000 |
| 24. | Select Traveller | revija | Velika Britanija | 17.500 | |
| 25. | Film Art and Tourism | stručni časopis | Europa - filmski festival | 14.500 | |
| 26. | Hrvaška 2015. | prilog dnevnih novina | Slovenija | 6.200 | 7.000 |
| 27. | Putovanje za dvoje | revija | Hrvatska | 20.000 | 10.000 |
| 28. | Dnevnik | prilog dnevnih novina i on line portal | Slovenija | 8.500 | 9.000 |
| 29. | Insight Design Guide | vodič | Hrvatska | 30.000 | 30.000 |
| 30. | Orizzonti Travel | revija | Italija | 10.000 | |
| 31. | Together | revija | Belgija | 10.000 | |

| | | | | | |
|-----|---|--------------------------|-----------------------------------|------------------|----------------|
| 32. | Gap Travel Guide | katalog | Velika Britanija | 10.800 | |
| 33. | Euro Bonus TRaveller | revija | Danska | 35.000 | |
| 34. | Conde Nast | revija | Velika Britanija | 53.000 | |
| 35. | Die Welt Supplement | prilog dnevnih novina | Njemačka | 30.000 | |
| 36. | Sport Aktiv | Internet, print | Austrija | 20.000 | |
| 37. | Putovanja za dvoje | revija | Srbija | 10.000 | 10.000 |
| 38. | World Horizons | revija | Njemačka | 16.000 | 16.000 |
| 39. | Magazin vjenčanja | revija | Hrvatska | 11.000 | |
| 40. | Bus Blicpunkt | revija za autobusere | Njemačka, Austrija Švicarska | 37.000 | |
| 41. | Lufthansa Inflight i KLM | inflight magazin | svijet - Lufthansa letovi | 200.000 | |
| 42. | Le petit futé-Croatia 15 | katalog | Francuska | 7.800 | 8.000 |
| 43. | Logo u ETOA katalogu | katalog | svijet | 600 | 1.000 |
| 44. | TTG Mena | online časopis, EDM | Bliski Istok | 9.000 | |
| 45. | Travel Weekly | stručni časopis | Velika Britanija | 25.000 | |
| 46. | HI-Europe | revija | Europa - za kineske goste | 11.000 | |
| 47. | TRAVEL | revija | Poljska | 8.000 | |
| 48. | Selling Travel | revija | Velika Britanija | 30.000 | |
| 49. | Advertoriali u Velikoj Britaniji-zakup od strane agencije Hills Balfour | revije, časopisi+ online | Velika Britanija | | 125.000 |
| 50. | Skylines-Austrian Airlines-inflight | inflight magazin | svijet- letovi Austrian Airlinesa | | 100.000 |
| 51. | NEPLANIRANO | | | 50.000 | 65.000 |
| | UKUPNO | | | 1.208.000 | 752.000 |

OGLAŠAVANJE U KONGRESNO-INCENTIVE PUBLIKACIJAMA

| RB | Naziv medija | Vrsta publikacije | Jača tržišna zastupljenost | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|--|------------------------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Croatian Convention & Incentive Magazine | stručni časopis | Hrvatska, kong. burze | 45.000 | 30.000 |
| 2. | I& MI Mice Places - DIY Workbook | godišnji katalog | EU,SAD, Kanada, Azija | 23.400 | 23.500 |
| 3. | Meeting e Congressi | stručni časopis | Italija | 12.200 | |
| 4. | Kongres Magazine | stručni časopis | Slovenija, regija | 23.300 | 15.000 |
| 5. | Meedex PRO | stručni časopis | Francuska | 23.000 | 23.000 |
| 6. | IMEX Frankfurt Catal. | burz. katalog | | 6.900 | 7.000 |
| 7. | IBTM Show Diary | burz. katalog | | 10.000 | 10.000 |
| 8. | Meetin Magazine | stručni časopis | Španjolska | 20.000 | |
| 9. | ICJ Journal / MICE Magazin | stručni časopis | Njemačka | 23.000 | |
| 10. | Biz direkt | stručni časopis | Hrvatska | 11.000 | 8.000 |
| 11. | Poslovni dnevnik | info. gospod. | Hrvatska | 26.300 | 20.000 |
| 12. | MPI online buyer's guide | online | | 3.400 | 5.000 |
| 13. | Conference & Meeting World | stručni časopis | svijet | 15.000 | 10.000 |
| 14. | Poslovni turizam | online | | 15.000 | 15.000 |
| 15. | MIM Europe Magazin | stručni časopis | Velika Britanija | 23.000 | |
| 16. | Liječničke Novine | stručni časopis | Hrvatska | 15.000 | 10.000 |
| 17. | Virtual fam trip Cat publication | online | Velika Britanija | 70.000 | |
| 18. | Conventa katalog | burz. katalog | | 4.000 | 4.000 |
| 19. | Master Meeting Italy's Best | stručni časopis | Italija | 25.000 | 27.000 |
| 20. | Poslovni savjetnik | stručni časopis | Hrvatska | 15.000 | 10.000 |
| 21. | SEEBtm magazin | stručni časopis | Regija | 20.000 | 15.000 |
| 22. | "PUNTO MICE" Croatia Report | | Španjolska | | 17.000 |
| 23. | Meetings International Magazine | BIR (Business intelligence report) | Svijet | | 19.500 |
| 24. | Incentive Travel & Corporate Meetings (ITCM) | online | | | 14.500 |
| 25. | Neplanirano | | | 40.000 | 50.000 |
| | UKUPNO | | | 469.500 | 333.500 |

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

| RB | Naziv | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|--|-------------------|-------------------|
| 1. | Brošura – Sve boje grada | 435.000 | 300.000 |
| 2. | Brošura – Korak po korak | 350.000 | 350.000 |
| 3. | Brošura – Zagrebačka okolica | 350.000 | 300.000 |
| 4. | CD Zagreb | 375.000 | |
| 5. | DVD Zagreb turistički | 150.000 | 80.000 |
| 6. | Monografije | 5.000 | 5.000 |
| 7. | Image brošura | 100.000 | 50.000 |
| 8. | PROGRAM PRIREDBI/INFO | 370.000 | 370.000 |
| 9. | Plan grada – letak | 450.000 | 400.000 |
| 10. | Brošura Gornji grad | 30.000 | |
| 11. | Kongresna brošura dopuna i tisak | 20.000 | |
| 12. | Kongresni DVD - umnožavanje | 10.000 | |
| 13. | Plakati Zagreb | 20.000 | 10.000 |
| 14. | Letak Advent Zagreb | 20.000 | |
| 15. | Brošura Smještaj | 50.000 | |
| 16. | Novine Zagreb4You | 300.000 | 300.000 |
| 17. | Time Out Zagreb | 305.000 | |
| 18. | Brošura Vjenčanja u Zagrebu | 13.500 | |
| 19. | Zagreb Gay Guide | 11.500 | 13.000 |
| 20. | Zagreb Culture & Events Guide | | 120.000 |
| 21. | Zagreb opći vodič- novi | | 250.000 |
| 22. | Zagrebački Vremeplov+Gornji grad+Glazba u crkvama | | 80.000 |
| 23. | Guide Vert Michelin Week-end Zagreb | | 340.000 |
| 24. | Biciklistička karta Zagreba | | |
| 25. | Eat Zagreb-gastro vodič | | 53.000 |
| 26. | Džepni vodič arhitekture Zagreba-eng (DAZ) | | 15.000 |
| 27. | Fotomonografija Zagrebački zidovi-Ulična umjetnost | | 8.000 |
| 28. | Neplanirano | 50.000 | 100.000 |
| | UKUPNO | 3.415.000 | 3.144.000 |

SUVENIRI

| RB | Naziv | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|---|-------------------|-------------------|
| 1. | Kalendari | 50.000 | 20.000 |
| 2. | Kemijske olovke - razne | 50.000 | 50.000 |
| 3. | Knjiga - razno | 10.000 | 10.000 |
| 4. | Licitarska srca | 400.000 | 350.000 |
| 5. | Magneti | 100.000 | 80.000 |
| 6. | Majice sa dotiskom | 100.000 | 80.000 |
| 7. | Privjesci - licitar | 100.000 | 80.000 |
| 8. | Rokovnici | 25.000 | 20.000 |
| 9. | Vezice za mobitel | 80.000 | 80.000 |
| 10. | Podlošci za miša | 20.000 | |
| 11. | Označivač knjiga | 60.000 | |
| 12. | USB stick | 165.000 | 150.000 |
| 13. | Džepni planer | 10.000 | |
| 14. | Stolni kalendar | 11.000 | 10.000 |
| 15. | Kapa šilt | 90.000 | |
| 16. | Oznaka (name tag) za prtljagu | 50.000 | 50.000 |
| 17. | Adventska šalica | 20.000 | |
| 18. | Promotivne vrećice (EKO, papirnate male i A4) | 180.000 | 150.000 |
| 19. | Šalica Zagreb Be There | | 30.000 |
| 20. | Lepeza-Zagrebački vremeplov | | 20.000 |
| 21. | Zagreb a la carte-kartaška igra | | 30.000 |
| 22. | Blok A5 | | 20.000 |
| 23. | NEPLANIRANO | 50.000 | 50.000 |
| | UKUPNO | 1.571.000 | 1.280.000 |

PRILOG 7. – SAJMOVI I PREZENTACIJE

SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ

| RB | Grad | Sajam | Datum | TZGZ m2 | Plan 2015. | Plan 2016. |
|---------------------|-------------|----------------------------------|------------|---------|------------|------------|
| AUSTRIJA | | | | | | |
| 1. | Beč | ReiseSalon-Hoffburg Wien | 20.-22.11. | 8 | 40.000 | |
| BUGARSKA | | | | | | |
| 2. | Sofija | International Tourism Exhibition | 11.-13.2. | 12 | 32.000 | 32.000 |
| BRAZIL | | | | | | |
| 3. | Sao Paolo | WTM Latin America | 23.-25.4. | 9 | 152.000 | 100.000 |
| FRANCUSKA | | | | | | |
| 4. | Pariz | MAP | 19.-22.3. | 9 | 78.000 | |
| HRVATSKA | | | | | | |
| 5. | Zagreb | Place2go | 18.-20.3. | | 30.000 | 30.000 |
| INDIJA | | | | | | |
| 6. | New Delhi | SATTE | 29.-31.1. | 12 | 71.000 | |
| 7. | Mumbai | OTM | 18.-20.2. | 12 | | |
| ITALIJA | | | | | | |
| 8. | Rimini | TTG Incontri | 9.-11.10. | 12 | 50.000 | |
| IZRAEL | | | | | | |
| 9. | Tel Aviv | IMTM | 11.-12.2. | 9 | 89.000 | |
| JAPAN | | | | | | |
| 10. | Tokyo | JATA | rujan | 15 | 70.000 | 100.000 |
| JUŽNA KOREJA | | | | | | |
| 11. | Seoul | KOTFA | 11.-14.6. | 9 | 70.000 | |
| 12. | Seoul | HITS | lipanj | 18 | | 110.000 |
| KANADA | | | | | | |
| 13. | Montreal | Int. Tourism & Travel Show | 21.-23.10. | 12 | | 100.000 |
| KINA | | | | | | |
| 14. | Peking | COTTM | 14.-16.4. | 12 | 70.000 | |
| 15. | Hong Kong | ITE | 12.-15.6. | 9 | 65.000 | 70.000 |
| NIZOZEMSKA | | | | | | |
| 16. | Slaghtarten | Omnibusmesse | 17.-19.4. | 6 | | |
| RUMUNJSKA | | | | | | |
| 17. | Bukurešt | Romanian Tourism Fair | 25.-28.2. | 12 | 52.000 | 50.000 |
| SAD | | | | | | |
| 18. | Los Angeles | Times Travel Show | 17.-19.1. | 9 | | |
| 19. | New York | Times Travel Show | 8.-10.1. | 9 | 90.000 | 80.000 |
| ŠPANJOLSKA | | | | | | |
| 20. | Barcelona | SITC | 15.-17.4. | 12 | 54.000 | 50.000 |
| SINGAPUR | | | | | | |
| 21. | Singapore | ITB Asia | listopad | 9 | 90.000 | 90.000 |

| TAJVAN | | | | | | |
|-----------------------------------|---------------|------------|------------|----|------------------|------------------|
| 22. | Taipei | ITF Taipei | 7.-10.11. | 12 | 80.000 | |
| TURSKA | | | | | | |
| 23. | Istanbul | EMITT | 28.-31.1. | 9 | 60.000 | 90.000 |
| UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI | | | | | | |
| 24. | Dubai | ATM | 5.-8.5. | 12 | 150.000 | |
| 25. | Abu Dhabi | WHTS15 | 20.-21.10. | 9 | 80.000 | |
| 26. | NEPLANIRANO | | | | 50.000 | 100.000 |
| | UKUPNO | | | | 1.523.000 | 1.002.000 |

NASTUPI S HTZ-om

| RB | Grad | Sajam | Datum | TZGZ m2 | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------------------------------|--|--------------|--------------|----------------|-------------------|-------------------|
| AUSTRIJA | | | | | | |
| 1. | Beč | Ferienmesse | 14.-17.1 | 5 | 44.000 | 45.000 |
| BELGIJA | | | | | | |
| 2. | Bruxelles | Vacances | 6.-10.2. | 6 | 45.000 | 45.000 |
| FRANCUSKA | | | | | | |
| 3. | Pariz | MAP | 17.-20.3. | 5 | | 55.000 |
| ITALIJA | | | | | | |
| 4. | Rimini | TTG | 9.-11.10. | | | 45.000 |
| 5. | Milano | BIT | 13.-15.2. | 6 | 39.000 | |
| NIZOZEMSKA | | | | | | |
| 6. | Utrecht | | 12.-17.1. | 5 | 50.000 | 50.000 |
| NJEMAČKA | | | | | | |
| 7. | Munchen | f.r.e.e. | 10.-14.2. | 7 | 81.000 | 85.000 |
| 8. | Berlin | ITB | 9.-13.3. | 6 | 75.000 | 85.000 |
| RUSIJA | | | | | | |
| 9. | Moskva | MITT | 23.-26.3. | 4 | 42.000 | 45.000 |
| SRBIJA | | | | | | |
| 10. | Beograd | IFT | 18.-21.2. | 6 | 15.000 | 20.000 |
| ŠPANJOLSKA | | | | | | |
| 11. | Madrid | FITUR | 20.-24.1. | 7 | 43.000 | 46.000 |
| ŠVICARSKA | | | | | | |
| 12. | Zurich | FESPO | 30.1.-1.2. | 5 | 68.000 | 50.000 |
| UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI | | | | | | |
| 13. | Dubai | ATM | 25.-28.4. | 4 | | 65.000 |
| VELIKA BRITANIJA | | | | | | |
| 14. | London | WTM | 7.-10.11. | 7 | 100.000 | 100.000 |
| | UKUPNO NASTUPI S HTZ-om | | | | 602.000 | 736.000 |
| | UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ-om | | | | 2.125.000 | 1.738.000 |

PRILOG 8. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

| RB | Grad | Burza | Datum | TZGZ | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|---------------|-------------------|----------------|-------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Ljubljana | Conventa | 20.01.-21.01. | 4 | 23.500 | 24.000 |
| 2. | Istanbul | ACE of M.I.C.E. | 16.03.-18.03. | 9 | 32.400 | 33.000 |
| 3. | Pariz | Meedex | 24.03.-25.03. | 4 | 49.600 | 50.000 |
| 4. | Moskva | MICE Forum | | 6 | 26.500 | |
| 5. | | MITM Euromed | | 6 | 34.000 | |
| 6. | Frankfurt | IMEX | 19.04.-21.04. | 4 | 195.000 | 195.000 |
| 7. | London | The Meetings Show | 14.06.-16.06. | 6 | 59.000 | 63.000 |
| 8. | Las Vegas | IMEX America | 18.10.-20.10. | 4 | 150.000 | 100.000 |
| 9. | Barcelona | IBTM World | 29.11.- 01.12. | 4 | 180.000 | 190.000 |
| 10. | NEPLANIRANO | | | | 50.000 | |
| | UKUPNO | | | | 800.000 | 655.000 |

PRILOG 9. – RASHODI TIC - evi**TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA**

| RB | Opis | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Usluge student servisa | 60.000 | 60.000 |
| 2. | Usluge najma | 110.000 | 110.000 |
| 3. | Radna odjeća | 15.000 | 10.000 |
| 4. | Potrošnja električne energije i plina | 45.000 | 45.000 |
| 5. | Troškovi telefona, internet | 20.000 | 20.000 |
| 6. | Usluge održavanja | 11.000 | 15.000 |
| 7. | Tekuće i investicijsko održavanje | 20.000 | 20.000 |
| 8. | Održavanje aplikacije | 15.000 | |
| 9. | Komunalne usluge | 10.000 | 23.000 |
| 10. | Uređenje prostora | 15.000 | 15.000 |
| 11. | Troškovi reprezentacije | 15.000 | 15.000 |
| 12. | Literatura (glasila, časopisi..) | 10.000 | 10.000 |
| 13. | Ostali nespomenuti rashodi | 10.000 | 5.000 |
| | Ukupno: | 356.000 | 348.000 |

TIC - ZRAČNA LUKA

| RB | Opis | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Usluge student servisa | 30.000 | 35.000 |
| 2. | Usluge najma | 20.000 | 20.000 |
| 3. | Radna odjeća | 5.000 | 5.000 |
| 4. | Potrošnja električne energije i plina | 10.000 | 10.000 |
| 5. | Troškovi telefona, internet | 5.000 | 5.000 |
| 6. | Usluge održavanja | 4.000 | 4.000 |
| 7. | Tekuće i investicijsko održavanje | 10.000 | 5.000 |
| 8. | Komunalne usluge | 4.000 | 4.000 |
| 9. | Uređenje prostora | 5.000 | 5.000 |
| 10. | Literatura (glasila, časopisi..) | 5.000 | 5.000 |
| 11. | Ostali nespomenuti rashodi | 2.000 | 2.000 |
| | Ukupno: | 100.000 | 100.000 |

TIC - GLAVNI KOLODVOR

| RB | Opis | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|----------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Usluge student servisa | 25.000 | 30.000 |
| 2. | Usluge najma | 30.000 | 80.000 |
| 3. | Radna odjeća | 5.000 | 5.000 |
| 4. | Uređenje prostora | 2.000 | 2.000 |
| 5. | Literatura (glasila, časopisi..) | 5.000 | 5.000 |
| 6. | Ostali nespomenuti rashodi | 3.000 | 3.000 |
| | Ukupno: | 70.000 | 125.000 |

TIC - AUTOBUSNI KOLODVOR

| RB | Opis | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Usluge student servisa | 30.000 | 40.000 |
| 2. | Usluge najma | 110.000 | 110.000 |
| 3. | Usluge najma reklamnog prostora | 65.000 | 65.000 |
| 4. | Radna odjeća | 5.000 | 5.000 |
| 5. | Potrošnja el. energije i plina | 17.000 | 17.000 |
| 6. | Troškovi telefona, internet | 12.000 | 12.000 |
| 7. | Usluge održavanja | 35.000 | 35.000 |
| 8. | Tekuće i investicijsko održavanje | 5.000 | 5.000 |
| 9. | Održavanje aplikacije | 20.000 | |
| 10. | Komunalne usluge | 8.000 | 8.000 |
| 11. | Uređenje prostora | 20.000 | 5.000 |
| 12. | Literatura (glasila, časopisi..) | 5.000 | 5.000 |
| 13. | Ostali nespomenuti rashodi | 8.000 | 5.000 |
| | Ukupno: | 340.000 | 312.000 |

TIC - LOTRŠČAK

| RB | Opis | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|------------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Usluge student servisa | 30.000 | 55.000 |
| 2. | Usluge najma | 60.000 | 60.000 |
| 3. | Radna odjeća | 5.000 | 5.000 |
| 4. | Troškovi telefona, internet | 5.000 | 10.000 |
| 5. | Tekuće i investicijskog održavanje | 2.000 | 3.000 |
| 6. | Uređenje prostora | 5.000 | 2.000 |
| 7. | Literatura (glasila, časopisi..) | 2.000 | 2.000 |
| 8. | Ostali nespomenuti rashodi | 3.000 | 3.000 |
| | Ukupno: | 112.000 | 140.000 |

ZAGREBAČKI INFORMATORI

| RB | Opis | Plan 2015. | Plan 2016. |
|-----------|------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | Usluge student servisa | 280.000 | 0 |
| 2. | Radna odjeća | 27.000 | 0 |
| | Ukupno: | 307.000 | 0 |