



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED

PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU

Zagreb, listopad 2016.

Program rada i financijski plan za 2017. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2017. godinu, zakonom utvrđenim zadaćama svih turističkih zajednica, potrebama grada Zagreba, posebnim uputama Hrvatske turističke zajednice, najavljenim izmjenama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama kojim se predlaže dodatno smanjenje stope članarine za 5%, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada i financijski plan za 2017. godinu.

Sadržaj

Uvod.....	03
1. Struktura marketing miksa	
I. Administrativni rashod.....	09
II. Dizajn vrijednosti.....	11
III. Komunikacija vrijednosti.....	16
IV. Distribucija i prodaja vrijednosti.....	20
V. Interni marketing.....	22
VI. Marketinška infrastruktura.....	24
VII. Transfer boravišne pristojbe gradu.....	24
2. Financijski plan	
VIII. Prihodi.....	27
IX. Rashodi.....	28
X. Rekapitulacija.....	30
3. Prilozi	
Prilog 1. Rashodi ureda.....	32
Prilog 2. Potpore događanjima.....	33
Prilog 3. Potpora razvoju DMO-a.....	45
Prilog 4. Volim Zagreb.....	47
Prilog 5. Oglašavanje.....	48
Prilog 6. Brošure i suveniri.....	50
Prilog 7. Sajmovi	52
Prilog 8. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	54
Prilog 9. Kandidature za stručne skupove i potpore skupovima.....	55
Prilog 10. Rashodi TIC – evi	57

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, kolovozu i rujnu 2016. godine pokazuju turističku orijentaciju, a optimistični pozitivni podaci se pokazuju na svakomjesečnoj razini u 2016. godini.

Grad Zagreb posljednjih je godina unaprijedio i povećao ponudu smještajnih kapaciteta – 2013. godine grad je raspolagao s 6.804 kreveta u 49 hotela, 5.131 kreveta u različitim smještajnim objektima i 1.784 kreveta u privatnom smještaju. U 2014. godini nudio je 6.945 kreveta u 53 hotela, 5.588 kreveta u različitim smještajnim objektima i 2.480 kreveta u privatnom smještaju, dok je u 2015. godini Zagreb raspolagao s 7.165 kreveta u 53 hotela, 2.074 kreveta u hostelima, 3.476 kreveta u različitim smještajnim objektima i 3.448 kreveta u privatnom smještaju. U rujnu 2016. godine u Zagrebu je bilo 54 hotela 5*, 4*, 4/3*, 3* i 2*, zatim 46 hostela, 1409 privatna iznajmljivača, 2 seoska domaćinstva i 10 drugih smještajnih objekata.

Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci 2016. godine iznosi 47,13% u hotelima s 5*, 52,64% u hotelima s 4*, 33,51% u hotelima s 4/3*, 50,54% u hotelima s 3* i 33,03% u hotelima s 2*. Prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci hotelskih kapaciteta iznosi 49,91%, u hostelima 28,90%, a u privatnom smještaju 27,46%. Posebno se ističe porast otvaranja privatnog smještaja i to 40% u odnosu na prvih 9 mjeseci 2015. godine (456 novoootvorenih privatnih iznajmljivača, dok je zatvoreno 84 privatna iznajmljivača).

Posljednji pokazatelji ukazuju na oporavljanje hrvatske i svjetske ekonomije uz oprez predviđanja za 2017. godinu, no za očekivati je da će nakon turistički pozitivnih pokazatelja u 2016. godini i 2017. godina biti kvalitetnija od 2016. 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 uvidavnosti 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 2017. 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. I nadalje je aktualno provedeno istraživanje „Procjena tržišnog potencijala poslovnog „MICE“ turizma u gradu 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.

Najavljeno otvaranje novog terminala Međunarodne zračne luke Zagreb za proljeće 2017. godine, daje optimističan pogled prema rastu turizma, boljoj povezanosti s Europom i svijetom, dodatnu aktivaciju niskobudžetnih letova koji su direktno povezani ne samo s porastom „city break“ putovanja, nego se koriste i za službena. Otvaraju se mogućnosti otvaranja novih i dalekih tržišta, a primijenjen ovogodišnji princip s direktnom linijom iz Kanade, daje izuzetno pozitivnu sliku otvaranja dosad nepostojećih linija dalekih tržišta. 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 te potpuno novog turističko informativnog centra koji će dostojno predstavljati Zagreb.

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“. Izrazito je bitno nastaviti profilirati Zagreb i kao „city break“ destinaciju te razvijati turističke proizvode kroz integriranu suradnju svih dionika.

Domicilne putničke agencije uglavnom usmjeravaju i dalje svoje aktivnosti prema aranžmanima za inozemstvo. Anketiranje vodiča 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 vodiča te prehrane.

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. 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 okolici, 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. Novo istraživanje stavova i potrošnje turista i posjetitelja Zagreba će se provesti u 2017. godini kako bi se dobili recentni podaci za strateško planiranje i implementiranje. Ujedno se očekuje istraživanje i rezultati potrošnje i utjecaja cjelokupnog projekta Advent u Zagrebu kako bi se dobila analitička slika razvijenog i sveobuhvatnog proizvoda adventa.

Program rada za 2017. godinu Turističkog ureda Turističke zajednice grada Zagreba, baziran je na specifičnostima turističke industrije grada Zagreba, marketinškom planu turističkog razvoja Zagreba, svim ovogodišnjim smjernicama Hrvatske turističke zajednice, Zakonu o turističkim zajednicama, a uvažavajući i određene projekte grada Zagreba. Program rada je uvjetovan i ekonomskim prilikama i predviđanjima koji se sustavno prate od 2009. godine te se traži oprezno planiranje i poslovanje. Najavljene su ponovne izmjene Zakona o članarinama u turističkim zajednicama s dodatnim smanjenjem stope za obračun turističke članarine za 5% što ima najveći utjecaj na financijske prihode TZGZ-a u sljedećoj godini s obzirom na udio turističke članarine u financiranju TZGZ-a. Posebno treba napomenuti poboljšanje rada porezne uprave što je rezultat bolje naplate članarine i uključivanje većeg broja obveznika što je na kraju rezultiralo manjim padom prihoda od članarine zbog zakonskog smanjenja stope u odnosu na očekivano i planirano.

Turistička zajednica grada Zagreba dala je izraditi novi Strateško operativni marketinški plan 2017.-2020. godina s obzirom da je dosadašnji Operativni marketinški plan napravljen do 2016. godine. Namjera je bila promatrati i planirati kraće razdoblje zbog sveukupnosti i ubrzanosti promjena u turizmu kako svjetskom, tako i europskom pri čemu nije više moguće planirati razdoblja duža od pet godina. Ujedno se uvidjela i znatna promjena u povećanju i dolazaka i noćenja u Zagrebu od predviđenih pa je i bolje planirati na kraća razdoblja kako bi se bolje anticipirale promjene. Kroz susrete s partnerima te niz sastanaka i radionica s Izvršiteljem došlo je do stvaranja novog seta strateških ciljeva na temelju kojih se i provodi sljedeće plansko razdoblje.

Uzimajući u obzir prethodne postavke, osnovni su ciljevi marketinške politike Turističke zajednice grada Zagreba u 2017. određeni kako slijedi:

- 1) Stvoriti veću dodanu vrijednost boravka u destinaciji
 - Razviti Zagreb kao cjelogodišnju destinaciju kroz fokusirani razvoj turističkih proizvoda
 - Unaprijediti ključne turističke proizvode destinacije, posebice kratki odmor – city break

- Valorizirati nedovoljno iskorištene resurse i stvoriti dodatne motive dolaska u destinaciju, zadržavanje i unapređenje pozicije grada Zagreba kao atraktivne kongresno-turističke destinacije – aktivnosti promocije – online i offline, prezentacije i sajmovi te aktivnosti kongresnog ureda
- 2) Povećati efikasnost marketinških aktivnosti
 - Konzistentno komunicirati i primjenjivati turistički brend Zagreba
 - Provoditi integrirane marketinške kampanje na ciljnim tržištima, fokusirane prema ciljnim segmentima gostiju te otvaranje novih tržišta
 - Kontinuirano podizati prepoznatljivost Zagreba kao kongresne i turističke destinacije
 - 3) Inovirati sustav upravljanja turizmom destinacije
 - Kontinuirano stvarati intelektualni kapital turističke zajednice kojim se omogućava donošenje efikasnih poslovnih odluka
 - Inovirati interne i eksterne procese kako bi se povećala efikasnost
 - Razvijati B2B komunikaciju i odnose radi uravnoteženog i uključivog razvoja upravljanja destinacijom na svim razinama
 - Korištenje modernih tehnologija u kreiranju, stvaranju i promoviranju ponude

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. U 2016. godini u potpunosti je implementiran nacionalni sustav e-visitor kao jedinstvena prijava i odjava gostiju. TZGZ se uključila od samih početaka u stvaranje novog sustava te je sudjelovala u prilagodbi svih smještajnih objekata na novi sustav.

Sukladno odrednicama programa za 2017. 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 2017. godini nastavit će se s aktivnostima koje su započete tijekom 2016. godine, odnosno koje su dodatno osuvremenjene kako bi bolje odgovarale novim potrebama. Ovdje bi posebno istakli vizuale i sveobuhvatan pristup ljetnoj i zimskoj oglašivačkoj kampanji – Zagreb Summer Tour i Advent in Zagreb, izdavanje turističkih novina Zagreb times i Zagreb4you, izrađivanje potpuno nove opće brošure Zagreba, razvijanje integrirane umjetničke manifestacije Bijela noć te originalnog i autentičnog događanja Design District, dorađen i poboljšan 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, dokumentaraca...) koristeći na taj način instrument dojma samih posjetitelja koji je uvjerljiviji od samostalnog direktnog marketinga. Dodatno usmjerenje dobili smo i priznanjem nezavisnog portala European Best Destinations za najbolji božićni sajam 2016. godine kao i godišnja hrvatska turistička nagrada Hrvatske turističke zajednice za turistički događaj godine – Advent u Zagrebu. To je i razlog dodatnog profiliranja, brendiranja i širenja adventske ponude Zagreba.

Turistička zajednica, slijedom analize dolazaka i noćenja za prvih 9 mjeseci 2016. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 1.055.000 dolazaka i 1.900.000 noćenja. Obzirom na različitost metode obrade statističkih podataka (Državni zavod za statistiku broji noćenja i u kušet kolima), Turistička zajednica procjenjuje da će 2017. godine biti 2.000.000 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 2016. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 822.586 dolazaka i 1.483.297 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 117.955 dolazaka te 215.505 noćenja (14,53% ukupnih noćenja), a strani turisti 704.631 dolazaka i 1.267.792 noćenja (85,47% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2015. godinu, ostvaren je porast broja dolazaka turista za 5% (domaći dolasci su na razini prošle godine, a strani veći za 6%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 11% (domaća noćenja su veća za 1%, a strana veća za 13%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: Koreja 72.883 (1% manje nego u istom razdoblju 2015. godine), Njemačka 45.949 (4% više), SAD 43.218 (na razini 2015.g.), Italija 39.712 (9% više), Španjolska 28.301 (7% manje), a potom slijede turisti iz Ujedinjenog Kraljevstva, Bugarske, Kine, Bosne i Hercegovine i Francuske. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz SAD-a 91.041 (na razini 2015.g.), Koreje 85.947 (3% više), Njemačke 84.641 (8% više), Italije 76.221 (9% više), Ujedinjenog Kraljevstva 61.892 (13% više), a potom slijede turisti iz Španjolske, Bosne i Hercegovine, Francuske, Srbije i Bugarske. Značajan porast broja dolazaka turista u Gradu Zagrebu tijekom razdoblja siječanj – rujan 2016. godine u odnosu na isto razdoblje 2015. godine ostvarili su turisti iz Indije (87% više), Ostalih azijskih zemalja (50% više), Ukrajine (48% više), Turske (38% više), Belgije (32% više), Češke (28% više), Švicarske (27% više) te Kanade (17% više). Ostvaren je i značajan porast broja noćenja turista iz Indije (55% više), Turske (51% više), Belgije (44% više), Ostalih azijskih zemalja (39% više), Švicarske (35%), Rumunjske (34%), Češke (33% više) i Kanade (23% više).

Stoga je važno napomenuti kako se i u prvih 25 zemalja prema najvećem broju dolazaka ističu promjene u poretku broja dolazaka turista iz Turske (s 34. mjesta u 2015. godini na 25. mjesto u 2016. godini), Švicarske (s 25. na 21. mjesto), Belgije (s 26. na 22. mjesto) i Ostalih azijskih zemalja (s 21. na 19. mjesto), a značajni pomaci u poretku prema najvećem ostvarenom broju noćenja su iz Turske (s 29. na 25. mjesto), Poljske (s 19. na 15. mjesto), Ostalih azijskih zemalja (s 20. na 16. mjesto) i Belgije (s 26. na 23. mjesto).

U cilju ostvarenja turističke politike u 2017. godini, a sukladno odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma o ciljevima i zadaćama turističkih zajednica, Strateško operativnom marketinškom planu turizma grada Zagreba, metodologijom i uputama, Turistička zajednica grada Zagreba izradila je Program rada i financijski plan za 2017. godinu.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA
ZA 2017. 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: 7.960.000

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: 3.522.000

3. Rashodi TIC – evi

Tijekom 2017. godine Turistički informativni centri u najužem središtu grada – TIC na Trgu bana Jelačića i kula Lotrščak kao i oni izvan centra – Zračna luka, Glavni i Autobusni kolodvor, biti će svakodnevno i to tijekom cijele godine dostupni turistima, posjetiteljima i građanima Zagreba.

Prikupljanje, obrada i svakomjesečno publiciranje informacija te kvalitetno pružanje istih posjetiteljima kako u izravnom kontaktu, tako i putem telefona ili elektronske pošte obavljati će se u svim info-centrima.

U novoizgrađenoj Međunarodnoj zračnoj luci „Franjo Tuđman“, čije otvaranje se planira u prvoj polovici 2017. godine, predviđen je između ostalog i prostor za novi, suvremeni Turističko-informativni centar koji će zbog povećanja broja putnika pa samim time i opsega posla imati produljeno radno vrijeme te će biti osnažen s dodatnim kadrovima. TIC u postojećoj zgradi zračne luke će se prestati koristiti, dok će se u novoj zgradi početni radovi, uz već odrađeno dizajniranje i projektiranje u 2016. godini, nastaviti i u 2017. godini kako bi se na vrijeme završile sve potrebne aktivnosti.

S radom nastavlja TIC na Autobusnom kolodvoru budući da je produljen ugovor s Autobusnim kolodvorom Zagreb na sljedećih pet godina po postojećim uvjetima.

Na Glavnom kolodvoru Zagreb uređuju se odnosi oko poslovnog prostora za TIC sukladno uvjetima poslovanja Hrvatskih željeznica za naredno razdoblje

Najava najznačajnijih događanja posjetiteljima će biti omogućena i putem projekcijskih ekrana u izlozima dvaju TIC-eva (Trg bana J. Jelačića i Autobusni kolodvor), a izravna 24-satna dostupnost bit će moguća i putem interaktivnog turističkog samostojećeg poslužitelja u središnjem TIC-u.

Uz temeljni posao svih TIC-eva koji se odnosi na davanje informacija i nadalje će se svakodnevno voditi statistika o broju posjetitelja u svim TIC-evima.

Tijekom godine sukladno pojedinim izvanrednim događanjima (npr. „Maraton Zagreb-Čazma“, „Bijela noć“ i sl.), radno vrijeme središnjeg TIC-a kao i TIC-a u kuli Lotrščak bit će prilagođeno i produljeno u skladu s praćenjem pojedinih manifestacija.

Uz prethodno navedeno, za pojedine specifične i značajnije manifestacije ili događanja bit će organizirani i mobilni info-punktovi na lokacijama koje će se naknadno utvrditi s organizatorima istih. Prilog 10.

OD i ostala primanja radnika: 3.100.000

Ostali troškovi: 976.000

Planirana sredstva: 4.076.000

4. Rashodi za rad tijela: Naknada TV i NO

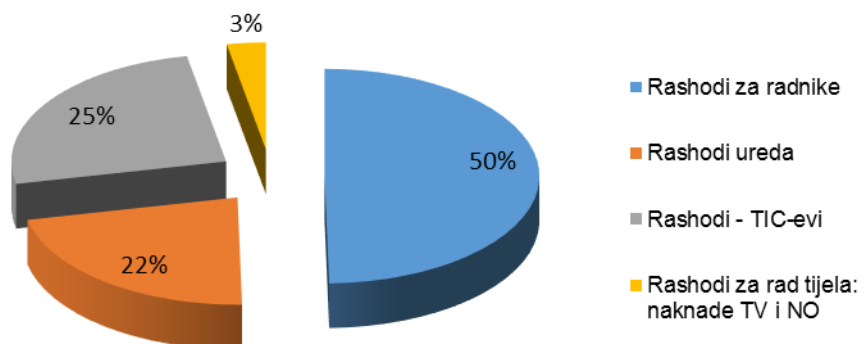
Sredstva su planirana za naknade članovima Turističkog vijeća i Nadzornog odbora.

Planirana sredstva: 470.000

I. UKUPNO ADMINISTRATIVNI RASHODI

16.028.000

Administrativni rashodi



II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Projekt ukrašavanja ulica i trgova centra grada visećim cvjetnim košaricama koje se postavljaju po rasvjetnim stupovima i kandelabrima nastavlja se i u narednoj godini. Ovaj projekt jedan je od niza aktivnosti koje imaju za cilj stvaranje ljepšeg ugođaja i klime dobrodošlice u destinaciji te ujedno doprinosi i održavanju slike Zagreba kao grada kontinentalnog i mediteranskog ozračja.

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 ka poboljšanju uvjeta boravka gostiju i generiranju veće turističke potrošnje.

TZGZ će svoje aktivnosti usmjeriti upravo prema poticanju spomenutih manifestacija, pružanjem podrške kako u promidžbenom i financijskom, tako i u savjetodavnom i logističkom smislu, a sve u skladu sa svojim zadaćama i ciljevima.

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 originalnim sadržajem, inovativnim scenskim prikazima i zanimljivom interakcijom - od onih temeljenih na legendama ili povijesnim likovima, gastronomiji ili mračnim tajnama grada, do razgleda najrazličitijim prijevoznim sredstvima.

TZGZ podupire i projekte koji imaju za cilj edukaciju i razvijanje svijesti o vrijednosti i učincima turizma te potrebi i važnosti zaštite okoliša i životne sredine, kao i očuvanju povijesne, kulturne i etnološke baštine.

Unatrag nekoliko godina u Zagrebu se redovito odvijaju različiti festivali hrane i vina koji potvrđuju Zagreb kao eno i gastro destinaciju te posjetiteljima na zanimljiv način predstavljaju tradicionalnu zagrebačku kuhinju.

Zagreb je zahvaljujući kvalitetnoj sportskoj infrastrukturi već tradicionalno domaćin velikih internacionalnih sportskih susreta i prvenstava. Ono što prvenstveno privlači velik broj domaćih i stranih posjetitelja, ljubitelja sporta, jest atraktivnost i zabavni karakter ovakvih manifestacija koje nerijetko uključuju i dodatne programe. Uz dolazak stranih sportaša takve manifestacije doprinose i boljoj popunjenosti smještajnih kapaciteta, kao i većoj ukupnoj turističkoj potrošnji u vrijeme njihova održavanja. Dodatnoj promociji grada Zagreba posebno doprinosi održavanje sportskih manifestacija međunarodnih razmjera, budući da su iste popraćene s osobitom pozornošću i od strane inozemnih medija. Od sportskih manifestacija od iznimnog značaja za Zagreb ističe se slalomska utrka Svjetskog skijaškog kupa Snježna kraljica kao jedna od najspektakularnijih i najgledanijih utrka Svjetskog skijaškog kupa, čime svake godine privlači velik broj svjetskih medija kao i zaljubljenika u skijaški sport. Također, u 2017. godini će se na poseban način obilježiti 50. godišnjica 1. utrke FIS Svjetskog kupa u alpskom skijanju u svijetu. Memorijal Borisa Hanžekovića atletske je spektakl koji isto tako iz godine u godinu privlači velik broj posjetitelja i okuplja svjetske atletske zvijezde. Konačno, velik interes posjetitelja se očekuje i tijekom održavanja manifestacije međunarodnog karaktera, IV. Hrvatskih svjetskih igara u kojima sudjeluju Hrvati iz cijelog svijeta.

Turistička zajednica grada Zagreba posljednjih nekoliko godina intenzivno radi na razvoju i snažnoj promociji turističkog proizvoda „Advent u Zagrebu“ u cilju brendiranja Zagreba kao prepoznatljive turističke destinacije u vrijeme Adventa. O uspjehu i kvaliteti „Adventa u Zagrebu“ svjedoči osvojeno prvo mjesto u izboru koji provodi nezavisni portal European Best Destination, i to u konkurenciji dvadeset gradova, među kojima su većinom destinacije već dobro poznate po božićnim sajmovima. Programi u okviru Adventa u Zagrebu održavaju se na ulicama i trgovima u cijelom gradu. Iz godine u godinu sve su bogatiji inovativnim konceptima i novim atraktivnim lokacijama, šireći na taj način prepoznatljivu kulturu dnevnog boravka i na zimski period. Zahvaljujući kreativnim programima i novotkrivenim lokacijama Zagreb postaje prepoznatljiv kao osobito atraktivan i ugodan grad te kao mjesto tople atmosfere i dobre zabave za vrijeme Adventa.

Zagreb je grad bogatog i raznovrsnog kulturno-umjetničkog života s brojnim povijesnim i umjetničkim sadržajima te bogatom kulturnom baštinom, a domaćin je i brojnih međunarodnih

kulturnih manifestacija.

TZGZ surađuje s brojnim institucijama iz područja kulture koje se nastoji potaknuti na unapređenje postojećih kao i na inovativan razvoj novih sadržaja s ciljem obogaćivanja ponude i snažnijeg razvoja identiteta grada Zagreba kao grada kulture. Od manifestacija koje obogaćuju kulturnu ponudu grada Zagreba u 2017. godini posebno se izdvaja Bijela noć, jedinstvena noć umjetnosti koja je prvi puta održana u okviru Festivala Francuske u Hrvatskoj 2015. godine, a tradicija je održavanja iste u Parizu i drugim svjetskim gradovima. U 2016. godini Zagreb je ponovno bio dio svjetske priče koja je ujedinila brojne umjetničke intervencije i kulturna događanja te obogatila turističku ponudu grada Zagreba. Obzirom na pozitivne reakcije - kako građana, tako i turista, TZGZ je odlučila tradicionalno obilježavati ovu jedinstvenu kulturno-umjetničku manifestaciju.

Urbani projekt Art park Zagreb koji je prošle godine izazvao oduševljenje brojnih građana i posjetitelja revitalizacijom zapuštenog parka u središtu grada, organizacijom tematskih radionica i drugih sadržaja i u ovoj godini će objediniti zagrebačku street-art scenu koja svojim djelovanjem smješta grad Zagreb uz bok najvećim svjetskim metropolama te projektnim aktivnostima doprinosi bogatstvu i raznolikosti turističke i kulturne ponude grada Zagreba.

Design District Zagreb nastavlja se i u 2017. godini. Festival po prvi puta održan 2016. godine, a usmjeren na promociju lokalne kreativne scene unutar zagrebačke četvrti koja se prostire uz Martićevu ulicu povezuje brojne dizajnere, arhitekte i aktiviste koji u festivalu pronalaze platformu za provedbu vlastitih projekata – od onih koji promoviraju domaću dizajnersku i arhitektonsku baštinu do projekata usmjerenih ka dizajnerskom eksperimentu ili stvaranju novih urbanih sadržaja, čime uz stvaranje dodatnog jedinstvenog kulturno-turističkog sadržaja doprinosi i promidžbi hrvatskog dizajnerskog proizvoda.

Osim gore spomenutih, važno je istaknuti i već tradicionalne, veoma vrijedne manifestacije poput Međunarodne smotre folklor, Ljeta u MSU, Medvedgradskih glazbenih večeri i mnogih drugih koje obogaćuju kulturno-turističku ponudu grada Zagreba.

Pružajući potporu modnim događanjima koja se odvijaju u Zagrebu i koja okupljaju brojne posjetitelje, kao i modna imena iz inozemstva, TZGZ pomaže promociji hrvatskog dizajna i dizajnera.

TZGZ će u 2017. godini nastaviti s pružanjem potpore raznim festivalima koji se u velikom broju održavaju u Zagrebu tijekom godine. Festivalna atmosfera uličnih, glazbenih, kazališnih, gastro i drugih festivala svake godine privlači tisuće posjetitelja iz cijelog svijeta.

Tradicionalne manifestacije koje u ljetnom periodu stvaraju posebnu atmosferu u centru grada, kao što su Međunarodni ulični festival Cest is d best i Ljeto na Štrošu ispunjavaju zagrebačke ulice i trgove pozitivnom energijom i zabavom oduševljavajući brojne posjetitelje. I nadalje se namjerava podržavati jedan od najboljih europskih festivala - INmusic festival, koji će se ove godine održati dvanaesti put.

Redovito se ostvaruje suradnja s drugim turističkim zajednicama kojima se pruža podrška prilikom prezentacije njihove turističke ponude u Zagrebu, a čime se pokazuje osobito poštovanje prema običajima i kulturi iz čitave Hrvatske. Podupire se i rad kulturno-umjetničkih društava iz Zagreba s ciljem očuvanja bogate kulturno umjetničke tradicije i običaja njihovog kraja, kao i prezentacije istih turistima. Također, nastavlja se i suradnja s brojnim udrugama na području Grada Zagreba.

Tijekom godine, na osobit način su zanimljivi i filmski festivali, neki i s dugogodišnjom tradicijom, zatim atraktivna kina na otvorenom te projekti s filmskom tematikom koji obogaćuju turističku ponudu tijekom godine i vesele ljubitelje sedme umjetnosti.

Kulturne ustanove kao čuvari kulturne baštine koje promoviraju identitet grada podržavaju se u okviru donacija u kulturi. Spomenutim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnji program rada ili za posebne projekte ili izložbe od posebnog značaja poput izložbe Dagmar Meneghella - Hvar u Zagrebu, što u konačnici generira i veći turistički promet.

Dio potpora projektima i manifestacijama dodjeljuje se prema sugestiji i u koordinaciji s Gradom, Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i sport s naglaskom na utjecaj istih na obogaćenje turističke ponude grada Zagreba. Turističko vijeće TZGZ-a razmatra svaku preporuku Grada 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 te 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	250.000
NK Dinamo	562.000
RK Zagreb	300.000
VK Mladost	480.000
KK Cibona	480.000
KK Cedevisa	250.000

Planirana sredstva: 17.829.000

3. **Potpora 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 sinergije između ideja djelatnika i prijedloga sugrađana, te se realiziraju u suradnji s društvima i udrugama.

Rezultat ovih projekata je dostupnost različitih zabavnih, ali i poučnih sadržaja vezanih za povijest i kulturu Zagreba, baziranih na povijesnim činjenicama, pričama i legendama koje šire pozitivno ozračje među građanima i posjetiteljima, ostavljajući dojam o Zagrebu kao o šarmantnom i ugodnom gradu. Spomenuti programi nude niz zanimljivih turističkih sadržaja na otvorenom koji su dostupni City break turistima uglavnom tijekom vikenda, ali i u drugo vrijeme.

U okviru ovih projekata ističu se tradicionalni programi Zagrebačkog vremeplova, projekt Dvorišta koji je polučio veliki uspjeh te festival turističkog filma Zagreb Tourfilm Festival, čiji je temeljni cilj nagraditi film i audiovizualnu produkciju koja promovira turizam.

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

Planirana sredstva: 3.156.500

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

Jedan od važnih načina promidžbe Zagreba kao turističke destinacije na inozemnom i domaćem tržištu je prisutnost ponude grada u prodajnim programima i katalogima touroperatora, avioprijevoznika te ostalih organizatora putovanja.

Direktnom suradnjom s touroperatorima i putničkim agencijama potiče se kreiranje novih turističkih proizvoda ili stvaranje dodatne vrijednosti na temelju već postojeće turističke ponude. 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 koje organiziraju charter letove za Zagreb.

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.

Osim za navedene skupove, planiraju se potpore za candidature međunarodnih skupova i potpore značajnijim dobivenim skupovima. Prilog 9.

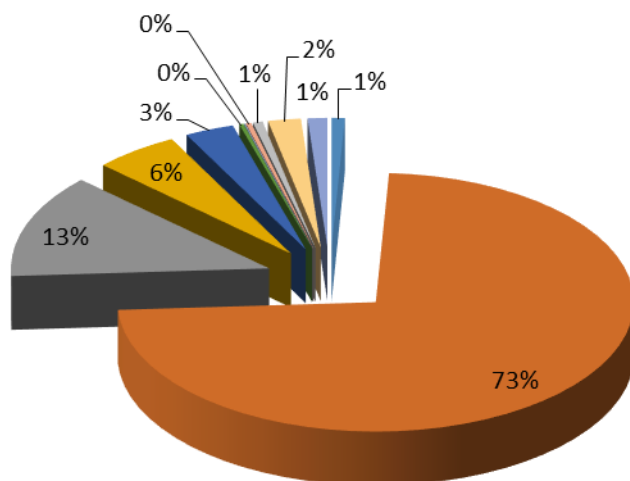
Planirana sredstva: 750.000

6. **Projekt : Volim Zagreb**

Cilj projekta „Volim Zagreb“ temelji se na očuvanju turističkog prostora i poticanju unapređenja turističkog okruženja, zaštite okoliša kao i etnološkog, povijesnog i kulturnog nasljeđa. TZGZ nastavlja suradnju s PU Zagrebačkom na projektu Dan ljubaznosti u prometu, kao i s Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i sport te 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 2017. 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:	66.000
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	
	Značajan broj građana i turista privlače brojne znamenitosti, kulturna baština i programi kulturnih ustanova te bogatstva i raznovrsnost kulturnih događanja i sadržaja u Zagrebu. Zagreb je domaćin brojnih međunarodnih kulturnih manifestacija koje doprinose obogaćenju kulturne ponude svrstavajući Zagreb na listu gradova umjetnosti te u konačnici doprinose daljnjem razvoju imidža grada kulture.	
	U 2017. 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 i susreti s dionicima u kulturi.	
	Slijedom navedenog, za rad na promociji kulturnog turizma planirana su sljedeća sredstva:	
8.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja	20.000
8.2.	Susreti s partnerima	10.000
8.3.	Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza	30.000
8.4.	Neplanirano	20.000
	Planirana sredstva:	80.000
9.	Projekt - zagrebački suvenir - A piece of Zagreb	
	S ciljem unaprjeđenja kvalitete destinacije u pogledu ponude proizvoda suvenirske tipologije te kreiranja dodatnog kanala promocije grada Zagreba planira se druga faza projekta A Piece of Zagreb.	
	Cilj projekta nije definirati jedan službeni suvenir Zagreba, već doći do većeg broja kvalitetnih suveniru (reprezentativnih proizvoda, opipljivih objekata) koji imaju kulturnu vrijednost i tržišni potencijal.	
	Prva faza projekta (terensko istraživanje i dokumentiranje zatečenog stanja suvenirske ponude u Zagrebu, selekcija postojeće dizajnerske produkcije u Hrvatskoj u području suveniru i bliskih tipologija, organizacija interdisciplinarnе stručne radionice za izradu javnog natječaja i izrada otvorenog poziva na sudjelovanje u projektu) provodi se u 2016. godini, dok se druga faza (javni poziv, selekcija suveniru i popratne aktivnosti) planira provesti u 2017. godini.	
	Planirana sredstva:	150.000
10.	Zdravstveni turizam	
	Zdravstveni turizam je turistički proizvod koji na svjetskoj razini ostvaruje iznadprosječne godišnje stope rasta, a globalni trendovi starenja populacije ukazuju da u bližoj budućnosti ima potencijal postati jedan od glavnih motiva putovanja. S obzirom na komparativne prednosti grada Zagreba (kvalificirani kadar, konkurentne cijene, blizina emitivnim tržištima), zdravstveni turizam u Zagrebu ima značajan razvojni potencijal, no potrebno je napraviti detaljnu strategiju razvoja i provesti potrebne analize tržišta te stručne radionice s ključnim dionicima. Stoga će se u 2017. godini nastaviti ranije započete aktivnosti vezane za razvoj i pozicioniranje Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma.	
	Planirana sredstva:	500.000
11.	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:	300.000
II.	UKUPNO DIZAJN VRIJEDNOSTI	24.346.500

Dizajn vrijednosti



- Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada
- Potpora događanjima
- Potpora razvoju DMO - a
- Potpora DMK-a (turoperatori, aviokompanije)
- Kandidature za međunarodne skupove i potpore skupovima / kongresni ured
- Projekt: Volim Zagreb
- Maketa grada Zagreba
- Kulturni turizam
- Projekt - Zagrebački suvenir - A piece of Zagreb
- Zdravstveni turizam
- Ured direktora – potpore projektima

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje, društvene mreže i aplikacije

Turistička zajednica grada Zagreba će i u 2017. godini nastaviti raditi na kreiranju i praćenju kampanja putem Google AdWords-a, najpoznatijeg sustava za oglašavanje na Internet tražilicama 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. U 2017. godini planira se i izrada novih kampanja prilagođenih pojedinim tržištima i vremenskom periodu u kojem će iste odvijati. Također, online oglašavanje će se provesti i kroz 2 godišnja razdoblja na Internet portalima (Zagreb Summer Tour i Advent u Zagrebu), a sve putem banneri, advertoriala i video sadržaja koji se prikazuju na istima u dogovorenom periodu s ciljem izgradnje imidža 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, Velike Britanije, Slovenije, Bosne i Hercegovine i Srbije

TZGZ ima otvorene profile na sljedećim društvenim mrežama: Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Flickr, Instagram, Pinterest, 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 društvenim mrežama Facebook i Instagram provodit će oglašavanje odabranih postova vezanih za najvažnije projekte TZGZ-a kako bi se povećala interakcija korisnika, a samim time i promocija istih.

Na internetskim stranicama www.infozagreb.hr nastavit će se promocija zagrebačkih atrakcija, ugostiteljskih usluga, događanja itd., kreiranjem novih sadržaja i redovitim ažuriranjem postojećih. 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 i dalje posvećena prezentiranju posjetiteljima manje poznatih atrakcija, a planira se uključivanje novih blogera u stvaranje sadržaja. U 2017. godini ovaj portal obogatit će se tzv. vlog-ovima (video blogovima) što će iziskivati dodavanje novih funkcionalnosti. 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, Zagrebethere 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:

3.600.000

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

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

Internetske stranice Turističke zajednice grada Zagreba obuhvaćaju turističku (www.infozagreb.hr) i kongresnu (www.meetinzagreb.hr) stranicu kao i posebnu stranicu vezanu za adventska događanja www.adventzagreb.com, internet stranicu www.zagrebplaces.com vezanu za istoimenu aplikaciju, zatim citybreak.infozagreb.hr te 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. Za www.infozagreb.hr stranice i dalje će se kreirati nove mikro stranice.

Planira se potpuni redizajn aplikacije rezervacijskog sustava za privatne iznajmljivače..

Nadogradnja aplikacije za Document i Project management obuhvaća izradu digitalnog obrasca za Prijavu za sufinanciranje projekata, skupova, kandidatura i manifestacija. Aplikacija omogućava lakšu komunikaciju i dijeljenje podataka između djelatnika i odjela TZGZ-a, a novim digitalnim obrascem olakšat i ubrzat će se Prijava za sufinanciranje projekata, skupova, kandidatura i manifestacija. Sastavni dio aplikacije je i download zona

kojom će korisnici lakše pristupiti bazi fotografija u posjedu TZGZ-a.

Planirana sredstva:

550.000

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

HTZ će i u 2017. godini sa sustavom turističkih zajednica provoditi udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora (nositelja smještajne ponude destinacije, zračnih i drugih prijevoznika, touroperatora/turističkih agencija). Postignuti rezultati udruženog oglašavanja iz prethodnih godina dokazali su da javno-privatno partnerstvo kroz oglašavanje omogućuje učinkovitiju promociju, temeljenu na programima koji omogućavaju konkretnu realizaciju.

Stoga će Turistička zajednica grada Zagreba i u 2017. godini sudjelovati u oglašavanju u promotivnim kampanjama kao nositelj kampanje ili konsolidator i to u sljedećim modelima: Model I-c (Udruženo oglašavanje nositelja smještajne ponude) i Model I-d (Udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije- oglašavanje destinacije) i Model I-e (Udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije).

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora: 600.000

Nastavno na dosadašnje samostalne marketinške aktivnosti, Turistička zajednica grada Zagreba i u 2017. 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/na sredstvima javnog prijevoza. Ujedno se planira i integrirana kampanja „Vikend u Zagrebu“ koja će za cilj imati pozicioniranje Zagreba kao city break destinacije na tržištima u regiji i tržištima s direktnim letovima za Zagreb. Kampanja će se provoditi tijekom cijele godine, i to ciljano pred produžene vikende na odabranim tržištima.

Promotivne kampanje TZGZ:

1.400.000

Planirana sredstva:

2.000.000

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, ostale 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 pano i displeji

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

Planirana sredstva:

30.000

2.4. Promotivni pano i displeji / kongresni ured

Planira se izrada tematskih promotivnih panoa i banneri koji se koriste na kongresnim radionicama i posebnim prezentacijama.

Planirana sredstva:

10.000

2.5. Idejna rješenja novih oglasa / kongresni ured

S ciljem osuvremenjivanja prezentacije Zagreba kao kongresne i poslovne destinacije planiraju se nova idejna rješenja za oglase.

Planirana sredstva:

20.000

2.6. Opće oglašavanje

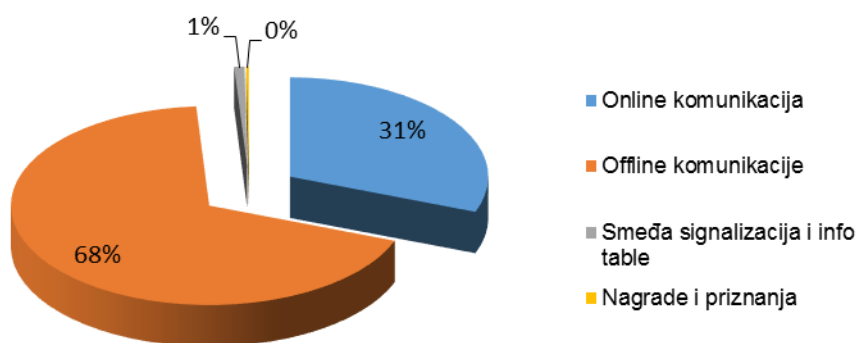
Promotivne aktivnosti Turističke zajednice grada Zagreba usmjerene su na suradnju s medijima kroz objavljivanje oglasa, uvjetovanjem objave tekstova ili posebnih reportaža o Zagrebu s izuzetkom koji se odnosi na godišnja izdanja kataloškog tipa ili objavljivanja oglasa od posebnog značaja prilikom važnijih promocija ili događanja u svrhu djelotvorne promidžbe i stvaranja prepoznatljivog imidža grada.

2.6.1. Oglašavanje u tisku

Usprkos porastu značaja i zastupljenosti online oglašavanja, tiskani mediji i dalje predstavljaju važan kanal komunikacije s potencijalnim ili trenutnim posjetiteljima grada

- Zagreba. 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 2017. godini se na području Velike Britanije i Italije (u suradnji s partnerskim PR agencijama) planira i objava niza advertorijala na temu city break boravka u Zagrebu te objava image oglasa Zagreba unutar TUI kataloga i FTI kataloga. Prilog 5.
- Planirana sredstva: 763.000**
- 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: 331.500**
- 2.6.3. TV Oglašavanje**
Emitiranje posebnih reportaža o Zagrebu, u jutarnjem i poslijepodnevnom terminu, na četiri strana jezika, putem satelitskog odašiljača EUTELSAT-16A, na Z1 TV, nastavlja se i u 2017. 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 2017. godini, vrši se redovni dotisak postojećih promotivnih materijala i planira se izdanje novih brošura. Kao dodatni oblik informiranja stranih posjetitelja u gradu Zagrebu nastavlja se s produkcijom turističkih novina Zagreb Times te Zagreb4You.
Planirana je i suradnja na posebnom izdanju Time Out Zagreb u svrhu jačanja promocije Zagreba kao city break destinacije te potpore izdanjima ZG Gay Guide, Eat Zagreb (drugo izdanje) i 5 Books from Croatia. Prilog 6.
- Planirana sredstva: 3.710.000**
- 2.8. Suveniri i promo materijali**
Suveniri i ostali promo materijali, temeljeni na zagrebačkim 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: 1.466.000**
- 2.9. Zagreb Card**
Zagreb Card kartica je dio projekta We love city cards (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. Zagreb card kartica tiska se u verziji 24 sata i 72 sata. Slijedom izmjene koncepta kartice (realizirane u 2016. godini) Zagreb Card kartica je postala „all inclusive“ kartica koja korisnicima pruža besplatan gradski prijevoz, besplatan ulaz na čak 6 gradskih atrakcija te dodatne popuste u restoranima, trgovinama itd.
European City Cards (ECM projekt) 8.000
Zagreb Card – dotisak 24 i 72 sata,
tisak i dizajn promotivnih materijala, vođenje projekta Zagreb Card 82.000
- Planirana sredstva: 90.000**
- 3. Smeđa signalizacija i info table**
Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije te izrada interpretacijskih ploča.
- Planirana sredstva: 120.000**
- 4. Nagrade i priznanja**
U 2016. godini Turistička zajednica grada Zagreba osvojila je nekolicinu nagrada i priznanja tako da i nadalje planira sudjelovati s 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: 30.000**

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 2017. godini planira se nastup na 25 turističkih sajmova (15 samostalno i 10 u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom slijedom ugovora o suizlaganju).

Posebno se ističu novi samostalni sajmovi: Travel Industry Expo u Sydneyu i Melbourneu, ITB China u Shanghaiu te Travel & Adventure Show u Los Angelesu. Prilog 7

Planirana sredstva: 1.517.000

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 2017. 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. Prilog 8.

Planirana sredstva: 696.000

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 sudjelovanje na posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama na emitivnim tržištima. Cilj posebnih prezentacija i poslovnih radionica je promocija Zagreba kao turističke destinacije i specifičnih turističkih proizvoda (Advent u Zagrebu, gastro Zagreb, Zagreb City Break) kroz susret s novinarima i predstavnicima putničkih agencija u inozemstvu.

Planirana sredstva: 750.000

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, EPEX WOW, India Roadshow 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.

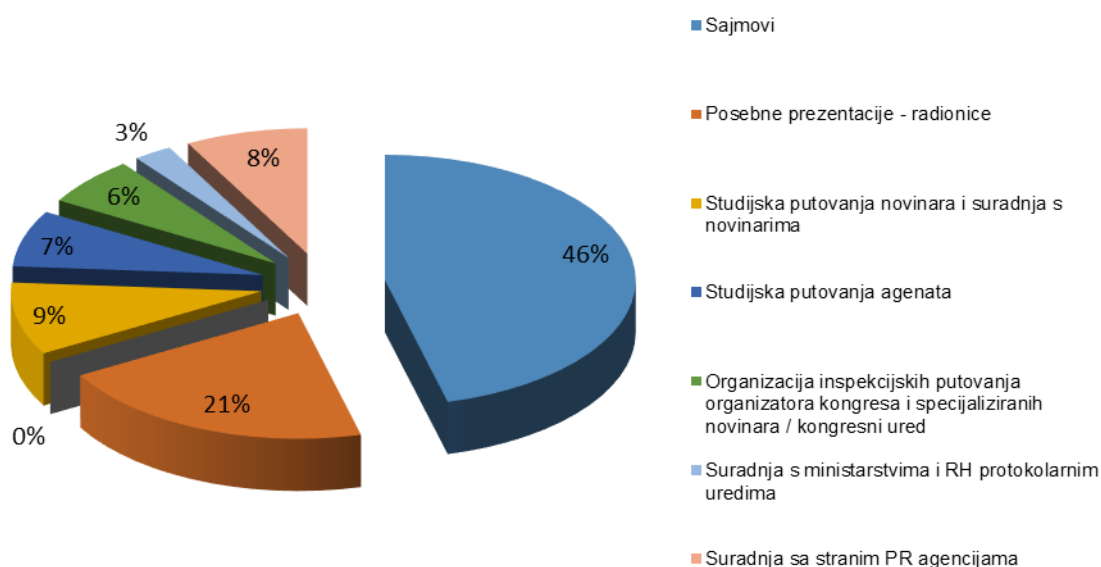
Uložena sredstva višestruko se vraćaju kroz objave raznih članaka, reportaža, TV emisija ili blogova, a vrijednost objavljenog materijala prati se kroz press clipping službu.

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	
	I u 2017. godini nastavlja se suradnja s touroperatorima i turističkim agencijama putem organiziranja studijskih putovanja agenata s ciljem upoznavanja zagrebačke turističke ponude. Studijska putovanja agenata organiziraju se samostalno (uz pomoć stranih PR agencija), u suradnji sa stranim touroperatorima i njihovim partnerima u RH te u suradnji s 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.	
	Planirana sredstva:	350.000
5.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured	
	Kongresni ured samostalno i u suradnji s HTZ-om organizira inspekcijska/studijska putovanja organizatora skupova i incentive putovanja zainteresiranim za Zagreb. Prema potrebi se organiziraju i posjete specijaliziranih novinara koji prate kongresno-incentive industriju.	
	Planirana sredstva:	300.000
6.	Suradnja sa stranim PR agencijama	
	Na tržištu Indije i Velike Britanije koristit će se specijalizirane strane PR agencije za komunikaciju s novinarima te turističkim agentima, 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:	380.000
7.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organizacijama	
	Temeljem dosadašnje suradnje s ministarstvima RH, protokolarnim službama Ureda predsjednika i Gradom Zagrebom te ostalim institucijama od značaja i u 2017. godini će se organizirati razgledi grada Zagreba i dodatne aktivnosti za brojne strane diplomate, visoke dužnosnike i značajne osobe u svrhu promocije Zagreba.	
	Planirana sredstva:	120.000
IV.	UKUPNO DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	4.813.000

Distribucija i prodaja vrijednosti



V. INTERNI MARKETING

1. Nagrade i priznanja

Projekt „Volim Zagreb“ razvijamo i dalje u 2017. 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: 150.000

2.2. Seminari klubova konkurentnosti i marketinga

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

2.2.1. Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari 100.000

2.2.2. Studijska putovanja TU TZGZ 150.000

2.3. Kultura turizma – uvođenje izbornog predmeta u škole

Turistička zajednica grada Zagreba je u suradnji s Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i sport 2010. godine pokrenula projekt „Kultura turizma“ u obliku izvannastavne aktivnosti u srednjim školama grada Zagreba koje primarno nemaju turistički obrazovni sadržaj.

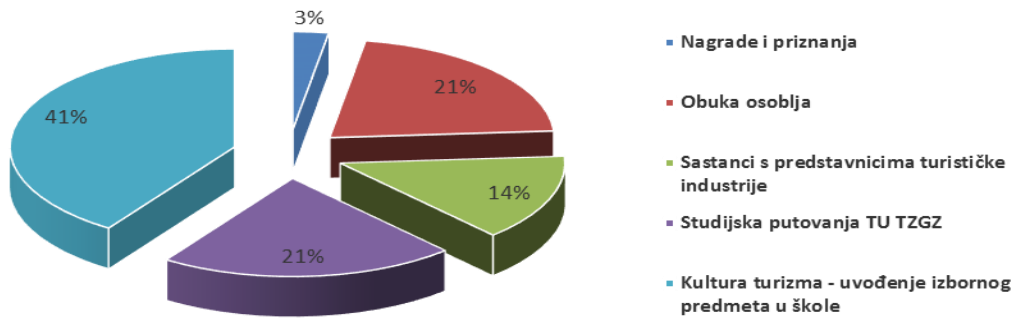
Cilj je u mladima pobuditi svijesti o gradu Zagrebu kao turističkoj destinaciji te o njegovim kulturnim i prirodnim potencijalima, što bi dugoročno trebalo ostaviti traga na zagrebačkom turizmu kao i gospodarskom razvoju grada te stvaranju klime dobrodošlice. U okviru projekta učenike se uključuje u sudjelovanje u programima zaštite okoliša i životne sredine, podizanja kvalitete življenja, očuvanja etnološkog, povijesnog i kulturnog naslijeđa. 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 pridonesu 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: 285.000

V. UKUPNO INTERNI MARKETING

703.000

Interni marketing



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, planira se kreacija 4 reportažna kolaža o Zagrebu od kojih će svaki pokrivati jedno godišnje doba. Dodatno se planira izrada 3D video materijala koji bi se putem VR naočala prikazivali na turističkim sajmovima. Tako će se potencijalnim partnerima i posjetiteljima Zagreb prezentirati na moderan i inovativan način.

Planirana sredstva:

700.000

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 i Palmotićevoj omogućit će prikupljanje statističkih podataka vezanih uz organizirane dolaske autobusnih grupa, a realizirat će se u svrhu praćenja konkurentne pozicije Zagreba na emitivnim tržištima. Izradit će se benchmarking studija poslovanja subjekata u turizmu koja će pružiti ključne pokazatelje poslovanja za hotele i hostele u Zagrebu. Planira se i izrada istraživanja o Stavovima i potrošnji turista i posjetitelja Zagreba. Temeljem tog primarnog istraživanja dobit će se aktualni podaci o turističkoj potražnji Zagreba.

Planirana sredstva:

500.000

3. Formiranje baze podataka

Planirana su sredstva za prikupljanje objavljenih tekstova, reportaža, osvrti, najava, selekcioniranih 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 godišnjoj osnovi (tzv. cost benefit analize). Prikupljeni materijali snimaju se na mjesečnoj osnovi na DVD, stoga su predviđena sredstva za isto.

Planirana sredstva:

150.000

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

160.000

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 poput Meet Europe.

4.2. Sudjelovanje na međunarodnim i domaćim stručnim skupovima

150.000

4.3. Članarina strukovnim udrugama

145.000

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. Dodatno se planira i izrada nove krovne komunikacijske platforme TZGZ-a koja će biti sveobuhvatna i prepoznatljiva te pratiti bit brenda Zagreb. Nova komunikacijska platforma bi trebala uključiti i novi vizualni identitet TZGZ-a.

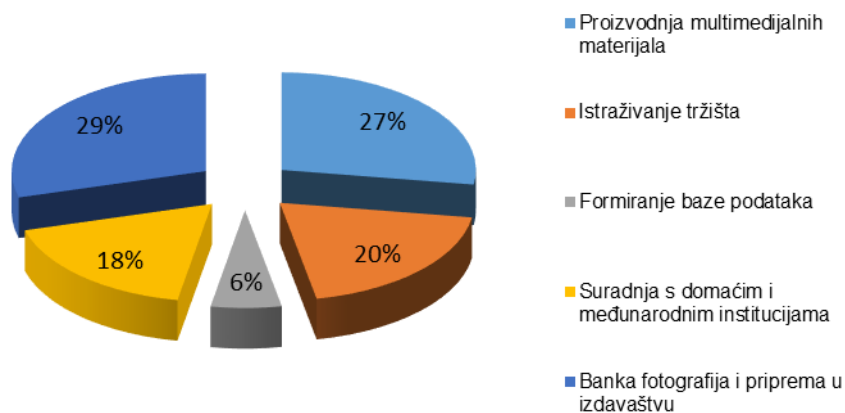
Planirana sredstva:

750.000

VI. UKUPNO MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

2.555.000

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:

2.132.000

1. UKUPNO STRUKTURA MARKETING MIKSA

64.878.000

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**FINANCIJSKI PLAN ZA
2017. GODINU**

I. PRIHODI

RB	Prihodi po vrstama	Plan 2016.	Plan 2017.	Index	Struktura
1.	Boravišna pristojba	7.900.000	8.200.000	103,80	12,94
2.	Turistička članarina	55.420.000	48.000.000	86,61	75,77
3.	Višak prihoda prethodne godine	5.400.000	8.528.000	157,93	13,46
4.	Ostali nespomenuti prihodi	420.000	150.000	35,71	0,24
	UKUPNO	69.140.000	64.878.000	93,84	102,41

1. Boravišna pristojba

Planirani prihod od uplate boravišne pristojbe u 2017. godini veći je za 3,80% u odnosu na plan 2016. godine. Podaci TZGZ za razdoblje siječanj-rujan pokazuju rast turističkog prometa. Za 2017. godinu predviđamo daljnja pozitivna kretanja pa samim time i veći prihod od boravišne pristojbe.

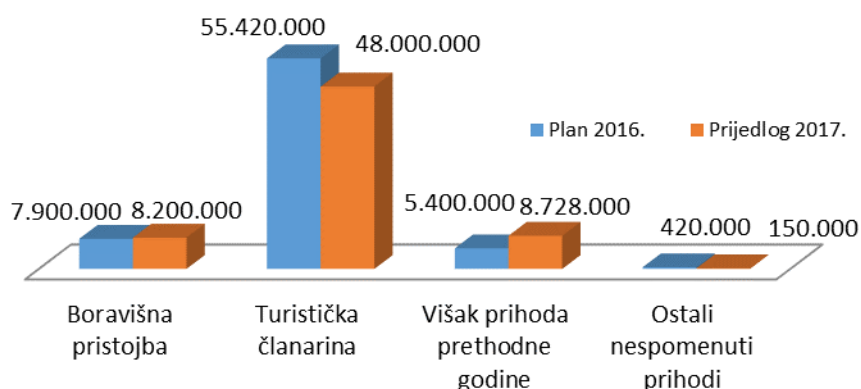
2. Turistička članarina

Temeljem procjene naplate turističke članarine za 2017. godinu i najave Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama kojim se predlaže daljnje smanjenje članarina za 5% planira se turistička članarina u iznosu od 48.000.000 kn.

3. Planiran je višak prihoda prethodne godine u iznosu od 8.528.000 kn ili 57,93% više od plana za 2016. godinu.

4. Planirani su ostali prihodi - prihod od refundacija od Hrvatske turističke zajednice za projekte i ostalu suradnju te prihodi od novčanih sredstava u iznosu od 150.000 kn ili 35,71% od plana 2016. godine.

Prihodi



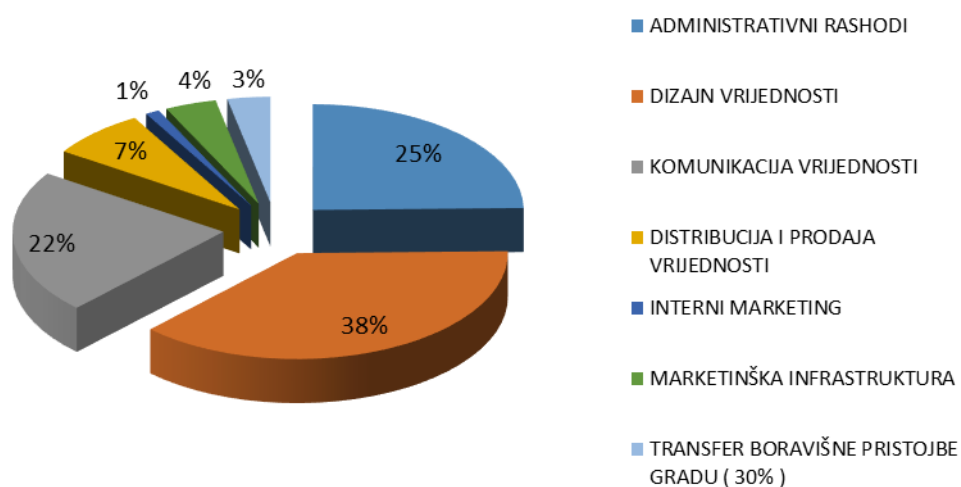
II. RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2016.	Plan 2017.	Indeks	Strukt.
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI				
1.	Rashodi za radnike				
1.1.	Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika	7.600.000	7.600.000	100,00	11,71
1.2.	Izdaci za prijevoz na posao	270.000	270.000	100,00	0,42
1.3.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu)	140.000	90.000	64,29	0,14
2.	Rashodi ureda	4.810.000	3.522.000	73,22	5,43
3.	Rashodi - TIC-evi	3.950.000	4.076.000	103,19	6,28
4.	Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO	470.000	470.000	100,00	0,72
	UKUPNO I.	17.240.000	16.028.000	92,97	24,70
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI				
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	200.000	200.000	100,00	0,31
2.	Potpورا događanjima	19.377.300	17.829.000	92,01	27,48
3.	Potpورا razvoju DMO - a	3.205.200	3.156.500	98,48	4,87
4.	Potpورا DMK - a (touroperatori, aviokompanije)	1.300.000	1.300.000	100,00	2,00
5.	Kandidature za međunarodne skupove i potpore skupovima /kongresni ured	1.370.000	750.000	54,74	1,16
6.	Projekt: Volim Zagreb	57.500	66.000	114,78	0,10
7.	Maketa grada Zagreba	15.000	15.000	100,00	0,02
8.	Kulturni turizam				
8.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja	21.000	20.000	95,24	0,03
8.2.	Susreti s partnerima	10.000	10.000	100,00	0,02
8.3.	Posebni projekti i prezentacije - Muzej prekinutih veza	30.000	30.000	100,00	0,05
8.4.	Neplanirano	20.000	20.000	100,00	0,03
	Ukupno 8.	81.000	80.000	98,77	0,12
9.	Projekt - Zagrebački suvenir – A piece of Zagreb	81.000	150.000	185,19	0,23
10.	Zdravstveni turizam	600.000	500.000	83,33	0,77
11.	Ured direktora - potpore projektima	350.000	300.000	85,71	0,46
	Ukupno II.	26.637.000	24.346.500	91,40	37,53
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI				
1.	Online komunikacija				
1.1.	Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije	3.600.000	3.600.000	100,00	5,55
1.2.	Newsletter i B2B Alert obavijesti	250.000	250.000	100,00	0,39
1.3.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	660.000	550.000	83,33	0,85
1.4.	Proširenje Wi-Fi mreže u gradu Zagrebu	150.000		0,00	0,00
2.	Offline komunikacije				
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	2.320.000	2.000.000	86,21	3,08
2.2.	Suradnja sa HNS - om	530.000	530.000	100,00	0,82
2.3.	Promotivni panoji i displeji	30.000	30.000	100,00	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	921.000	763.000	82,84	1,18
2.6.2.	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni ured	321.000	331.500	103,27	0,51
2.6.3.	TV oglašavanje	800.000	800.000	100,00	1,23
2.7.	Brošure i ostali tiskani materijali	3.727.000	3.710.000	99,54	5,72
2.8.	Suveniri i promo materijali	1.468.000	1.466.000	99,86	2,26
2.9.	Zagreb card	90.000	90.000	100,00	0,14
3.	Smeđa signalizacija i info table	120.000	120.000	100,00	0,18
4.	Nagrade i priznanja (nagrada putovanja, priznanja i festivalske prijave)	50.000	30.000	60,00	0,05
	Ukupno III.	15.067.000	14.300.500	94,91	22,04
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI				
1.	Sajmovi				
1.1.	Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ - om	1.539.000	1.517.000	98,57	2,34
1.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	601.000	696.000	115,81	1,07
2.	Posebne prezentacije - radionice				
2.1.	Posebne prezentacije - radionice	700.000	750.000	107,14	1,16
2.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured	230.000	250.000	108,70	0,39
3.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	450.000	450.000	100,00	0,69
	Studijska putovanja agenata	400.000	350.000	87,50	0,54
5.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured	340.000	300.000	88,24	0,46
6.	Suradnja sa stranim PR agencijama	400.000	380.000	95,00	0,59
7.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organiz.	120.000	120.000	100,00	0,18
	Ukupno IV.	4.780.000	4.813.000	100,69	7,42
V.	INTERNI MARKETING				
1.	Nagrade i priznanja	18.000	18.000	100,00	0,03
2.	Edukacija				
2.1.	Obuka osoblja	210.000	150.000	71,43	0,23
2.2.	Seminari klubova konkurentnosti i marketinga				
2.2.1.	Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari	114.000	100.000	87,72	0,15
2.2.2.	Studijska putovanja TU TZGZ	173.000	150.000	86,71	0,23
2.3.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	285.000	285.000	100,00	0,44
	Ukupno V.	800.000	703.000	87,88	1,08

VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	1.000.000	700.000	70,00	1,08
2.	Istraživanje tržišta	680.000	500.000	73,53	0,77
3.	Formiranje baze podataka	230.000	150.000	65,22	0,23
4.	Suradnja s domaćim i međ. institucijama				
4.1.	Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službeno putovanje. / kongresni ured	140.000	160.000	114,29	0,25
4.2.	Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima	120.000	150.000	125,00	0,23
4.3.	Članarine u strukovnim udrugama	142.000	145.000	102,11	0,22
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	250.000	750.000	300,00	1,16
	Ukupno VI.	2.562.000	2.555.000	99,73	3,94
VII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	2.054.000	2.132.000	103,80	3,29
	Ukupno VII.	2.054.000	2.132.000	103,80	3,29
	UKUPNO:	69.140.000	64.878.000	93,84	100,00

STRUKTURA MARKETING MIKSA



IV. REKAPITULACIJA

UKUPNO PRIHODI: 64.878.000

UKUPNO RASHODI: 64.878.000

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN
ZA 2017. GODINU**

PRILOZI

PRILOG 1. - RASHODI UREDA

RB	Rashodi ureda	Plan 2016.	Plan 2017.	Indeks	Strukt.
1.	Potrošni materijal	100.000	90.000	90,00	2,56
2.	Materijal za održavanje čistoće	17.000	17.000	100,00	0,48
3.	Uredski materijal	90.000	100.000	111,11	2,84
4.	Potrošnja električne energije i plina	175.000	150.000	85,71	4,26
5.	Utrošak benzina	33.000	30.000	90,91	0,85
6.	Izdaci za sitan inventar	20.000	20.000	100,00	0,57
7.	Trošak telefona i telefaksa	200.000	200.000	100,00	5,68
8.	Trošak poštarine	70.000	70.000	100,00	1,99
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	350.000	310.000	88,57	8,80
10.	Usluge čišćenja	250.000	230.000	92,00	6,53
11.	Usluge najma poslovnog prostora	1.000.000	950.000	95,00	26,97
12.	Ostale komunalne usluge	40.000	40.000	100,00	1,14
13.	Odvjetničke i revizorske usluge	45.000	45.000	100,00	1,28
14.	Grafičke usluge	12.000	12.000	100,00	0,34
15.	Usluge tiska - oglasi i dr.	2.000	2.000	100,00	0,06
16.	Ostale usluge	100.000	100.000	100,00	2,84
17.	Dnevnice za službena putovanja u zemlji	10.000	10.000	100,00	0,28
18.	Dnevnice za službena put. u inozemstvo	5.000	5.000	100,00	0,14
19.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	30.000	30.000	100,00	0,85
20.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000	1.000	100,00	0,03
21.	Trošak reprezentacije	200.000	150.000	75,00	4,26
22.	Premije osiguranja	75.000	75.000	100,00	2,13
23.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	65.000	100,00	1,85
24.	Stručna literatura i tisak	70.000	70.000	100,00	1,99
25.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	1.100.000	400.000	36,36	11,36
26.	Ostali troškovi poslovanja	40.000	40.000	100,00	1,14
27.	Neplanirani rashodi	10.000	10.000	100,00	0,28
	UKUPNO I.	4.110.000	3.222.000	78,39	91,48
II.	Poslovni prostor, adaptacija	700.000	300.000	42,86	8,52
	UKUPNO RASHODI UREDA	4.810.000	3.522.000	73,22	100,00

PRILOG 2. - POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Zagreb Auto Show – ZGH d.o.o., Podružnica Zagrebački velesajam	143.800	
2.	Spomenik ženama optuženim i spaljenim kao vještice na autentičnoj povijesnoj lokaciji Zvezdišću - postava i manifestacija povodom starta projekta Grička vještica - Udruga Marija Jurić - Zagorka / travanj		70.000
3.	Pozdrav iz Zagreba, digitalizacija razglednica - Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu / kroz godinu		30.000
4.	Najromantičnija mjesta grada Zagreba - 24 sata d.o.o.		20.000
5.	Gastro ture i ture Zagreb oko Drugog svjetskog rata - obrt Netragom / kroz godinu		10.000
6.	Tematske vožnje Gornjim Gradom (Oldtimer elektro vozilo) - Eco Group / kroz godinu		20.000
7.	Mozgaonica, pametna igraonica - Metamorfoza d.o.o. / kroz godinu		20.000
8.	ATV Safari Zagreb - I Zagreb ima divljinu (Quad ture) - Aquasport j.d.o.o. / kroz godinu		15.000
9.	Jet ski safari na Savi - Croatia Jet Club Zagreb / travanj - listopad		15.000
10.	Secret Zagreb Quests - obrt Kazivačica / kroz godinu		10.000
11.	Doručak na travi - Centar mladih Ribnjak		15.000
12.	Hrvatska kravata na Europskom trgu - Metropol kravate		20.000
13.	Secret Zagreb Walks - obrt Kazivačica / kroz godinu	20.000	
14.	Projekt turističkog panoramskog razgledavanja grada Zagreba - ZET / svibanj - rujan	15.000	10.000
15.	Memorijalni stan Marije Jurić Zagorke, programi kroz godinu - Centar za ženske studije	15.000	
16.	Segway City Tour Zagreb - Exima grupa d.o.o. / ožujak - studeni	15.000	15.000
17.	Meet Street Art(ist), razgled grada - Minuta dvije d.o.o. / ožujak - studeni	10.000	10.000
18.	Dani vitezova templara u Zagrebu - Hrvatski viteški red Templara / travanj	15.000	15.000
19.	Drive in kino - Hrvatska studentska asocijacija / travanj	10.000	
20.	Culturerun, razgled grada trčeći - Minuta dvije d.o.o. / travanj - studeni	10.000	
21.	Gornjogradske coprnice - Omnes artes d.o.o. / svibanj - kolovoz	10.000	8.000
22.	Luminoakustična vožnja Zagrebom - Bunt art j.d.o.o. / svibanj - lipanj	10.000	10.000
23.	Croatia Moto Expo - Udruga Karavana za život / svibanj		70.000
24.	Discover Zagreb - AIESEC Zagreb / lipanj		10.000
25.	Ljeto na Trešnjevci		50.000
26.	Orange Pub Crawl - Wayoudo d.o.o. / lipanj - listopad	10.000	
27.	Zagrebački piknik u Maksimiru - Katapult promocija d.o.o. / lipanj - rujan		15.000
28.	Ljeto na Zrinjvcu - obrt Deno / srpanj		70.000
29.	Tajanstvene priče, edukativna interaktivna večernja tura / srpanj - kolovoz		10.000
30.	European Music Incubator, EMI - LAB 852 d.o.o. / lipanj - prosinac		10.000

31.	Holo of fame, hologramske projekcije - Udruga profesor Baltazar / rujan	20.000	
32.	Znanstveni pikinik - udruga Profesor Baltazar / rujan	15.000	
33.	Razgled grada fijakerom – obrt Kočije Habric	10.000	10.000
34.	Pristupačan Zagreb - Slopey, postavljanje kosina – Turistička agencija TravAbled j.d.o.o	20.000	20.000
35.	Wine and Gourmet Tour Zagreb - Wayoudo d.o.o. / travanj - prosinac	15.000	15.000
36.	Fašnik vu Zagrebu - KUD Prepuštovec	15.000	
37.	DanceStar Croatia - EOL Solutions d.o.o.	15.000	
38.	Uskršnja priča - Backo Mini Express	5.000	
39.	Mali gornjogradski piknik - Udruga Tavan je javan	10.000	
40.	Slikarski izlasci - Europski poslovni klub	3.000	
41.	Street Food & Craft Beer Festival - Gastronomad agencija	10.000	
42.	Interliber - Zagrebački velesajam / studeni		30.000
43.	NEPLANIRANO	30.000	30.000
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	451.800	653.000

RB	Eno i gastro	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Slatki gušti, festival slastica - Intis d.o.o. / lipanj	15.000	
2.	Pink Weekend - Integralni marketing i komunikacije d.o.o. / ožujak	10.000	100.000
3.	Foodbllerka, retro gourmet nogometni festival - Kokoš ili jaje d.o.o. / lipanj - srpanj	30.000	
4.	Food Film Festival Zagreb - S2 d.o.o. / rujan	20.000	
5.	Tjedan restorana Zagreb, Tjedan restorana Hrvatska - Urbani nomadi udruga građana / ožujak - listopad	7.000	
6.	Vinoljupci u Tomičevoj ulici - Udruga Vinoljupci / kroz godinu	7.000	10.000
7.	Zagrebačko martinje - Svibanj projekt d.o.o. / studeni	30.000	
8.	Zagrabi, Zagrebi, Zagreb Food festival - Manifestacija studio j.d.o.o. / travanj	20.000	20.000
9.	Gastro dani i Gastro forum - Udruženje ugostitelja Zagreb / studeni i prosinac	100.000	80.000
10.	Mali piknik na Vranicanijevoj - Udruga Tavan je javan / lipanj - rujan		10.000
	UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO	239.000	220.000

RB	Sport	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Svjetski skijaški kup Audi FIS SKI World Cup Vip Snow Queen Trophy - Hrvatski skijaški savez / siječanj		3.400.000
1.2.	Obilježavanje 50. godišnjice 1. utrke FIS Svjetskog skupa u alpskom skijanju - Hrvatski skijaški savez / siječanj		300.000
1.3.	IV Hrvatske svjetske igre - Hrvatski svjetski kongres		100.000
1.4.	Europske sveučilišne igre Zagreb - Rijeka - Udruga Europske sveučilišne igre Zagreb - Rijeka 2016. / srpanj	504.800	
1.5.	Europski judo kup - Hrvatski judo savez / ožujak	30.000	

1.6.	Aquabike European Continental Championship & Aquabike festival - Zagrebački jet ski savez / lipanj		70.000
1.7.	26. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	25.000	25.000
1.8.	Davis Cup, Hrvatski teniski savez	1.000.000	
2.	Agram 2015., turnir u ženskom nogometu - Ženski nogometni klub Agram / siječanj	7.000	
3.	11. Svjetski kup juniorke floret / Memorijal V. Mažuranić, međunarodni turnir u mačevanju - Hrvatski mačevalački savez / siječanj	10.000	10.000
4.	Doping nije hOKej 2017. - Klub hokeja na ledu Zagreb	10.000	10.000
5.	Miting sv. Patrika, plivačko natjecanje za djecu - Plivački klub Novi Zagreb / ožujak	5.000	5.000
6.	Supermaraton Od Kaptola do Kaptola - Športska zajednica grada Čazme / ožujak	8.000	8.000
7.	ISU Synchronized Skating Cup Zagreb Snowflakes Trophy - Hrvatski klizački savez / ožujak	25.000	
8.	25. Velika nagrada Zagreba / travanj i 29. Kepertov memorijal / rujan - Yacht Club Zagreb	10.000	10.000
9.	Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj	10.000	10.000
10.	Victor Croatia International - Hrvatski badmintonski savez / travanj	7.000	7.000
11.	12. festival plivanja, međunarodno plivačko natjecanje - Plivački klub Dubrava / travanj	5.000	
12.	Bubamara Cup i Gothia kup, nogometni turniri - Nogometni klub Bubamara	10.000	10.000
13.	2. Međunarodni Kup grada Zagreba u kajakaškom maratonu, SUP-u i Dragon boat čamcima, Zagreb Open Water Festival - Kajak kanu klub Matija Ljubek / svibanj	10.000	10.000
14.	Zagiping, 64. otvoreno međunarodno prvenstvo Zagreba - Stolnoteniski savez Zagreba / svibanj	15.000	
15.	Utrka ubrzanja na 1/4 milje - Auto klub Brzina	15.000	
16.	Svjetski kup u obaranju ruku - Hrvatski savez za obaranje ruku / svibanj	10.000	10.000
17.	WDSF Zagreb Open 2017. - Športski plesni klub Optimus / svibanj		30.000
18.	ISBO Speedminton Croatia Open - Hrvatski speed badmintonski savez / svibanj	7.000	5.000
19.	Holi Run & Fest - Zdrave ideje j.d.o.o. / svibanj		20.000
20.	Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj	7.000	7.000
21.	32. Zagrebački rally - Oldtimer klub Zagreb / lipanj	5.600	5.000
22.	20. Međunarodna veslačka regata Jumbo - Veslački klub Jarun / lipanj	5.000	5.000
23.	Otvoreno međunarodno atletsko veteransko prvenstvo hrvatske i Alpe Adria Racing Walk Cup - Hrvatska atletska veteranska udruga / srpanj	10.000	
24.	Europski juniorski kup u triatlonu - Zagrebački triatlon savez / srpanj	7.000	
25.	Međunarodna biciklistička utrka Hrvatska - Slovenija - Biciklistički klub Zagreb / kolovoz	7.000	7.000
26.	Zagreb Open - Klub odbojke na pijesku Zagreb / rujan	7.000	7.000
27.	19. Jastreb Open, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastreb / studeni	15.000	15.000

28.	44. međunarodni plivački miting Mladost - Hrvatski akademski plivački klub Mladost / studeni	7.000	
29.	Europsko prvenstvo u kvizu - Hrvatski kvit savez / studeni		10.000
30.	32. Zlatni medvjed, međunarodno prvenstvo u umjetničkom klizanju za juniore - Klizačko koturaljaški klub Medveščak / studeni	7.000	7.000
31.	Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac	25.000	25.000
32.	Kutija šibica, turnir u malom nogometu - ZGH, ustanova Upravljanje športskim objektima / prosinac	15.000	15.000
33.	4. Underwater Photo Marathon 2016.(smještaj) - Hotel Jadran	5.700	
34.	Met Generator Run - Generator j. d.o.o.	7.000	
35.	Prvenstvo Hrvatske u boćanju osoba sa invaliditetom - Boćarski klub cerebralno paraliziranih osoba "Zagreb"	2.000	
36.	Water Baloon Challenge - Neki Daniels Media d.o.o.	10.000	
37.	Maskota Licitarko na Tour de Croatia	400	
38.	Zagrebački noćni cener, utrka - Udruga Aktivan život	10.000	10.000
39.	Mali nogomet Final Eight - MNK Nacional	10.000	
40.	Turnir - Hrvatski bridž savez	15.000	
41.	NEPLANIRANO	30.000	30.000
	UKUPNO SPORT	1.931.500	4.183.000

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	HK Medveščak	250.000	250.000
2.	NK Dinamo	562.000	562.000
3.	RK Zagreb	300.000	300.000
4.	VK Mladost	480.000	480.000
5.	KK Cibona	480.000	480.000
6.	KK Cedevita	250.000	250.000
7.	Bundek fest / rujan	75.000	
8.	Festival Hrvatske glazbe u Beču - muzički informativni centar Koncertne direkcije Zagreb / studeni - prosinac	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	40.000	40.000
11.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni	150.000	100.000
12.	Minoranze, dvojezični časopis – Agencija Roma d.o.o.	96.000	96.000
13.	IJF Judo Grand Prix - Hrvatski judo savez / rujan	100.000	
14.	Zagreb Children FIS i međunarodno kadetsko natjecanje u alpskom skijanju - Zagrebački skijaški savez / siječanj - veljača	25.000	25.000
15.	Ljetni Karoca cup – Konjički klub Karoca	42.000	42.000
16.	Tour of Croatia, Race through the natural beauty - Top sport events d.o.o. / travanj	200.000	200.000
17.	Lisinski pleše pod maskama – KD Vatroslav Lisinski	50.000	30.000

18.	Ja BIH...- Udruga za promicanje kulture i umjetnosti Ja BIH...Zagreb i Udruženje za promociju kulture i umjetnosti "jabih"...Sarajevo / svibanj - lipanj i rujan	10.000	10.000
19.	Ciklusi koncerata Pleyel Svetislava Stančića i Cristoforium - Umjetnička organizacija Cristoforium / veljača - prosinac	20.000	
20.	Tjedan dizajna Zagreb u Laubi - Udruga za promicanje kulture automobila i dizajna Scuderia Zagreb	100.000	
21.	Mjesec kreativnih i kulturnih industrija - Hrvatski klaster konkurentnosti kreativnih i kulturnih industrija HKKKKI	70.000	
22.	Međ. stolnoteniski turnir ITTF Zagreb Open - Hrvatski stolnoteniski savez	30.000	
23.	Maraton lađa - Udruga lađara Neretve	40.000	
24.	Coffee & Chocofest - Tvornica događaja d.o.o.	25.000	
25.	Miss Universe Hrvatske - Media produkcija d.o.o.	50.000	20.000
26.	15. Međunarodna izložba arhitekture - Platforma 9,81 - Institut za istraživanje u arhitekturi	50.000	
27.	Knjiga Blaževa gastro putovanja - Folka d.o.o.	10.000	
28.	Premijera opere "Betly" u Klovićevim dvorima - Opera BB Zagreb	25.000	
29.	49. Trogirsko kulturno ljeto - TZ grada Trogira	27.000	
30.	Izbor Miss sporta Hrvatske - Obrt Mrvec	10.000	
31.	Pogled ispod šestinskog kišobrana - Udruga za očuvanje Šestina	20.000	
32.	Koncerti na otvorenom - Zagrebačka filharmonija	100.000	
33.	Oldtimer klub Ferdinand Budicki	50.000	
34.	Pink Wink Production d.o.o.	50.000	50.000
35.	Hrvatsko nacionalno blago - Visia Croatica d.o.o.	150.000	
36.	Knjiga Povijest Zagreba - Umjetnička organizacija Vuković & Runjić	50.000	
37.	Islamska zajednica u Hrvatskoj	75.000	
38.	Neraspoređeno	1.500.000	700.000
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM	6.938.000	4.635.000

	Božićna i novogodišnja događanja	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Advent i Nova godina na Trgu bana Jelačića - Koncertna direkcija Zagreb	350.000	250.000
2.	Advent na Zrinjvcu - Katapult promocija d.o.o. i Prggin d.o.o.	390.000	250.000
3.	Žive božićne jasllice - Udruga S.I.D.R.O. i Udruga Sv. Lovro	30.000	30.000
4.	Klinci s Ribnjaka, Božićni koncert - KUD Vedra nota	5.000	5.000
5.	ArtOmat - Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	25.000	30.000
6.	Strauss u Oktogonu - Udruga salonske i promenade glazbe AS	25.000	
7.	Advent u Maloj sceni - Kazalište Mala scena	10.000	10.000
8.	S Božićnih balkona u Zagrebu, 4 koncerta - Umjetnička organizacija Ad gloriám brass	40.000	40.000
9.	Advent na drukčiji način - Omnes Artes d.o.o.	10.000	10.000
10.	Fuliranje - Kokoš ili Jaje d.o.o.	70.000	50.000

11.	Blagdan Sv. Nikole - Dječji folklorni susreti na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje	7.000	7.000
12.	Advent na Europskom trgu - Svibanj projekt d.o.o.	200.000	150.000
13.	Klizalište na Tomislavovom trgu - Katapult koncept d.o.o.	800.000	800.000
14.	Božićni bor - darivanje gradu prijatelju	150.000	150.000
15.	Adventski običaji nacionalnih manjina - Etnografski muzej	10.000	
16.	Advent u MUO - Muzej za umjetnost i obrt	80.000	
17.	Zagreb Photo ADVENTure - Turistička agencija Konoko	20.000	
18.	Studije izrade adventskog nakita	26.900	
19.	Advent na Gornjem gradu, Vranyczanyeva - Svibanj projekt d.o.o.	200.000	
20.	Dizajn District Advent - Superstudio Design Projects d.o.o.	400.000	250.000
21.	Međunarodni glazbeni festival adventskih i božićnih pjesama u Zagrebu - Udruga Musica nota	20.000	30.000
22.	Delnička adventska bajka - TZ Delnice	5.000	5.000
23.	Agramerski adventski express na najvećoj maketi željeznice JI Europe - Backo Mini Express	30.000	
24.	Adventska dvorišta - Katapult promocija d.o.o.	440.000	300.000
25.	Advent na Gornjem gradu, Strossmayerovo šetalište – Dobra nota d.o.o.	300.000	
26.	Modni Advent Oktogon - Hrvatska modna udruga Kombinat	100.000	80.000
27.	Doček Djeda Mraza iz Finske	100.000	
28.	Rudolfova božićna čarolija - Dixi d.o.o.	65.000	65.000
29.	6. Barbarinje u Rudama - KUD Oštrc		5.000
30.	Adventske svečanosti - Udruga Ozana		5.000
31.	Advent na Velesajmu		50.000
32.	NEPLANIRANO	400.000	200.000
	UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA	4.308.900	2.772.000

RB	Kultura	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj	72.200	100.000
1.2.	Cvjetna fantazija na jezeru, manifestacija u sklopu Floraart-a - Hrvatska udruga profesionalnih cvjećara aranžera HUPCA		30.000
1.3.	Francuski tjedan - Status grupa d.o.o. / svibanj		150.000
1.4.	51. Međunarodna smotra folklora - Koncertna direkcija Zagreb / srpanj	80.000	60.000
1.5.	Ljetne noći teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - rujan	45.000	50.000
1.6.	Ljeto u MSU - 24 sata d.o.o. i Muzej suvremene umjetnosti / lipanj i srpanj	60.000	40.000
1.7.	Medvedgradske glazbene večeri - Centar za kulturu i film Augusta Cesarca / srpanj	40.000	40.000
1.8.	Bijela noć	230.000	200.000

1.9.	Hrvatsko narodno kazalište - Dan otvorenog trga	75.000	50.000
1.10.	Art park Zagreb, revitalizacija parka pored Tomićeve - udruga Preuredi moju pumpu / lipanj - kolovoz	50.000	65.000
2.	Design District Zagreb - Croatian Design Superstore d.o.o. / lipanj	100.000	100.000
3.	Predstave kazališta Moruzgva s engleskim titlovima / kroz godinu		10.000
4.	ETNOsphere, programi za turističke grupe - MAUL j.d.o.o. / kroz godinu		15.000
5.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj-veljača	20.000	20.000
6.	Cantus Ansamb: Ciklus - Hrvatsko društvo skladatelja / ožujak - studeni	15.000	
7.	25. Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasijske baštine / ožujak	20.000	30.000
8.	Muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj		30.000
9.	Opera u skrivenim prolazima - Hrvatsko narodno kazalište / travanj - listopad		35.000
10.	Artikuliranje, kulturno-turistička manifestacija - Kokoš ili Jaje d.o.o. / travanj - svibanj	50.000	
11.	HOERSPIEL: mala igra za slušanje (i gledanje), radiofonični mjuzikl u agramerskom duhu - Multimedijalna koliba Zagreb /ljetu i zima	40.000	20.000
12.	JAZZ projekti - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu	15.000	25.000
13.	Dobrotvorni novinarski bal - Hrvatsko novinarsko društvo / travanj	10.000	10.000
14.	Klinci s Ribnjaka, programi kroz godinu - KUD Vedra Nota	15.000	20.000
15.	Promenadni koncerti u Botaničkom vrtu - Vokalni ansambl Vatroslav Lisinski / travanj - listopad	15.000	
16.	Markov sajam, Srednjevjekovni sajam starih zanata - TZ grada Koprivnice i udruga Cestagram / svibanj	50.000	40.000
17.	2. Međunarodni saksofonističko natjecanje Josip Nochta - Muzička akademija sveučilišta u Zagrebu / svibanj		10.000
18.	30 godina Branimirove - Udruga preuredi moju pumpu i Grafiti na Gradele / svibanj		10.000
19.	Extreme Beethoven - udruga Zvuci tišine / od svibnja		10.000
20.	Soul, Smile & Style - Tea Time Music by Soul Fingers - Soul Fingers d.o.o.	20.000	
21.	Dani satire Fadila Hadžića - Gradsko kazalište Kerempuh / lipanj	40.000	
22.	Svjetski dan glazbe - Hrvatska glazbena unija / lipanj		10.000
23.	33. Tjedan suvremenog plesa - Hrvatski institut za pokret i ples / svibanj - lipanj	40.000	
24.	Večeri Petrice Kerempuha na Opatovini, koncerti - Društvo prijatelja prirodnih ljepota Slunja i Rastoka / lipanj-rujan	15.000	15.000
25.	Kesten terasa - udruga Kadenca / lipanj - kolovoz		10.000
26.	Klupska kazališno-glazbeno-filmska scena AMADEO - Udruga Scena Amadeo / lipanj - rujan	50.000	50.000
27.	Svi dokazi upućuju na ZKM - Zagrebačko kazalište mladih / lipanj - prosinac		20.000
28.	Mozart u vrtu / Mozart na Gornjem Gradu, koncert sa kostimiranim pjevačima i glumcima - G.A.D. Produkcija d.o.o. / srpanj	7.000	

29.	Zvuci Opatovine - Studentski KUD Ivan Goran Kovačić / rujan		15.000
30.	4. Međunarodni majstorski seminar orkestralnog dirigiranja Lovro von Matačić - Koncertna direkcija Zagreb / rujan - listopad	10.000	
31.	12. Međunarodni festival komorne glazbe ZAGREB KOM 12 - Umjetnička organizacija Zagrebački međunarodni festival komorne glazbe / listopad		15.000
32.	Izložba The art of the Brick - Xoxo d.o.o. / listopad - prosinac		30.000
33.	Europska noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava i Dječje kazalište Dubrava / studeni	15.000	15.000
34.	Glazba u zagrebačkim crkvama		
34.1.	Glazbene kulise u Katedrali - Udruga A-dur / ožujak - prosinac		15.000
34.2.	Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad	25.000	25.000
34.3.	Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad	25.000	25.000
34.4.	5.sezona ansambla Duo de novo - Ansambli Duo de novo / travanj - rujan	15.000	15.000
34.5.	Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan	25.000	25.000
34.6.	23. Festival orgulje Heferer - Koncertna direkcija Zagreb / srpanj - studeni	15.000	
35.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih	10.000	10.000
36.	Platforma.hr 2016. - Plesni centar Tala	5.000	
37.	Proslava Prijateljstvom protiv različitosti - OŠ Dr. Ivan Merz	5.000	
38.	Koncert argentinskog tango sastava Sexteto Milonguero - Dobra nota d.o.o.	10.000	
39.	Svjetski dan glazbe	10.000	
40.	Zlatni Zagreb – G.A.D. Produkcija / listopad	5.000	
41.	Natjecanje Mia Čorak - Hrvatsko društvo baletnih umjetnika	15.000	
42.	Izložba iz zraka, Rostuhar - Klub za ekspedicionizam i kulturu	38.000	
43.	Biljke i svirke, Botanički vrt - Biljke i svirke d.o.o.	10.000	20.000
44.	Biljke i svirke, Park Tuškanac - Biljke i svirke d.o.o.	20.000	
45.	Pozdrav iz Zagreba - Umjetnički paviljon	30.000	
46.	Puna šaka brade - Etnografski muzej	15.000	
47.	NEPLANIRANO	40.000	40.000
	UKUPNO KULTURA	1.517.200	1.525.000

RB	Moda	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Fashion Week Zagreb - S2 d.o.o. / svibanj i studeni	40.000	
2.	Modna revija 81. Zlatna igla Zagreba - Udruženje obrtnika grada Zagreba / listopad	20.000	20.000
3.	Cro A Porter - Grupa Front d.o.o.	30.000	
4.	Modna revija Unplugged - Hippy d.o.o.	20.000	
5.	Dan D - Hrvatsko dizajnersko društvo	15.000	
6.	NEPLANIRANO	10.000	100.000
	UKUPNO MODA	135.000	120.000

RB	Festivali	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Festival svjetla - Lumigea d.o.o. / veljača		900.000
1.2.	Festival Sv. Marka, Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe - Markofest d.o.o. / travanj - svibanj	60.000	60.000
1.3.	Međunarodni festival vatrometa - Mirnovec pirotehnika d.o.o. / lipanj	60.000	60.000
1.4.	Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj - lipanj	220.000	220.000
1.5.	Ljeto na Štrošu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca / svibanj - rujan	200.100	160.000
1.6.	35. Večeri na Griču - Koncertna direkcija Zagreb / srpanj	70.000	70.000
1.7.	INmusic festival - Vibro limes d.o.o. / lipanj	400.000	400.000
1.8.	Vintage Zagreb - Pepermint d.o.o. / srpanj	150.000	
1.9.	Croatia Winter Music Week - Atlas d.d.	1.000.000	
1.10.	Festival svjetskog kazališta - HNK / rujan	150.000	150.000
2.	Reflektor - Art & Music festival - Ustanova Koncertna dvorana tvornica kulture		40.000
3.	11. Festival tolerancije, JFF Zagreb - Festival suvremenog židovskog filma Zagreb / siječanj		50.000
4.	Zagrebački festival - Hrvatsko društvo skladatelja / siječanj	15.000	15.000
5.	Festival kave i čokolade Zagreb Coffe & Chocofest - Tvornica događaja d.o.o. / veljača	40.000	30.000
6.	Zagreb Guitar Festival - Glazbena škola Bonar / ožujak	10.000	20.000
7.	19. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou i retrospektivna izložba Hermanna Huppena - Udruga Crtani romani šou / svibanj	10.000	15.000
8.	Festival frizera - Kvarner kongresi, obrt / travanj	15.000	
9.	17. međunarodni Naj, naj, naj festival - GK Žar ptica / travanj		10.000
10.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj	15.000	10.000
11.	Accordeon Fest in Zagreb - Art studio Ivana d.o.o. / lipanj	20.000	10.000
12.	Međunarodni festival folkloru Zagreb - Velika Gorica – FA Turopolje / srpanj	10.000	10.000
13.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj	25.000	25.000
14.	Crossover festival Ribnjak - Katapult promocija d.o.o. / srpanj		50.000
15.	9. Međunarodni festival suvremene fotografije Novi svijet - Fotografska udruga Organ vida / rujan		20.000
16.	Musica maxima, festival komorne glazbe i koncertna sezona - Zagrebački komorni orkestar / rujan	15.000	15.000
17.	ZeGeVege festival – Udruga Prijatelji životinja / rujan	7.000	
18.	50. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan	15.000	15.000
19.	10. Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT (Blind in Theatre) - Dramski studio slijepih i slabovidnih Novi život / listopad		15.000
20.	Međunarodni festival novog cirkusa - Mala performerska scena / studeni	20.000	
21.	Chansonfest - Umjetnička organizacija Chansonfest / studeni	5.000	5.000

22.	Zagrebački harfistički festival - Umjetnička organizacija Hathor / travanj	30.000	40.000
23.	Nagrada publike za najbolji europski film za djecu - Umjetnička organizacija Zagreb Film Festival	5.000	
24.	Football Fest, sajam, zabava i konferencija - AB Sport Consulting	25.000	
25.	NEPLANIRANO	30.000	50.000
	UKUPNO FESTIVALI	2.622.100	2.465.000

RB	Filmski projekti	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / veljača	30.000	30.000
2.	Screen on the Green, filmske projekcije - Via Solis d.o.o. / svibanj - lipanj	10.000	15.000
3.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / lipanj	15.000	15.000
4.	Ljetno kino Gradec - Udruga Kadenca / lipanj - rujan	50.000	50.000
5.	Noć hrvatskog filma i novih medija - Umjetnička organizacija Noć hrvatskog filma i novih medija / lipanj	15.000	15.000
6.	Fantastik Zagreb film festival - Lot 28 studio d.o.o. / lipanj - srpanj	35.000	40.000
7.	12. Zagreb film festival - Umjetnička organizacija Zagreb film festival / listopad	30.000	30.000
8.	Fil(m)harmonija:Zagrebačka filharmonija u kinu Europa - Umjetnička organizacija Zagreb Film Festival i Zagrebačka Filharmonija / studeni 2016. - ožujak 2017.	20.000	25.000
	UKUPNO FILMSKI PROJEKTI	205.000	220.000

RB	Suradnja s TZ - predstavljanje manifestacija u Zagrebu	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	TZG Čakovca / srpanj	8.000	7.000
2.	TZG Lepoglave / kolovoz	8.000	7.000
3.	TZG Nova Gradiška / kolovoz	8.000	7.000
4.	TZ Krapine, glumački festival	20.000	
5.	TZ Županje	7.000	
6.	TZ Hrvatske Kostajnice		7.000
7.	TZ Slavenskog Broda		7.000
8.	NEPLANIRANO		20.000
	UKUPNO SURADNJA S TZ	51.000	55.000

RB	Suradnja s udrugama	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac	5.000	5.000
2.	Kulturno - umjetničke manifestacije u Sesvetama - Narodno sveučilište Sesvete / kroz godinu	65.000	70.000
3.	Hrvatska etno kuća Materina priča - Udruga hrvatska kuća Materina priča / kroz godinu	10.000	10.000
4.	I reći ću vam samo još jednu stvar, Zapamtite Vukovar - Klub veterana / studeni	5.000	

5.	Društvo turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije / kroz godinu	10.000	10.000
7.	Radionica za djecu i mlade - UIPNOG Potepuhi iz Zagreba / rujan - listopad	8.000	
8.	Zagrebački obrtnički sajam - Hrvatska obrtnička komora - Obrtnička komora Zagreb / ožujak - travanj	8.000	
9.	Sajam - Natour Alpe Adria - Ljubljana Udruga nastavnika u djelat. ugost. obrazovanja	3.000	
10.	Turistički obilazak Rokovog perivoja - Župa Sv. Blaža	7.000	
11.	Bjelovarski Lađari u Zagrebu, 19. maraton lađa, doček u Zagrebu	6.000	
12.	10. Jubilarna međunarodna Blagijada - Glijivarsko društvo Kamilo Blagić / lipanj		5.000
13.	NEPLANIRANO	10.000	30.000
	UKUPNO SURADNJA S UDRUGAMA	137.000	130.000

RB	Suradnja s KUD-ovima	Plan 2016.	Plan 2017.
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	15.000	
3.	Jurjevski običaji na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje / travanj	8.000	7.000
4.	Međunarodni folklorni festival djece i mladih - KUD Preslica / lipanj	10.000	7.000
5.	Fašnik v Zagrebu i Sesevski fašnik - KUD Prepuštovec / veljača - ožujak		10.000
6.	Martinje (Martin je u Zagrebu) - KUD Prepuštovec / studeni		10.000
	UKUPNO SURADNJA S KUD-ovima	38.000	39.000

RB	Donacije u kulturi	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Muzej za umjetnost i obrt	30.000	30.000
2.	Muzej grada Zagreba	30.000	30.000
3.	Etnografski muzej	30.000	30.000
4.	Javna ustanova Galerija Klovićevi dvori	30.000	30.000
4.1.	Izložba Dagmar Meneghello - Hvar u Zagrebu		80.000
5.	Muzej suvremene umjetnosti	30.000	30.000
6.	Umjetnički paviljon	80.000	80.000
7.	Hrvatski prirodoslovni muzej	30.000	30.000
8.	Tehnički muzej	30.000	30.000
9.	Arheološki muzej	30.000	30.000
10.	Muzeji Ivana Meštrovića - Atelijer Meštrović Zagreb		30.000
11.	Muzej iluzija	30.000	30.000
12.	Muzej automobila Ferdinand Budicki	50.000	50.000
13.	Muzej prekinutih veza - MBR kolektiv d.o.o.	30.000	50.000

14.	Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović	17.000	20.000
15.	Javna ustanova Park prirode Medvednica	30.000	30.000
16.	Botanički vrt Biološkog odsjeka PMF-a Sveučilišta u Zagrebu	30.000	
17.	Moderna galerija	30.000	30.000
18.	Hrvatsko narodno kazalište	25.000	25.000
19.	Zagrebačke mažoretkinje	25.000	25.000
20.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado	50.000	50.000
20.1.	Lado – koncert u Budimpešti/ listopad	30.000	
21.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	30.000	30.000
22.	Ustanova Zoološki vrt grada Zagreba	10.800	7.000
23.	Udruga Lauba	15.000	15.000
24.	Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti	30.000	
25.	Corners Zagreb - Pogon - Zagrebački centar za nezavisnu kulturu i mlade	30.000	
26.	NEPLANIRANO	20.000	20.000
	UKUPNO DONACIJE	802.800	812.000
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	19.377.300	17.829.000

PRILOG 3. - POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane	25.000	25.000
2.	Uskrsne pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj	46.100	50.000
3.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
3.1.	Promenadni koncerti na Zrinjevcu - udruga Cestagram / travanj - listopad	205.000	200.000
3.2.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - Udruga Zagreb u prošlosti / travanj - listopad	330.000	350.000
3.3.	Tajne Griča, noćna gornjogradska interaktivna tura - Udruga za očuvanje kulturne baštine Katapult / svibanj - rujan	300.000	250.000
3.4.	Projekt oživljavanja Gornjeg grada srednjovjekovnim vitezovima - Red Srebrnog zmaja / travanj - listopad	40.000	40.000
3.5.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / travanj - listopad	110.000	110.000
3.6.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad	650.000	650.000
3.7.	Vergli na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / travanj - listopad	30.100	30.000
3.8.	Folklorna ljetna scena za turiste		
	HSPD Podgorac	9.000	9.500
	HKUD Prigorec Markuševac	9.000	9.500
	FA Turopolje	9.000	9.500
	KUD Valentinovo	9.000	9.500
	FA Vrapčanci	9.000	9.500
	FIS Remetski muzikaši i puce	9.000	9.500
	KUD Frankopan – Remete	9.000	9.500
	KUD Okička trešnja	9.000	9.500
	KUD Bukovac	9.000	9.500
	KUD Ruža Prigorja	9.000	
	FA SKUD-a Ivan Goran Kovačić	9.000	9.500
	KUD Stenjevec	9.000	9.500
	HKUD Bosiljak	9.000	9.500
	KUD Klas Podsused	9.000	9.500
	KUD Sv. Ana	9.000	9.500
	FA Zagreb-Markovac	9.000	9.500
	KUD Prigorski zdenec	9.000	9.500
	HSPD Sljeme Šestine - Zagreb	9.000	9.500
3.9.	Kumice s Dolca, ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / travanj - listopad	30.000	30.000
3.10.	Promenadni koncerti u Maksimirskom perivoju - Ansambli salonske i promenadne glazbe AS / nedjeljom svibanj - rujan, Koncertna direkcija Zagreb i Udruga Zagreb u prošlosti	110.000	110.000
3.11.	Promenadni koncerti Puhačkog orkestra ZET-a na Zrinjevcu - Puhački orkestar ZET-a / nedjeljom svibanj - listopad	80.000	80.000

3.12.	Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - udruga Cestagram i udruga Zagrebački cinkuši / lipanj - rujan	209.600	200.000
3.13.	Plesne večeri na Zrinjevcu - Udruga Cestagram / petkom / srpanj - rujan	169.300	170.000
3.14.	Ljeto u Maksimiru - Didi sound d.o.o. / srpanj - kolovoz	60.000	
4.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / srpanj	140.000	140.000
5.	Novogodišnji koncert tamburaškog orkestra u HNK za turiste	80.000	80.000
6.	Uskrсни koncert folklornih društava za turiste GK Komedija / travanj	59.000	60.000
7.	Dan grada Zagreba, posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada, koncert Zagrebačke filharmonije (KDZ) te ostali programi / svibanj	9.100	20.000
8.	Zagreb Tourfilm Festival, međunarodni festival turističkog filma - Balduči film d.o.o. / lipanj	340.000	300.000
9.	NEPLANIRANO	20.000	100.000
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ	3.205.200	3.156.500

PRILOG 4. - VOLIM ZAGREB

RB	Volim Zagreb	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Projekt Budi svoj, očuvanje tradicije i kulturne baštine Podsljemena i Dani kruha - KUD Frankopan Remete / kroz godinu	10.000	
2.	Ekološko edukativna zaštita podsljemenskih potoka, posebno potoci Bliznec i Štefanovec - SRU Bukovac - Maksimir / svibanj - rujan	10.000	10.000
3.	Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće - Gradski ured za obrazovanje / svibanj	11.000	10.400
4.	Dan ljubaznosti u prometu - PU Zagrebačka / svibanj	12.500	8.600
5.	Podsusedske svečanosti - Udruga za zaštitu okoliša EKO-2000 / rujan-studeni	7.000	7.000
6.	Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj - svibanj	20.000	15.000
7.	Festival Artichoke - Centar za osobni i profesionalni razvoj Syncro - Synergy Croatia / listopad	7.000	
8.	Sljeme Star Party u hotelu Tomislavov dom u Parku prirode Medvednica - Astronomsko društvo Beskraj		10.000
9.	Dječji ljetni kamp - ustanova Upravljanje sportskim objektima / lipanj - srpanj		5.000
	UKUPNO VOLIM ZAGREB	77.500	66.000

PRILOG 5. – OGLAŠAVANJE

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	ABTA, ASTA Magazine	godišnji katalog	UK, SAD	20.000	
2.	BUS & HOTEL Report + Reise Aktuell	revija	touropertori i putn. agencije u Njemačkoj	45.000	
3.	Ice i piće	revija	Hrvatska	15.000	15.000
4.	In Your Pocket	vodič+karta+Internet	posjetitelji u Zagrebu	50.000	30.000
5.	Jutarnji list	dnevne novine	Hrvatska	30.000	20.000
6.	Restaurant & Hotel	revija	Hrvatska	5.000	5.000
7.	UT magazin + City break	revija	Hrvatska	20.000	20.000
8.	UHPA	godišnji katalog	inozemstvo	10.000	10.000
9.	Zagreb moj grad	mjesečnik	Hrvatska	45.000	40.000
10.	Virtuoso Traveler	revija	SAD	61.000	61.000
11.	Esplanade Magazine	mjesečnik	Hrvatska	20.000	20.000
12.	Oglasi - Večernji list	prilog dnevnih novina	Hrvatska	30.000	20.000
13.	Oglas u Slobodnoj Dalmaciji	prilog dnevnih novina	Hrvatska	15.000	15.000
14.	Oglas Tip Travel	on-line magazin	Hrvatska/svijet	30.000	20.000
15.	Omnibusrevue	stručni časopis	Austrija, Njemačka, Švicarska	12.000	
16.	Place2Go	revija	Slovenija	10.000	10.000
17.	Hrvaška 2015.	prilog dnevnih novina	Slovenija	6.000	6.000
18.	Putovanje za dvoje	revija	Hrvatska	10.000	
19.	Dnevnik	prilog dnevnih novina i on line portal	Slovenija	5.000	5.000
20.	Insight Design Guide	vodič	Hrvatska	30.000	30.000
21.	Putovanja za dvoje	revija	Srbija	10.000	
22.	World Horizons	revija	Njemačka	16.000	16.000
23.	Le petit futé-Croatia	katalog	Francuska	8.000	
24.	Advertoriali u Velikoj Britaniji-zakup od strane agencije Hills Balfour	revije, časopisi+ online	Velika Britanija	150.000	100.000
25.	Skylines-Austrian Airlines-inflight	inflight magazin	svijet - letovi Austrian Airlinesa	100.000	
26.	4 Seasons Croatia - Ruski jezik	katalog-medicinski tur.	Rusija	3.500	17.000
27.	Time Out-Croatia visitors guide	revija	Velika Britanija, SAD, svijet	8.500	
28.	Horizont	revija	Slovenija	4.000	4.000
29.	Vodič JRE Hrvatska	katalog	Hrvatska, Svijet	4.000	
30.	Svet 24	revija	Slovenija	5.000	
31.	Elevate - Air Serbia	inflight magazin	Srbija, svijet	10.000	

32.	Zdrave novice	revija	Slovenija	10.000	
33.	Adriatic News	revija	Rusija	18.000	18.000
34.	FTI	godišnji katalog	Njemačka, Austrija	27.000	27.000
35.	TUI	godišnji katalog	Njemačka, Austrija	28.000	28.000
36.	B-Inspired	inflight magazin	svijet - letovi Brussels Airlinesa	25.000	
37.	Horizon Monde	magazin	Francuska		16.000
38.	Advertoriali u Italiji- zakup od strane agencije	revije, časopisi+ online	Italija		150.000
39.	Acta Turistica	stručni časopis	Hrvatska, svijet		10.000
40.	Neplanirano			25.000	50.000
	UKUPNO			921.000	763.000

OGLAŠAVANJE U KONGRESNO-INCENTIVE PUBLIKACIJAMA

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Croatian Convention & Incentive Magazine	stručni časopis	Hrvatska, kong. burze	30.000	30.000
2.	I& MI Mice Places - DIY Workbook	godišnji katalog	EU, SAD, Kanada, Azija	22.500	28.000
3.	Kongres Magazine	stručni časopis	Slovenija, regija	15.000	15.000
4.	Reunir ex Meedex PRO	stručni časopis	Francuska	22.000	22.000
5.	IMEX Frankfurt Catal.	burz. katalog		7.000	8.000
6.	IBTM Show Diary	burz. katalog		10.000	10.000
7.	Biz direkt	stručni časopis	Hrvatska	8.000	8.000
8.	Poslovni dnevnik	info. gospod.	Hrvatska	20.000	20.000
9.	MPI online buyer's guide	online		5.000	5.000
10.	Conference & Meeting World	stručni časopis	svijet	10.000	10.000
11.	Poslovni turizam	online		15.000	15.000
12.	Conventa katalog	burz. katalog		4.000	5.000
13.	Master Meeting Italy's Best	stručni časopis	Italija	9.000	10.000
14.	Poslovni savjetnik	stručni časopis	Hrvatska	10.000	10.000
15.	SEEBtm magazin	stručni časopis	Regija	15.000	15.000
16.	"PUNTO MICE" Croatia Report		Španjolska	17.000	17.000
17.	Meetings International Magazine	BIR (Business intelligence report)	Svijet	19.500	20.000
18.	Incentive Travel & Corporate Meetings (ITCM)	online		14.500	15.000
19.	Experiental planner handbook	priručnik	Indija	10.200	11.000
20.	Lider	časopis	Hrvatska	7.300	7.500
21.	Neplanirano			50.000	50.000
	UKUPNO			321.000	331.500

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

RB	Naziv	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Brošura – Sve boje grada	300.000	200.000
2.	Brošura – Korak po korak	350.000	350.000
3.	Brošura – Zagrebačka okolica	300.000	200.000
4.	DVD Zagreb turistički	80.000	80.000
5.	Monografije	5.000	5.000
6.	PROGRAM PRIREDBI/INFO	370.000	370.000
7.	Plan grada – letak	400.000	500.000
8.	Novine Zagreb4You	300.000	240.000
9.	Zagreb Gay Guide	13.000	13.000
10.	Zagreb Culture & Events Guide	117.000	120.000
11.	Zagreb opći vodič - novi	250.000	400.000
12.	Zagrebački Vremeplov - brošura	74.000	74.000
13.	Guide Vert Michelin Week-end Zagreb	341.000	
14.	Eat Zagreb-gastro vodič	53.000	40.000
15.	Džepni vodič arhitekture Zagreba-eng (DAZ)	15.000	
16.	Fotomonografija Zagrebački zidovi-Ulična umjetnost	8.000	
17.	Use it - vodič	10.000	
18.	Letak "Sigurni na odmoru"	10.000	5.000
19.	Zagreb Times novine	650.000	650.000
20.	Kutija za Image brošuru	35.000	
21.	Priručnik za privatne iznajmljivače	16.000	
22.	Time Out Zagreb		300.000
23.	5 Books from Croatia		33.000
24.	Kongresna brošura		30.000
25.	NEPLANIRANO	30.000	100.000
	UKUPNO	3.727.000	3.710.000

SUVENIRI

RB	Naziv	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Kalendari	25.000	20.000
2.	Kemijske olovke - razne	30.000	40.000
3.	Knjiga - razno	10.000	10.000
4.	Licitarska srca	400.000	400.000
5.	Magneti	80.000	80.000
6.	Majice sa dotiskom	100.000	100.000
7.	Privjesci - licitar	130.000	130.000
8.	Rokovnici	25.000	26.000
9.	Vezice za mobitel	80.000	80.000
10.	USB stick		150.000
11.	Stolni kalendar	10.000	10.000
12.	Oznaka (name tag) za prtljagu	116.000	120.000
13.	Promotivne vrećice (EKO, papirnate male i A4)	150.000	150.000
14.	Šalica razne	45.000	
15.	Lepeza - Zagrebački vremeplov	35.000	20.000
16.	Zagreb a la carte - kartaška igra	30.000	
17.	Blok A5	12.000	
18.	Press mapa TZGZ	5.000	10.000
19.	Kožni etui za ključeve	60.000	
20.	Adventski čaj	40.000	45.000
21.	Jastuk Zagreb Be There	25.000	
22.	Adventski keks	40.000	25.000
23.	NEPLANIRANO	20.000	50.000
	UKUPNO	1.468.000	1.466.000

PRILOG 7. – SAJMOVI I PREZENTACIJE
SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2016.	Plan 2017.
		AUSTRALIJA				
1.	Sydney i Melbourne	Travel Industry Expo	21.-22.7.; 25.-26.7.	12		130.000
		BUGARSKA				
2.	Sofija	International Tourism Exhibition	11.-13.2.	12	28.000	30.000
		BRAZIL				
3.	Sao Paolo	WTM Latin America	23.-25.4.	9	90.000	
		HRVATSKA				
4.	Zagreb	Place2go	18.-20.3.		37.000	37.000
		INDIJA				
5.	Mumbai	OTM	18.-20.2.	12	66.000	70.000
		JAPAN				
6.	Tokyo	JATA	rujan	15	80.000	88.000
		JUŽNA KOREJA				
7.	Seoul	HITS	lipanj	18	56.000	70.000
		KANADA				
8.	Montreal	Int. Tourism & Travel Show	21.-23.10.	12	70.000	70.000
		KINA				
9.	Hong Kong	ITE	12.-15.6.	9	84.000	90.000
10.	Shanghai	ITB Shanghai	10.-12.5.	9		85.000
		RUMUNJSKA				
11.	Bukurešt	Romanian Tourism Fair	25.-28.2.	12	40.000	42.000
		SAD				
12.	New York	Times Travel Show	8.-10.1.	9	70.000	70.000
13.	Los Angeles	Travel and Adventure Show	27.-28.2.		6.000	70.000
		ŠPANJOLSKA				
14.	Barcelona	SITC	15.-17.4.	12	41.000	45.000
		SINGAPUR				
15.	Singapore	ITB Asia	listopad	18	150.000	150.000
		TURSKA				
16.	Istanbul	EMITT	28.-31.1.	9	95.000	
17.	NEPLANIRANO				50.000	100.000
	UKUPNO				963.000	1.017.000

NASTUPI S HTZ-om

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2016.	Plan 2017.
		AUSTRIJA				
1.	Beč	Ferienmesse	14.-17.1	5	33.000	36.000
		BELGIJA				
2.	Bruxelles	Vacances	6.-10.2.	6	28.000	
		FRANCUSKA				
3.	Pariz	MAP	17.-20.3.	5	48.000	53.000
		ITALIJA				
4.	Rimini	TTG	9.-11.10.		45.000	40.000
		NIZOZEMSKA				
5.	Utrecht		12.-17.1.	5	42.000	
		NJEMAČKA				
6.	Munchen	f.r.e.e.	10.-14.2.	7	42.000	45.000
7.	Berlin	ITB	9.-13.3.	6	57.000	62.000
		RUSIJA				
8.	Moskva	MITT	23.-26.3.	4	23.000	30.000
		SRBIJA				
9.	Beograd	IFT	18.-21.2.	6	19.000	21.000
		ŠPANJOLSKA				
10.	Madrid	FITUR	20.-24.1.	7	43.000	46.000
		ŠVICARSKA				
11.	Zurich	FESPO	30.1.-1.2.	5	38.000	
		UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI				
12.	Dubai	ATM	25.-28.4.	4	58.000	67.000
		VELIKA BRITANIJA				
13.	London	WTM	7.-10.11.	7	100.000	100.000
	UKUPNO NASTUPI S HTZ-om				576.000	500.000
	UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ-om				1.539.000	1.517.000

PRILOG 8. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Ljubljana	Conventa	17.01.-19.01.	4	24.000	28.000
2.	Istanbul	ACE of M.I.C.E.	22.02.-24.02.	9	21.000	35.000
3.	Frankfurt	IMEX	16.05.-18.05.	4	199.000	180.000
4.	London	The Meetings Show	13.06.-15.06.	6	38.000	60.000
5.	Pariz	Reunir (ex Meedex)	21.09.-22.09.	4	49.000	50.000
6.	Las Vegas	IMEX America	10.10.-12.10.	4	80.000	100.000
7.	Barcelona	IBTM World	29.11.- 01.12.	4	190.000	193.000
8.	Neplanirano					50.000
	UKUPNO				601.000	696.000

PRILOG 9. – KANDIDATURE ZA STRUČNE SKUPOVE I POTPORE SKUPOVIMA

RB	Kandidature za stručne skupove i potpore skupovima	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Adria Hotel Forum, Proficisor d.o.o , veljača	20.000	20.000
2.	ARTUR (Arhitektura i turizam) - Društvo arhitekata Zagreb, siječanj-lipanj	15.000	15.000
3.	Međunarodni simpozij za korusologiju - ARS CHORALIS, Hrvatska udruga zborovođa, ožujak-travanj	10.000	
4.	International Charter Expo (ICE), Jadranski skiperi d.o.o., ožujak	20.000	20.000
5.	Animafest Scanner, Hulahop, lipanj	10.000	10.000
6.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, srpanj	15.000	15.000
7.	20. međunarodni kongres Europskog antropološkog društva, Institut za antropologiju, kolovoz	50.000	
8.	XIX. Kongres hotelijera, UPUHH, studeni	100.000	50.000
9.	ECM Summer School, ECM&TZGZ, kolovoz	130.000	
10.	USTOA Out of Country Meeting, svibanj 487.000 reb	500.000	
11.	Godišnja Skupština svjetske teniske federacije ITF, Hrvatski teniski savez, lipanj	62.000	
12.	22. Kongres Europske Asocijacije za psihoterapiju, SPUH, rujan-listopad	20.000	
13.	Svjetski kongres socijalnog turizma, Svijet tišine, listopad	15.000	
14.	DEBRA International Congress, DEBRA, rujan	15.000	
15.	Zagreb Security Forum, Udruga Sv. Juraj, veljača-ožujak	15.000	15.000
16.	Dani zagrebačke arhitekture, Društvo arhitekata Zagreb, svibanj	5.000	5.000
17.	TEDX Maksimir, Udruga profesor Baltazar, listopad	5.000	
18.	8. Međ. konf. o dizajnu automobila - Autor, svibanj	15.000	15.000
19.	2. Europski žanrovski forum, LOT 28 STUDIO, srpanj	10.000	10.000
20.	2. kongres ekološkog i održivog turizma, LUX, prosinac	10.000	
21.	Međunarodna konferencija inovacija i održivi razvoj proizvoda za posebne oblike turizma, UHPA. veljača	11.000	
22.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca u kongresnom turizmu, prosinac	10.000	10.000
23.	15 th Symposium of aquatic Microbial ecology, Institut "Ruđer Bošković", rujan	15.000	15.000
24.	22nd Congress of Eu PPA, Institut za Antropologiju, kolovoz	9.000	10.000
25.	Europska škola pedijatrije "Dijete u gradu", Savez društva naša djeca, lipanj	15.000	
26.	LEAP Summit 2016 - Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, svibanj	20.000	30.000
27.	Dentalna antropologija , Stomatološki fakultet sveučilišta u Zagrebu, lipanj	8.000	
28.	Međ.konf. Integracija i dezintegracija EU u SEE, listopad	10.000	
29.	INNOGUIDE 2.0 Event - Društvo Marije Jurić Zagarke, veljača	5.000	
30.	1.Kongres samozaposlenih poduzetnica RH - Udruga Zagreb Info, ožujak	7.000	
31.	Pametni gradovi - LIDER Media d.o.o. budućnost počinje sada, ožujak	5.000	
32.	Međ.konf. Zagreb brend forum - Privredni Vjesnik d.o.o., ožujak	5.000	

33.	JADE May Meeting - Next Junior Enterprise, travanj	7.000	
34.	EPC (EU Phycological Congress), Hrvatsko botaničko društvo, rujan	3.000	10.000
35.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH , Savez dr distrofičara HR, svibanj	5.000	5.000
36.	Intenational Charter Expo-twICE'16 - JADRANSKI SKIPERI d.o.o., studeni	20.000	
37.	Stručni skup "Igra u otvorenom prostoru", Hrvatsko društvo krajobraznih arhitekata, listopad	5.000	
38.	Dodatna prezentacija HEPA EUROPE u Belfastu, Kineziološki fakultet, rujan	4.000	
39.	21. HR simpozij osoba s invaliditetom, Savez osoba s Invaliditetom SOIH, listopad	5.000	5.000
40.	JCI-EPM za 2018 dobivena kandidatura - promocija, JCI Hrvatske	6.000	10.000
41.	Meeting G 2.2 Hrvati zajedno u businessu, Roraima 5 d.o.o.	15.000	15.000
42.	5. kongres hrvatskih arhitekata, Udruženje hrvatskih arhitekata, veljača		10.000
43.	Međunarodni kongres organizatora kadetskih natjecanja u alpskom skijanju, Zagrebački skijaški savez		10.000
44.	Annual Congress AEC, Muzička akademija, studeni		30.000
45.	20. bienalni međunarodni simpozij ICSD, Pravni fakultet, studeni		15.000
46.	ENOTHE 2017 Annual Meeting, Hrv. udruga radnih terap., listopad		20.000
47.	Zborski amaterizam u Hrvatskoj i regiji, Hrv. sabor kulture, prosinac		5.000
48.	REXPO, sajam investicijskih projekata, Expositum d.o.o., listopad		10.000
49.	Svjetsko prvenstvo u debati - promocija, Hrvatsko debatno društvo		20.000
50.	13. god. sastanak i 8. konferencija HEPA Europe, Kinez.fak, studeni		15.000
51.	Kongres poduzetnica JI Europe, Udruga Zagrebinfo, ožujak		20.000
52.	Svjetski kongres poduzetnika, Međ.ekon.forum "Perspektive", listopad		50.000
53.	XV. Međ. kongres Auksologije 2020., dodatna promocija, Institut za antropologiju,		15.000
54.	7th Virtual World Congress of Dental Students, Stomat.fak., svibanj		5.000
55.	Football Fest, AB Sport Consulting d.o.o., listopad		40.000
56.	Branding Hrvatske u svijetu 3. izdanje, Udruga slavnih u Istri, ožujak		15.000
57.	Potpore za candidature - neraspoređeno	138.000	185.000
	UKUPNO:	1.370.000	750.000

PRILOG 10. – RASHODI TIC - evi

TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA

RB	Opis	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Usluge student servisa	60.000	60.000
2.	Usluge najma	110.000	110.000
3.	Radna odjeća	10.000	10.000
4.	Potrošnja električne energije i plina	45.000	50.000
5.	Troškovi telefona, internet	20.000	20.000
6.	Usluge održavanja	15.000	15.000
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	20.000	20.000
8.	Komunalne usluge	23.000	23.000
9.	Uređenje prostora	15.000	15.000
10.	Troškovi reprezentacije	15.000	15.000
11.	Literatura (glasila, časopisi..)	10.000	10.000
12.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	5.000
	Ukupno:	348.000	353.000

TIC - ZRAČNA LUKA

RB	Opis	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Usluge student servisa	35.000	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	5.000	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 2016.	Plan 2017.
1.	Usluge student servisa	30.000	25.000
2.	Usluge najma	20.000	75.000
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:	65.000	115.000

TIC - AUTOBUSNI KOLODVOR

RB	Opis	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Usluge student servisa	40.000	35.000
2.	Usluge najma	110.000	110.000
3.	Usluge najma reklamnog prostora	50.000	30.000
4.	Radna odjeća	5.000	5.000
5.	Potrošnja el. energije i plina	17.000	17.000
6.	Troškovi telefona, internet	12.000	10.000
7.	Usluge održavanja	35.000	35.000
8.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000	5.000
9.	Komunalne usluge	8.000	8.000
10.	Uređenje prostora	5.000	5.000
11.	Literatura (glasila, časopisi..)	5.000	5.000
12.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	5.000
	Ukupno:	297.000	270.000

TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2016.	Plan 2017.
1.	Usluge student servisa	55.000	50.000
2.	Usluge najma	60.000	60.000
3.	Radna odjeća	5.000	5.000
4.	Troškovi telefona, internet	10.000	10.000
5.	Tekuće i investicijskog održavanje	3.000	3.000
6.	Uređenje prostora	2.000	2.000
7.	Literatura (glasila, časopisi..)	2.000	5.000
8.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	3.000
	Ukupno:	140.000	138.000