



**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED**

# **PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2018. GODINU**

**Zagreb, listopad 2017.**

# Program rada i financijski plan za 2018. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2018. godinu, zakonom utvrđenim zadaćama svih turističkih zajednica, potrebama grada Zagreba, posebnim uputama Hrvatske turističke zajednice te Uredbom o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za 2018. godinu, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada i financijski plan za 2018. 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.....	25
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.....	43
Prilog 4. Volim Zagreb.....	44
Prilog 5. Oglašavanje.....	45
Prilog 6. Brošure i suveniri.....	47
Prilog 7. Sajmovi .....	49
Prilog 8. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama .....	50
Prilog 9. Kandidature za stručne skupove, potpore i projekte ..	51
Prilog 10. Rashodi TIC – evi .....	53
Prilog 11. Potpore marketinškim projektima .....	55

## 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 2017. godine pokazuju turističku orijentaciju, a optimistični pozitivni podaci se pokazuju na svakomjesečnoj razini u 2017. godini.

Grad Zagreb posljednjih je godina unaprijedio i povećao ponudu smještajnih kapaciteta – 2014. godine grad je raspolagao s 6.945 kreveta u 53 hotela, 5.588 kreveta u različitim smještajnim objektima i 2.480 kreveta u privatnom smještaju. U 2015. godini nudio je 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, dok je u 2016. godini Zagreb raspolagao s 7.397 kreveta u 57 hotela, 2.209 kreveta u hostelima, 6.421 kreveta u različitim smještajnim objektima i 5.191 krevetom u privatnom smještaju. U rujnu 2017. godine u Zagrebu je bio 61 hotel 5\*, 4\*, 4/3\*, 3\* i 2\*, zatim 49 hostela, 1874 privatna iznajmljivača, 3 seoska domaćinstva i 10 drugih smještajnih objekata.

Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci 2017. godine iznosi 56,34% u hotelima s 5\*, 54,48% u hotelima s 4\*, 33,69% u hotelima s 4/3\*, 55,49% u hotelima s 3\* i 34,04% u hotelima s 2\*. Prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci hotelskih kapaciteta iznosi 54,22%, u hostelima 29,32%, a u privatnom smještaju 22,32%. Posebno se ističe porast otvaranja privatnog smještaja i to 44% u odnosu na prvih 9 mjeseci 2016. godine (539 novootvorenih privatnih iznajmljivača, dok je zatvoreno 147 privatna iznajmljivača).

Posljednji pokazatelji ukazuju na oporavljanje hrvatske i svjetske ekonomije uz oprez predviđanja za 2018. godinu, no za očekivati je da će, nakon turistički pozitivnih pokazatelja u 2017. godini, i 2018. godina biti kvalitetnija od 2017. 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.

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 unutar Gradskog ureda za gospodarstvo, rad i poduzetništvo te Gradskog ureda 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 2018. 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.

Ove godine je otvoren novi terminal Međunarodne zračne luke Zagreb koji daje optimističan pogled prema rastu turizma, boljoj povezanosti s Europom i svijetom, dodatnu aktivaciju niskobudžetnih i visokobudžetnih letova koji su direktno povezani ne samo s porastom „city break“ putovanja, nego se koriste i za poslovna. Otvaraju se mogućnosti otvaranja novih i dalekih tržišta kao što je ove godine učinjeno s aviokompanijom iz Ujedinjenih arapskih emirata, a nastavlja se s već uspostavljenim linijama iz Kanade. Izuzetno je dobra suradnja s nacionalnom aviokompanijom Croatia Airlinesom koja je i ove godine otvorila nove linije – Stockholm, Oslo, Helsinki i Bukurešt.

Izrazito je bitno nastaviti profilirati Zagreb i kao „city break“ destinaciju te razvijati turističke proizvode kroz integriranu suradnju svih dionika. Zato TZGZ nastavlja s razvojem turističkih proizvoda koji sami za sebe privlače turiste na „city break“ – Festival svjetla, Bijela noć i Advent u Zagrebu, a isto tako i pruža podršku organizatorima sličnih turističkih proizvoda. Ovakve aktivnosti posebno doprinose profiliranju destinacije, njenom brendiranju i prepoznatljivosti.

Nastavit će se rad s domaćim putničkim agencijama kako bi se dodatno poticao organizirani dolazak u Zagreb. Suradnja se očituje ne samo u zajedničkoj prisutnosti na sajmovima već i u pravodobnoj informiranosti, zajedničkim aktivnostima, poticanju suradnje s partnerskim stranim organizacijama kroz dovođenje stranih agenata prodaje. 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.

Novo istraživanje stavova i potrošnje turista i posjetitelja Zagreba se provodi tijekom 2017. godine i bit će dostupno od polovice 2018. godine, stoga je još uvijek 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. 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. 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 su Muzej prekinutih veza, Muzej iluzija, 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.

U odnosu na manifestaciju Advent u Zagrebu, provedeno je istraživanje „Procjena ukupne potrošnje generirane Adventom u Zagrebu u 2016. godini“. Napravljena je konzervativna procjena broja posjetitelja Adventa koja iznosi 3.303.000 te optimistička koja je 3.840.000 posjetitelja. Istraživanje je također pokazalo da je 49% posjetitelja došlo u Zagreb upravo zbog Adventa, dok je na 35% posjetitelja Zagreba Advent utjecao u određenoj mjeri kao razlog dolaska, a na 16% posjetitelja nije utjecao uopće. Podaci također govore da ukupna potrošnja generirana Adventom iznosi od 390 do 438 milijuna kuna ili od 52 do 58 milijuna Eura. Od toga je 40,1% ostvareno od strane inozemnih posjetitelja, 27,2% od strane domaćih, dok na lokalnu potrošnju otpada 32,7%. Istraživanje ukazuje na uspješnost same manifestacije koja postavlja Zagreb kao svjetsku destinaciju u prosincu, ali ujedno upozorava na održivost, inovativnost i dobro planiranje. Dodatna prepoznatljivost je ostvarena i priznanjem nezavisnog portala European Best Destinations za najbolji božićni sajam drugu godinu za redom.

Program rada za 2018. 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. 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. Isto tako, od početka 2018. godine očekuje se porast prihoda od boravišne pristojbe zbog nove Uredbe o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za 2018. godinu.

Uzimajući u obzir prethodne postavke, osnovni su ciljevi marketinške politike Turističke zajednice grada Zagreba u 2018. godini, a sukladno Strateško operativnom marketinškom planu 2017.-2020., 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.

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 2018. godini nastavit će se s aktivnostima koje su započete tijekom 2017. godine, odnosno koje su dodatno osuvremenjene kako bi bolje odgovarale novim potrebama. Ovdje bi posebno istakli vizuale i sveobuhvatan online i offline pristup ljetnoj i zimskoj oglašivačkoj kampanji – Zagreb Summer Tour i Advent in Zagreb, izrazitu prisutnost i aktivnost na svim društvenim mrežama, izdavanje turističkih novina Zagreb times i Zagreb4you, potpuno novu temeljnu brošuru Zagreba koja očekuje svoje predstavljanje, izradu nove vodič-brošure za posjetitelje Zagreba, razvijanje Festivala svjetla kao nove proljetne mega manifestacije te integrirane umjetničke manifestacije Bijela noć. U svrhu povećavanja efikasnosti po prvi puta smo predstavili u potpunosti integriranu online prijavu projekata na temelju čega je i izrađen ovaj program rada, a očituje se u podizanju kvalitete, profesionalnosti, praćenju učinaka i samih prijavitelja i partnera. U istom usmjerenju izradit će se i potpuno nova online rezervacija privatnog smještaja kao odgovor na veliku aktivnost u ovom segmentu smještajnih objekata. O dobrom usmjerenju i aktivnostima koje provodimo svjedoči i posebno priznanje jednog od najprestižnijih svjetskih turističkih vodiča, Lonely Planet, koji je Zagreb stavio na prvo mjesto svoje liste ovogodišnjih najpoželjnijih i najuzbudljivijih, ali nedovoljno istraženih europskih destinacija, koje se moraju posjetiti.

U 2018. godini nastavit će se s razvojem i pozicioniranjem Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma kako kroz poticanje suradnje svih uključenih dionika, tako i kroz oglašavanje te sudjelovanje na svjetskim sajmovima, a posebno kroz organiziranje međunarodne HTI (Health Tourism Industry) konferencije u Zagrebu.

U svrhu promoviranja Zagreba kao svjetske turističke destinacije, ali posebno u profesionalnom turističkom svijetu, a što bi doprinijelo i pozicioniranju cijele Hrvatske,

radit će se na organizaciji ITW-a (International Travel Week) u Zagrebu u prosincu kao središnje manifestacije takve vrste u ovom dijelu Europe.

Turistička zajednica, slijedom analize dolazaka i noćenja za prvih 9 mjeseci 2017. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 1.260.000 dolazaka i 2.250.000 noćenja pri čemu bi premašili procjenu iz Strateško operativnog marketinškog plana TZGZ 2017.-2020 (1.144.159 dolazaka i 2.106.059 noćenja). Za 2018. godinu je procjena ostvarenja prema strateškom dokumentu 1.204.654 dolaska i 2.269.222 ostvarena noćenja.

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 2017. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 975.236 dolazaka i 1.721.398 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 128.580 dolazaka te 236.690 noćenja (13,75% ukupnih noćenja), a strani turisti 846.656 dolazaka i 1.484.708 noćenja (86,25% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2016. godinu, ostvaren je porast broja dolazaka turista za 18% (domaći dolasci su veći za 4 %, a strani veći za 20%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 16% (domaća noćenja su veća za 5%, a strana veća za 18%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: Koreja 89.584 (23% više nego u istom razdoblju 2016. godine), SAD 55.712 (29% više nego 2016.g.), Njemačka 52.302 (14% više), Italija 44.498 (12% više), Kina (32.649 (39% više) a potom slijede turisti iz Ujedinjenog Kraljevstva, Španjolske, Bugarske, Bosne i Hercegovine i Francuske. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz SAD-a 117.444 (30% više nego 2016.g.), Koreje 104.721 (22% više), Njemačke 94.301 (11% više), Italije 84.229 (11% više), Ujedinjenog Kraljevstva 74.714 (21% više), a potom slijede turisti iz Španjolske, Bosne i Hercegovine, Francuske, Kine i Australije. Značajan porast broja dolazaka turista u Gradu Zagrebu tijekom razdoblja siječanj – rujan 2017. godine u odnosu na isto razdoblje 2016. godine ostvarili su turisti iz Indije (69% više), Argentine (53% više), Brazila (48% više), Ostalih azijskih zemalja (45% više), Novog Zelanda (45% više), Ukrajine (40% više), Kine (39% više) te Australije (37% više). Ostvaren je i značajan porast broja noćenja turista iz Indije (63% više), Indonezije (62% više), Brazila (53% više), Norveške (37% više), Novog Zelanda (37% više), Australije (34% više), SAD-a (30% više) i Ostalih azijskih zemalja (28% više).

Stoga je važno napomenuti kako se i u prvih 25 zemalja prema najvećem broju dolazaka ističu promjene u poretku broja dolazaka turista iz Ostalih azijskih zemalja (s 19. mjesta u 2016. godini na 13. mjesto u 2017. godini), Australije (s 16. mjesta na 14. mjesto), Tajvana (s 28. mjesta na 20. mjesto) i Brazila (s 27. mjesta na 25. mjesto), a značajni pomaci u poretku prema najvećem ostvarenom broju noćenja su iz Kine (s 11. mjesta na 9. mjesto), Australije (s 13. mjesta na 10. mjesto), Ostalih azijskih zemalja (s 17. mjesta na 14. mjesto) i Japana (s 20. mjesta na 18. mjesto).

U cilju ostvarenja turističke politike u 2018. 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 2018. godinu

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA  
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA  
ZA 2018. 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: 8.025.000**

#### 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. U sljedećoj godini se planira i uređenje TIC-a na Trgu bana Jelačića pa su za tu aktivnost i predviđena dodatna sredstva. Prilog 1.

**Planirana sredstva: 4.795.000**

#### 3. Rashodi TIC – evi

Neposredno davanje informacija turistima, posjetiteljima i građanima Zagreba organizirano je kroz pet Turističkih informativnih centara (Trg bana J. Jelačića, kula Lotrščak, Glavni željeznički i Autobusni kolodvor te Zračna luka Franjo Tuđman), koji će posjetiteljima biti dostupni svakodnevno tijekom cijele 2018. godine.

Svih pet TIC-eva obavljat će poslove davanja, prikupljanja i obrade informacija. Osim izravnog načina komunikacije, informacije će biti dostupne i putem ostalih kanala distribucije (telefon i e-pošta) te putem samostalnog e-poslužitelja koji je smješten u izlogu središnjeg TIC-a na Trgu bana Jelačića. Djelatnici TIC-eva prikupljaju i informacije vezane za događanja u gradu te ih pripremaju za publiciranje u mjesečniku „Program priredaba“.

Uz navedeno, najznačajniji događaji tijekom 2018. godine bit će svakodnevno predstavljani i najavljeni i na velikom projekcijskom ekranu smještenom u izlogu središnjeg TIC-a.

Pojedina značajnija događanja tijekom godine iziskivat će prilagođeno (produljeno) radno vrijeme središnjeg TIC-a te će isto biti organizirano u skladu s potrebama.

Također, neka specifična događanja i priredbe tijekom 2018. godine iziskivat će potrebu uspostavljanja privremenih info-punktova, što je posao kojeg će također obaviti osoblje iz nekog od pet TIC-eva.

Kao i kroz proteklih 20 godina, tako će se i tijekom 2018. u svim TIC-evima voditi dnevna evidencija o broju domaćih i inozemnih posjetitelja. Prilog 10.

OD i ostala primanja radnika: 3.100.000

Ostali troškovi: 989.000

**Planirana sredstva: 4.089.000**

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

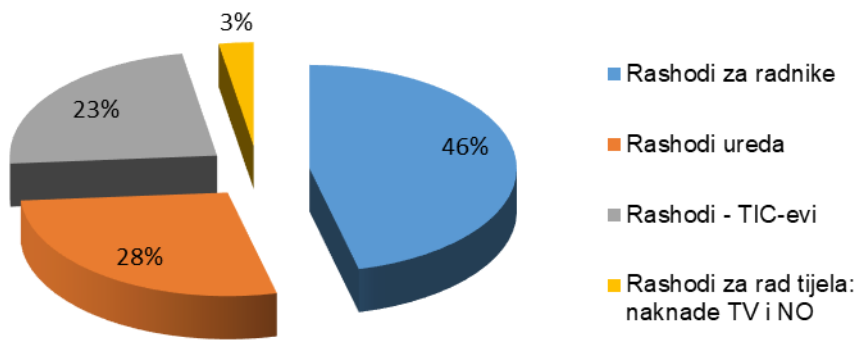
Sredstva su planirana za naknade članovima Turističkog vijeća i Nadzornog odbora.

**Planirana sredstva: 470.000**

### I. UKUPNO ADMINISTRATIVNI RASHODI

**17.379.000**

## Administrativni rashodi



## II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

### 1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Nastavlja se projekt ukrašavanja ulica i trgova centra grada visećim cvjetnim košaricama koje se postavljaju po rasvjetnim stupovima i kandelabrima. Cvjetne košarice vizualno oplemenjuju turistički atraktivne lokacije te turistima čine boravak u Zagrebu ugodnijim, stvarajući klimu dobrodošlice i doprinoseći ugođaju kontinentalnog grada s mediteranskim, opuštenim šarmom.

**Planirana sredstva:**

**200.000**

### 2. Potpora događanjima

Zagreb je kulturno, znanstveno, gospodarsko, političko i administrativno središte Republike Hrvatske i cjelogodišnja turistička destinacija u kojoj se održavaju brojne manifestacije i projekti lokalnog i međunarodnog karaktera, koji svojim programima obogaćuju turističku ponudu, generiraju dolaske i noćenja i u konačnici, rezultiraju povećanom turističkom potrošnjom. TZGZ svoje aktivnosti usmjerava prema poticanju kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i sličnih manifestacija pružanjem podrške u promidžbenom, financijskom, savjetodavnom i logističkom smislu, a sve u skladu sa svojim zadaćama i ciljevima. Potpore se dodjeljuju projektima koji doprinose poboljšanju turističke ponude grada Zagreba, a koji posjetiteljima pružaju nova, drugačija iskustva i doživljaje svojim originalnim sadržajem. Isto tako, podržavaju se različite manifestacije i tematski razgledi grada s inovativnim scenskim prikazima i zanimljivom interakcijom - od onih temeljenih na legendama ili povijesnim likovima, gastronomiji ili mračnim tajnama grada, do razgleda najrazličitijim i ekološki prihvatljivim prijevoznim sredstvima. Pažnja se posvećuje i projektima koji imaju za cilj edukaciju i razvijanje svijesti o potrebi i važnosti zaštite okoliša i životne sredine, kao i očuvanju povijesne, kulturne i etnološke baštine.

Unatrag nekoliko godina u Zagrebu se intenzivno razvija eno i gastro scena koju prate i različiti festivali hrane i vina. Navedeni festivali potvrđuju Zagreb kao eno i gastro destinaciju te posjetiteljima na zanimljiv način predstavljaju tradicionalnu zagrebačku kuhinju i trendove.

U Zagrebu se tradicionalno održava niz međunarodnih sportskih manifestacija. Njihovom realizacijom se osim razvoja sporta utječe i na povećanje broja dolazaka posjetitelja. Uz dolazak sportaša, kao i zamjetnog broja osoblja u pratnji, takve manifestacije doprinose i boljoj popunjenosti smještajnih kapaciteta i povećanoj turističkoj potrošnji u vrijeme njihova održavanja. Budući da su iste iznimno popraćene od strane inozemnih medija, posebno doprinose dodatnoj promociji Zagreba. Od sportskih manifestacija od iznimnog značaja za Zagreb ističu se slalomska utrka Svjetskog skijaškog kupa Snježna kraljica, poznati Zagrebački maraton, renomirani međunarodni atletski miting Memorijal Borisa Hanžekovića te razna europska i svjetska prvenstva i kupovi, kojima je grad Zagreb gotovo svake godine domaćin.

Izniman uspjeh projekta „Advent u Zagrebu“ rezultat je dugogodišnjeg rada Turističke zajednice grada Zagreba na obogaćenju turističke ponude u zimskim mjesecima, izgradnji brenda i snažnoj promociji u suradnji s važnim dionicima, turističkom industrijom i Gradom Zagrebom. Mnoštvo zanimljivih sadržaja i svakodnevnih manifestacija stvaraju jedinstvenu sliku glavnog grada u blagdansko vrijeme, a intenzivno se radi i na promidžbi ovog kulturno-turističkog proizvoda. Advent u Zagrebu, točnije događanja koja oživljavaju gradske trgove i ulice za vrijeme Adventa te sadržaji koji doprinose obogaćenju turističke ponude u zimskim mjesecima, doprinose valoriziranju na međunarodnom turističkom tržištu i u konačnici, pozicioniranju Zagreba kao nezaobilaznog turističkog odredišta u vrijeme Adventa. 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 novootkrivenim lokacijama Zagreb postaje prepoznatljiv kao osobito atraktivan i ugodan grad te kao mjesto tople atmosfere i dobre zabave za vrijeme Adventa.

O uspjehu i kvaliteti „Adventa u Zagrebu“ svjedoči osvojena nagrada za najbolju božićnu destinaciju za 2017. godinu u Europi (nagrada *Best Christmas Market 2017* za Advent u Zagrebu u organizaciji nezavisnog portala European Best Destinations) odnosno obranjena titula za najbolju božićnu destinaciju iz 2016. godine.

Turistička zajednica grada Zagreba nastavlja s unapređenjem, razvojem i snažnom promocijom turističkog proizvoda „Advent u Zagrebu“. Dodatni naglasak stavit će se na pomno planiranje, analizu i poboljšanje postojećih adventskih lokacija, a sve u cilju što ugodnijeg boravka posjetitelja na Adventu u Zagrebu.

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. Strategija razvoja turizma RH do 2020. u trendovima razvoja turističkih proizvoda izdvaja kulturni turizam kao jedan od primarnih proizvoda s naglaskom na: razvoj gradske kulturne scene, podizanje razine tržišne spremnosti objekata kulturne baštine i ulaganje u tržišnu prepoznatljivost te ističe velik značaj ovoga proizvoda za budući rast ukupnog turističkog sektora.

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.

U skladu s nastojanjima TZGZ za razvijanje kulturnog turizma u gradu Zagrebu koji ima veliki potencijal i značaj za budući rast ukupnog turističkog sektora podržat će se i novi projekt Muzeji izvan muzeja. Cilj ovog projekta je senzibilizirati javnost za muzejsku baštinu i prezentirati zagrebačke muzeje na inovativan i nekonvencionalan način te u konačnici popularizirati znanost i umjetnost te općenito muzejsku građu kroz interaktivne kulturne i edukativne programe te ih približiti građanima.

I ove godine podržava se Art park Zagreb koji revitalizacijom zapuštenog parka u središtu grada, raznovrsnim programom i sadržajima objedinjava zagrebačku street-art scenu koja svojim djelovanjem smješta grad Zagreb uz bok svjetskim metropolama te doprinosi bogatstvu i raznolikosti turističke i kulturne ponude grada Zagreba.

U jednakom smjeru razvija se i Design District Zagreb, usmjeren na promociju lokalne kreativne scene unutar zagrebačke četvrti uz Martićevu ulicu koja dobiva sve veći zamah. Festival povezuje brojne dizajnere, arhitekte i aktiviste koji promoviraju domaću dizajnersku i arhitektonsku baštinu te projekte usmjerene dizajnerskom eksperimentu ili stvaranju novih urbanih sadržaja, čime se uz stvaranje dodatnog jedinstvenog kulturno-turističkog sadržaja doprinosi i promidžbi hrvatskog dizajnerskog proizvoda.

Osim gore spomenutih, važno je istaknuti i već tradicionalne, veoma vrijedne kulturno-turističke manifestacije poput Zagreb Classic, Međunarodne smotre folklor, Ljeta u MSU, Ljetnih noći teatra Exit, Floraarta, scene Amadeo i mnogih drugih koje obogaćuju kulturno-turističku ponudu grada Zagreba.

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

Festivalska atmosfera uličnih, glazbenih, filmskih, kazališnih, gastro i drugih festivala, osim što svake godine privlači tisuće posjetitelja iz cijelog svijeta, bitno utječe na percepciju Zagreba kao zabavne, zanimljive i živopisne destinacije. Posebna pažnja se posvećuje njihovoj realizaciji, različitosti i kvaliteti izvedbe, pri čemu TZGZ već godinama surađuje s organizatorima. Među njima su se uz tradicionalne Festival vatrometa, Cest is d Best, Ljeto na Štrošu i Festival svjetskog kazališta, zadnjih godina istaknuli i novi festivali na sceni. Pop Up Summer Garden tijekom cijelog ljeta raznovrsnim programom zauzima Ljetnu pozornicu Tuškanac, a tipičnim tematskim festivalskim programom ističu se Zagreb Beer Fest i Zagreb rock Fest. Posebno mjesto na festivalskoj i turističkoj karti Zagreba zauzima nositelj brojnih međunarodnih priznanja INmusic festival, zbog kojeg dolaze brojni strani gosti pa se tijekom njegova trajanja otvara i privremeni kamp.

Redovito se ostvaruje suradnja s drugim turističkim zajednicama kojima se pruža podrška prilikom prezentacije njihove turističke ponude u Zagrebu. Predstavljanjem turističkih zajednica iz drugih krajeva Hrvatske u Zagrebu doprinosi se upoznavanju građana grada Zagreba i turista s bogatstvom i raznolikošću kulturne, povijesne i tradicijske baštine tih područja. S ciljem očuvanja bogate kulturno umjetničke tradicije i običaja njihovog kraja, podupire se rad brojnih kulturno umjetničkih društva s područja grada Zagreba. Također, nastavlja se i suradnja s brojnim udrugama na području Grada Zagreba koje njeguju i promoviraju tradicijske vrijednosti, čime posredno ili neposredno doprinose turističkoj ponudi grada Zagreba.

Zagreb se tijekom godina profilirao i kao destinacija raznovrsnih filmskih festivala. Uz već poznate Zagreb film festival, Fantastic Zagreb film festival, Animafest i ZagrebDox najavljeno je prvo izdanje Međunarodnog filmskog festivala komedije.

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 iz muzeja Ermitaž Katarina II. u Galeriji Klovićevi dvori, što u konačnici generira i veći turistički promet.

Budući da se pokazalo kao dobra praksa, i nadalje se dio potpora projektima i manifestacijama

dodjeljuje 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 dvostrukog financiranja 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 Cedevita	250.000

**Planirana sredstva: 17.103.000**

### 3. Potpora razvoju DMO-a

Projekti TZGZ podrazumijevaju čitav niz projekata i manifestacija koji su nastali unutar TZGZ. Projekti se tijekom godina nadopunjuju novim sadržajima ili mijenjaju prateći nove trendove ili uvode i osmišljavaju iz temelja novi. Nastali su kao rezultat prijedloga i ideja djelatnika Turističkog ureda TZGZ i sugrađana, a provode se u suradnji sa stručnim organizacijama, društvima i udrugama uz pomno praćenje od strane djelatnika TZGZ. 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 izazivaju pozitivne reakcije lokalnog stanovništva, ali i mnogobrojnih turista koji prepoznaju ovakav način prezentacije kulturnog, povijesnog i folklornog nasljeđa grada Zagreba.

U okviru ovih projekata ističu se tradicionalni programi Zagrebačkog vremeplova, uspješan projekt Dvorišta koji na zanimljiv i inovativan način promovira jedinstveni povijesno-urbani kompleks Gornjega grada te festival turističkog filma Zagreb Tourfilm Festival, čiji je temeljni cilj nagraditi film i audiovizualnu produkciju koja promovira turizam.

Festival svjetla je projekt na koji se stavlja poseban naglasak kao razlog dolaska u Zagreb, a razvija se s ciljem privlačenja posjetitelja u Zagreb u sezoni kada su smanjeni intenzitet događanja i popunjenost smještajnih kapaciteta.

Izdvađa se i 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 poput Montreala preko Rige do Melbournea. Uz veliku kulturno-turističku atraktivnost ove manifestacije te pozitivne reakcije - kako građana, tako i turista, TZGZ je odlučila tradicionalno obilježavati Bijelu noć.

Cilj je nastaviti provođenje navedenih programa s naglaskom na promicanje i nadogradnju već postojećih projekata i manifestacija novim sadržajima. Prilog 3.

**Planirana sredstva: 5.745.000**

### 4. Potpore DMK-a (turoperatorima, aviokompanijama)

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

Direktnom suradnjom s turoperatorima 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 turoperatorima/turističkim agencijama koje organiziraju charter letove za Zagreb. Sredstva su raspoređena kako slijedi:

Agencije i turoperatorima:	250.000
Croatia Airlines (oglašavanje u In-flight magazinu, na stranim tržištima i posebne prezentacije):	850.000
Ostali avio prijevoznici:	500.000
<b>Planirana sredstva:</b>	<b>1.600.000</b>

- 5. Kandidature za stručne skupove, potpore skupovima i projekti / 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 potpora za kandidature i dobivene skupove, planiraju se sredstva za organizaciju posebnih projekata. U 2018. godini planira se organizacija burze International Travel Week (ITW) i MCE Central & Eastern Europe foruma. ITW je međunarodna burza/sajam koja početkom prosinca planira okupiti oko 500 kvalificiranih kupaca kroz tzv. «hosted buyer» program iz cijelog svijeta, kao i brojne izlagače.  
 8. izdanje MCE Central & Eastern Europe Forum organizirat će se u Zagrebu u veljači, a predstavlja kombinaciju radionice i networking eventa. Forum će okupiti međunarodne kupce zainteresirane za kongresno-incentive ponudu destinacija srednje i istočne Europe, kao i predstavnike ponude iz navedene regije.  
 Planiraju se potpore za kandidature međunarodnih skupova i potpore značajnijim dobivenim skupovima. Prilog 9.
- Planirana sredstva: 1.743.000**
- 6. Projekt : Volim Zagreb**  
 U cilju očuvanja turističkog prostora i unaprjeđenja etnološkog, povijesnog i kulturnog naslijeđa TZGZ realizira projekt „Volim Zagreb“. Suradnjom s PU Zagrebačkom na projektu Dan ljubaznosti u prometu, raznim edukativnim udrugama i Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i sport TZGZ nastavlja sa sudjelovanjem u aktivnostima podizanja svijesti stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unaprjeđenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora, posebice s naglaskom na djecu predškolske i školske dobi, a u cilju edukacije i neophodnog razvijanja svijesti o važnosti i učincima turizma za grad Zagreb. Prilog 4.
- Planirana sredstva: 188.500**
- 7. Maketa grada Zagreba**  
 U lipnju 2013. godine u središtu Zagreba postavljena je trajna maketa. Sredstva su predviđena zbog mogućih potreba održavanja.
- Planirana sredstva: 15.000**
- 8. Kulturni turizam**  
 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.  
 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 planiran je prostor za daljnju edukaciju 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 20.000**  
**8.4. Neplanirano 10.000**
- Planirana sredstva: 60.000**
- 10. Zdravstveni turizam**  
 S obzirom na komparativne prednosti grada Zagreba (kvalificirani kadar, konkurentne cijene, blizina emitivnim tržištima), zdravstveni turizam u Zagrebu ima značajan razvojni potencijal. Stoga će se u 2018. godini nastaviti ranije započete aktivnosti vezane za razvoj i pozicioniranje Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma. Planira se izrada vodiča, web stranice te nastupi na specijaliziranim sajmovima i radionicama vezanima za zdravstveni turizam.
- Planirana sredstva: 600.000**
- 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**

## 12. **Potpore marketinškim projektima**

Turistička zajednica grada Zagreba u 2018. godini sufinancirat će, po zaprimljenim Prijavama za marketinške projekte, projekte u smislu aplikacija za mobilne uređaje te platforme koje će, po njenom sudu, uvelike pridonijeti obogaćivanju turističke ponude te promociji turističkog proizvoda grada Zagreba. Prilog 11.

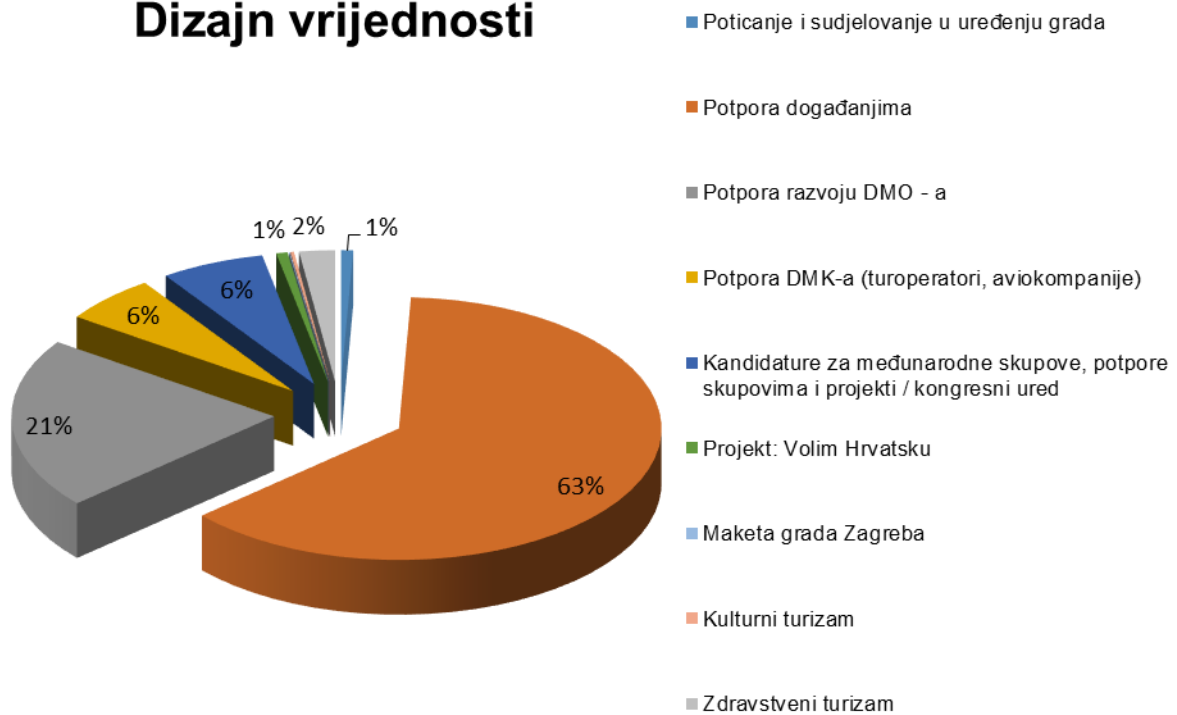
**Planirana sredstva:**

**230.000**

## II. **UKUPNO DIZAJN VRIJEDNOSTI**

**27.784.500**

### **Dizajn vrijednosti**



### III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

#### 1. Online komunikacije

##### 1.1. Internet oglašavanje, društvene mreže i aplikacije

U 2018. godini Turistička zajednica grada Zagreba nastavit će kreiranje i praćenje kampanja putem Google AdWords-a, najpoznatijeg sustava za oglašavanje na Internet tražilici i njenoj sadržajnoj mreži, kao i na optimizaciji svojih stranica za iste. Također, nastavit će i s oglašavanjem putem popularnog Google-ovog video servisa YouTube promovirajući svoje video sadržaje u vidu tzv. Pre-roll oglasa koristeći i remarketing alate. Planiraju se i nove kampanje prilagođene pojedinim tržištima kao i vremenskom periodu u kojem će iste odvijati. Online oglašavanje provest će se kroz dva godišnja razdoblja na Internet portalima i mrežama portala (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.

TZGZ ima otvorene profile na sljedećim društvenim mrežama: Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Instagram, Pinterest, YouTube na kojima će TZGZ nastaviti s kvalitetnom prezentacijom turističkih informacija. Na Facebook-u provodit će se oglašavanje i „boost“ odabranih postova vezanih za najvažnije projekte TZGZ-a kako bi se povećala interakcija korisnika, a samim time i promocija istih. Također, planira se i pojačana promocija putem društvenih mreža Twitter i Instagram.

Na internetskim stranicama [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) nastavit će se promocija zagrebačkih atrakcija, ugostiteljskih usluga, događanja itd., kreiranjem novih sadržaja i redovitim ažuriranjem postojećih. Na web stranicama [www.lovezagreb.hr](http://www.lovezagreb.hr), kreiranim od strane građana, a posvećenim 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 i samih posjetitelja u stvaranje sadržaja. U 2018. godini ovaj portal i dalje će se obogaćivati tzv. vlog-ovima (video blogovima). Također, planira se održavanje postojećih kao i izrada novih sadržaja za info kiosk. Unutar aplikacije za iOS i Android, BeThereZagreb, korigirat će se postojeće i, po potrebi, dodavati 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. Planiran je i redizajn postojeće aplikacije za iOS i Android, ZagrebPlaces, zbog lakšeg pregleda i pretraživanja lokacija, kao i povezivanje ZagrebPlaces aplikacije s web stranicama LoveZagreb u smislu međusobne promocije i jednog i drugog projekta.

**Planirana sredstva:**

**3.900.000**

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

Newsletter TZGZ ima osnovnu funkciju redovitog obavještavanja 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 obavještavanja stranih agencija i turoperatora o najvažnijim događanjima u Zagrebu. Šalje se dva do tri puta mjesečno na engleskom jeziku na više od 13.000 adresa.

**Planirana sredstva:**

**250.000**

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

Internetske stranice Turističke zajednice grada Zagreba obuhvaćaju turističku ([www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr)) i kongresnu ([www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr)) ponudu kao i posebnu stranicu vezanu za adventska događanja [www.adventzagreb.com](http://www.adventzagreb.com), internet stranicu [www.zagrebplaces.com](http://www.zagrebplaces.com) vezanu za istoimenu aplikaciju te web stranicu [www.tzgz.hr](http://www.tzgz.hr) vezanu za ustroj i rad Turističke zajednice grada Zagreba, kao i mikro internetske stranice [www.betherezagreb.com](http://www.betherezagreb.com) vezane za mobilnu aplikaciju ZagrebBeThere. U planu je nadogradnja posebne stranice za potrebe promocije manifestacije Festivala svjetla Zagreb: [www.festivalsvjetlazagreb.hr](http://www.festivalsvjetlazagreb.hr) i [www.festivaloflightszagreb.com](http://www.festivaloflightszagreb.com), kao i izrada posebne stranice za potrebe oglašavanja Zagreba kao city break destinacije s uključenim sadržajima u okolici. Također, tijekom cijele godine održavat će se i nadograđivati postojeći digitalni obrazac za Prijavu za sufinanciranje projekata, skupova, kandidatura i manifestacija: <http://digitalna-prijava.tzgz.hr>. Kao i do sada, posebna pažnja bit će usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija te redovito ažuriranje, obogaćivanje i optimiziranje istih. [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) stranice bit će vizualno osvježene te će se i dalje po potrebi izrađivati nove mikro stranice. Planiran je i potpuni redizajn i nadogradnja boravišne aplikacije za

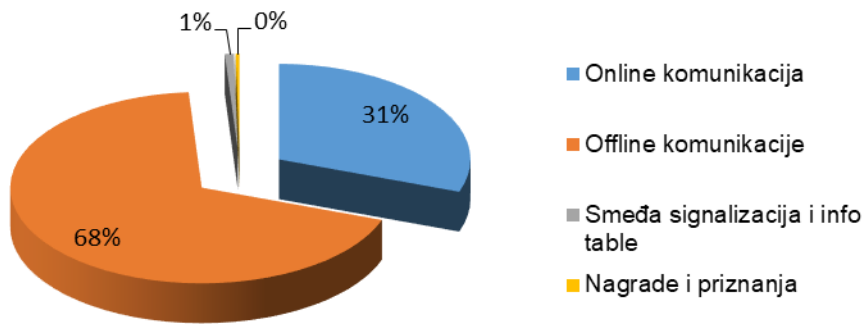
- privatne iznajmljivače.
- Planirana sredstva:** **600.000**
- 2. Offline komunikacije**  
U svrhu promocije grada Zagreba kao atraktivne turističke destinacije i informiranja potencijalnih posjetitelja koristi se oglašavanje u masovnim medijima kao što su: televizija, radio, časopisi, novine te plakati na glavnim emitivnim turističkim tržištima. Offline oglašavanje u funkciji je povećanja broja dolazaka i noćenja te afirmiranja postojećih i novih turističkih proizvoda (Advent u Zagrebu, Festival Svijetla, Bijela noć itd.).
- 2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora**  
HTZ će i u 2018. godini sa sustavom turističkih zajednica provoditi udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora (nositelja smještajne ponude destinacije, 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 TZGZ i u 2018. godini sudjelovati u oglašavanju u promotivnim kampanjama kao partner i to u sljedećim modelima: Model I-B (Udruženo oglašavanje posebne ponude obalnih županija i Grada Zagreba – nositelja smještajne ponude) i Model I-C (Udruženo oglašavanje ostalih oblika turističke ponude obalnih županija i Grada Zagreba).  
Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora: 270.000  
Slijedom dosadašnjih samostalnih marketinških aktivnosti, TZGZ u 2018. godini planira promociju događanja u Zagrebu s posebnim naglaskom na Festival svjetla Zagreb, proljetno-ljetnu ponudu (Zagreb Summer Tour), projekt Bijela noć 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, u suradnji s predstavništvom HTZ-a, planira nastavak zajedničke kampanje na tržištu SAD-a, a moguća je i realizacija snimanja američkog reality showa u Zagrebu.  
Promotivne kampanje TZGZ: 2.380.000  
**Planirana sredstva:** **2.650.000**
- 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 (roll up banneri, rastezalice itd.) s natpisima na prikladnim jezicima pojedinih tržišta. Uz to, u 2018. godini se planira izrada novog kreativnog koncepta i idejnog rješenja prostora za predstavljanje Zagreba na turističkim sajmovima (dizajn modularnih štandova, rješenja grafičkih elemenata).  
**Planirana sredstva:** **130.000**
- 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 TZGZ-a 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. Festival svjetla Zagreb, Bijela noć, 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 2018. godini se na području Velike Britanije i Italije (u suradnji s partnerskim PR agencijama) nastavlja objava niza advertorijala/oglasa na temu city break boravka u Zagrebu te objava image oglasa Zagreba unutar TUI kataloga i FTI kataloga. Kao novitet, uvodi se oglašavanje zdravstveno-turističke ponude na području Slovenije. Prilog 5.
- Planirana sredstva: 1.010.000**
- 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: 288.000**
- 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 2018. 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**  
Turistička zajednica grada Zagreba planira i u 2018. godini nastaviti s izradom tiskanih promotivnih materijala namijenjenih sve većem broju turista koji posjećuju Zagreb, kao i nastupima TZGZ-a na inozemnim sajmovima, radionicama i prezentacijama. Uz osnovne brošure (nova opća brošura i Korak po korak) i letke-planove grada predviđen je nastavak izdavanja mjesečnika Program priredaba te nekoliko posebnih tiskanih izdanja vezanih uz određeni turistički proizvod, ponudu ili događanja u gradu.  
Kao dodatni oblik informiranja posjetitelja u gradu Zagrebu planira se nastavak suradnje pri produkciji turističkih novina Zagreb Times i Zagreb4You. Također je planirana potpora tiskanim izdanjima koji će dodatno doprinijeti promociji Zagreba kao što su primjerice Zagreb Gay Guide, letci Parka prirode Medvednica i dr. Prilog 6.
- Planirana sredstva: 3.463.000**
- 2.8. Suvenir i promo materijali**  
Planirana je nabava suvenira i ostalih promotivnih materijala temeljenih na zagrebačkim obilježjima ili uz aplikaciju logotipa i vizuala TZGZ-a. Navedeni materijali 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: 1.595.000**
- 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). Namijenjena je svim posjetiteljima Zagreba kako bi im boravak u Zagrebu bio što ugodniji i atraktivniji, a doprinosi i pozicioniranju Zagreba kao city break destinacije. Kartica se tiska u verziji 24 sata i 72 sata te korisnicima pruža besplatan gradski prijevoz, besplatan ulaz na čak 6 gradskih atrakcija te dodatne popuste u restoranima, trgovinama itd. S ciljem dobivanja podataka o stvarnom korištenju kartica na terenu (ostvarene posjete uključenim atrakcijama) u budžetu su predviđena sredstva za izradu sustava praćenja korištenja kartica (putem barkoda ili QR koda).
- European City Cards (ECM projekt) 8.000  
Zagreb Card – dotisak 24 i 72 sata,  
tisak i dizajn promotivnih materijala, vođenje projekta Zagreb Card,  
izrada sustava praćenja korištenja kartica 152.000
- Planirana sredstva: 160.000**
- 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 2017. godini Turistička zajednica grada Zagreba osvojila je nekolicinu nagrada i priznanja

tako da se i u 2018. planira sudjelovati sa promotivnim materijalima (filmskim, elektronskim ili tiskanim) na međunarodnim stručnim natjecanjima i festivalima. U sklopu planiranih posebnih prezentacija Zagreba te promotivnih kampanja u inozemstvu, predviđa se i dodjeljivanje nagradnih putovanja u Zagreb što predstavlja dodatne poticaje marketinškim naporima da se Zagreb pozicionira i predstavi zahtjevnom svjetskom turističkom tržištu kao atraktivna destinacija.

	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>50.000</b>
<b>III.</b>	<b>UKUPNO KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>15.576.000</b>

### Komunikacija vrijednosti



## **IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

### **1. Sajmovi**

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

TZGZ kontinuirano predstavlja zagrebačku turističku ponudu na turističkim sajmovima u zemlji i inozemstvu. U 2018. godini planira se nastup na 27 turističkih sajmova (15 samostalno, 2 u suradnji s Predstavništvom Hrvatske turističke zajednice i 10 u suradnji s Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice slijedom ugovora o suizlaganju).

Posebno se ističu novi samostalni sajmovi: Holiday World Dublin, IMTM Tel Aviv, MATKA Helsinki te Top Resa u Parizu. Prilog 7.

**Planirana sredstva:**

**1.980.000**

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

U suradnji s HTZ-om i samostalno, Kongresni ured će nastupiti na vodećim kongresno-incentive burzama. S ciljem povećanja broja skupova i incentive putovanja, Kongresni ured će nastaviti s potporama svojim članicama kroz sufinanciranje zakupa izložbenog prostora. U 2018. godini, planira se sufinanciranje za 2 m2 pojedinom izlagaču, na burzama gdje je glavni organizator HTZ (IMEX Frankfurt i IBTM World, te eventualno i neke druge burze ukoliko budu u organizaciji HTZ-a), 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:**

**558.000**

### **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, Partance St. Valentine's MICE Workshop i Summer MICE Workshop i dr.

**Planirana sredstva:**

**400.000**

### **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.

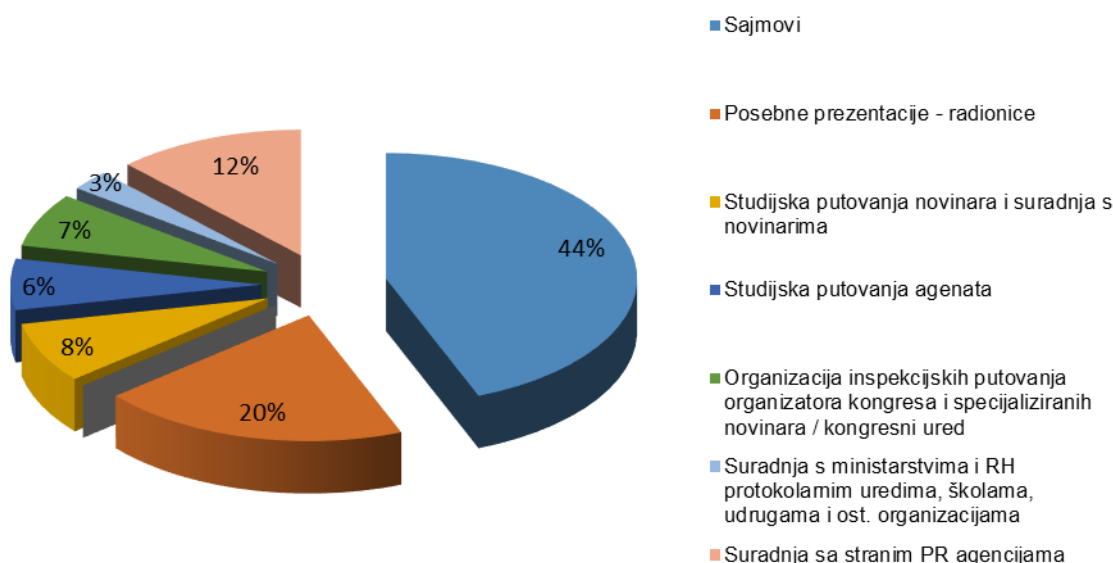
Suradnja s domaćim novinarima je od posebne važnosti s ciljem stvaranja pozitivne percepcije javnosti o značaju turizma u gradu Zagrebu te se u tom smislu planira redovito slanje priopćenja za novinare o atraktivnim događanjima ili statističkim podacima o dolascima i noćenjima te organizacija konferencija 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 2018. godini nastavlja se suradnja s turoperatorima 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 turoperatorima i njihovim partnerima u RH, s aviokompanijama te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom.  
**Planirana sredstva: 380.000**
- 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. U 2018. godini, u partnerstvu sa specijaliziranim agencijama posebno se planiraju studijska putovanja za kupce iz Francuske i Velike Britanije te za kupce u suradnji s organizatorima pojedinih kongresnih burzi.  
**Planirana sredstva: 400.000**
- 6. Suradnja sa stranim PR agencijama**  
 Za komunikaciju s novinarima i turističkim agentima, konzultacije u vezi prigodnih oglašavanja, organizaciju prezentacija i poslovnih radionica te ugovaranje sastanaka s pojedinim touroperatorima i agentima (leisure & MICE), kao i za odabir sudionika inspekcijskih i studijskih putovanja u Zagreb, nastavlja se suradnja sa specijaliziranim stranim PR agencijama na tržištu Indije i Velike Britanije. Uz to, planira se suradnja sa specijaliziranom PR agencijom u Njemačkoj te ad hoc suradnje s PR agencijama na drugim tržištima (po potrebi).  
**Planirana sredstva: 700.000**
- 7. Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organizacijama**  
 Temeljem dosadašnje suradnje s ministarstvima RH, protokolarnim službama Ureda predsjednika, Gradom Zagrebom te ostalim institucijama od značaja, i u 2018. 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: 150.000**
- IV. UKUPNO DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI 5.768.000**

## Distribucija i prodaja vrijednosti



## **V. INTERNI MARKETING**

### **1. Nagrade i priznanja**

Projekt „Volim Zagreb“ se i dalje razvija 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: 120.000**

#### **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 180.000**

#### **2.3. Kultura turizma – uvođenje izbornog predmeta u škole**

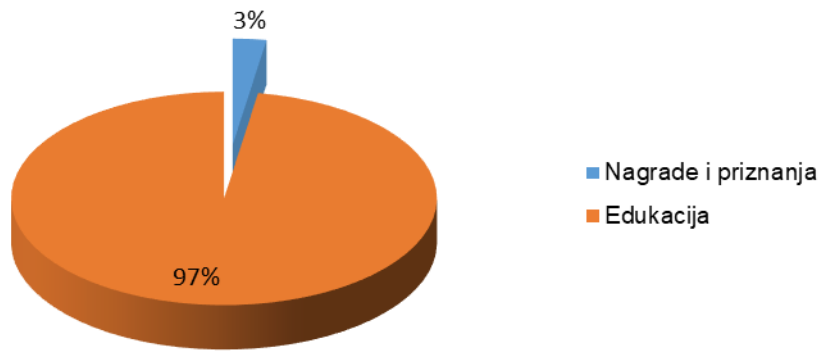
Turistička zajednica grada Zagreba je u suradnji s Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i sport 2010. godine pokrenula projekt „Kultura turizma“ u obliku izvannastavne aktivnosti u srednjim školama grada Zagreba koje primarno nemaju turistički obrazovni sadržaj.

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. Slijedeći nove trendove u produkciji materijala za korištenje na društvenim mrežama, planira se produkcija i kraćih video formata u trajanju do 30 sekundi.

**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. U 2018. godini bit će izrađena završna studija istraživanja o stavovima i potrošnji turista i posjetitelja Zagreba (započeta u 2017.). Temeljem tog primarnog istraživanja dobit će se aktualni podaci o turističkoj potražnji Zagreba. U budžetu su osigurana sredstva i za ciljane ad hoc istraživanja tržišta.

**Planirana sredstva: 230.000**

### **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 TZGZ 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**

**100.000**

Kongresni ured član je svih relevantnih međunarodnih strukovnih udruga poput: ECM, ICCA, MPI, SITE, a prema potrebi se planira sudjelovanje na njihovim godišnjim sastancima, seminarima i kongresima, poput godišnjeg kongresa MPI, ICCA-e, SITE-a i specijaliziranim radionicama i događanjima u organizaciji navedenih udruga.

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

**100.000**

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

**140.000**

### **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.

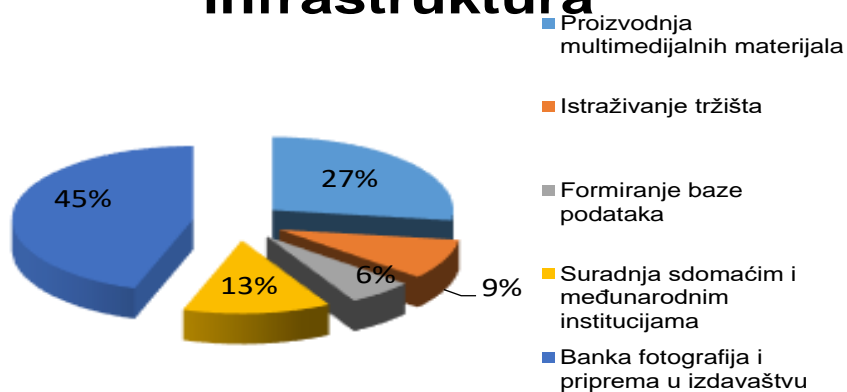
Pri izradi promotivnih materijala i tekstova za potrebe oglašavanja potrebno je osigurati i sredstva za grafičke pripreme, autorsko pisanje tekstova, prijevode i lekture, dizajn i sve oblike pripreme za tisak, uključujući i prijenos svih prava na TZGZ. U budžetu se osiguravaju i sredstva za izradu nove krovne komunikacijske platforme TZGZ-a koja bi trebala uključiti i novi image slogan te vizualni identitet TZGZ-a.

**Planirana sredstva: 1.150.000**

## **VI. UKUPNO MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

**2.570.000**

## 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:

2.600.000

### 1. UKUPNO STRUKTURA MARKETING MIKSA

72.380.500

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA  
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI  
PLAN ZA  
2018. GODINU**

## I. PRIHODI

RB	Prihodi po vrstama	Plan 2017.	Plan 2018.	Index	Struktura
1.	Boravišna pristojba	9.200.000	10.000.000	108,70	13,82
2.	Turistička članarina	54.150.000	53.500.000	98,80	73,91
3.	Višak prihoda prethodne godine	8.528.000	8.380.500	98,27	11,58
4.	Ostali nespomenuti prihodi	480.000	500.000	104,17	0,69
	<b>UKUPNO</b>	<b>72.358.000</b>	<b>72.380.500</b>	<b>100,03</b>	<b>100,00</b>

### 1. Boravišna pristojba

Planirani prihod od uplate boravišne pristojbe u 2018. godini veći je za 8,70% u odnosu na financijski plan 2017. godine. Podaci TZGZ za razdoblje siječanj-rujan 2017. godine pokazuju rast turističkog prometa. Predviđanjem daljnjih pozitivnih kretanja te sukladno povećanju boravišne pristojbe temeljem Uredbe o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za 2018. godinu očekuje se veći prihod od boravišne pristojbe.

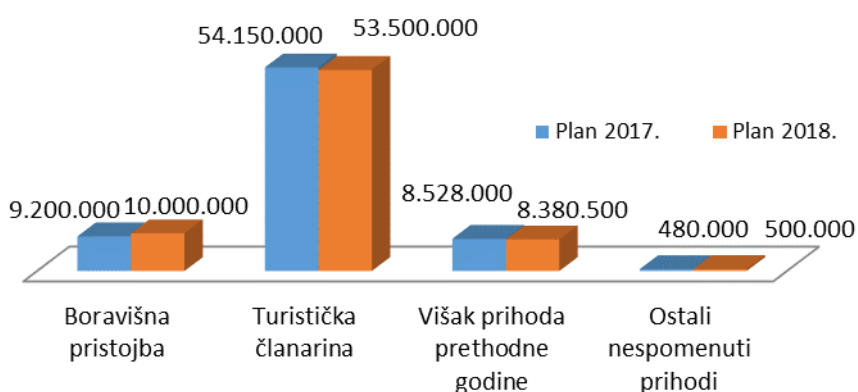
### 2. Turistička članarina

Temeljem naplaćene turističke članarine za prvih devet mjeseci u 2017. godini planira se turistička članarina u iznosu od 53.500.000 kn.

3. Planirani višak prihoda prethodne godine iznosi 8.380.500 kn.

4. Planirani su ostali prihodi - prihod od refundacija od Hrvatske turističke zajednice za projekte i ostalu suradnju (ZG Card) te prihodi od novčanih sredstava u iznosu od 500.000 kn ili 4,17% od financijskog plana 2017. godine.

## Prihodi



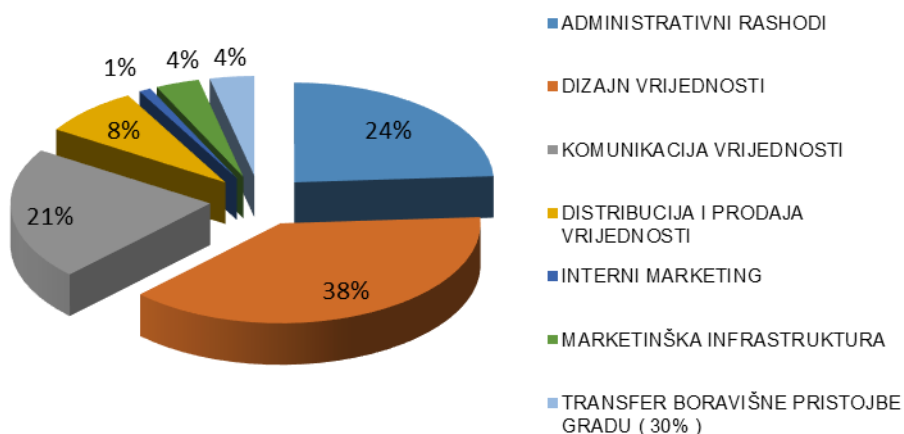
## II. RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2017.	Plan 2018.	Indeks	Strukt.
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>				
1.	Rashodi za radnike				
1.1.	Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika	7.600.000	7.600.000	100,00	10,50
1.2.	Izdaci za prijevoz na posao	270.000	270.000	100,00	0,37
1.3.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu)	90.000	155.000	172,22	0,21
2.	Rashodi ureda	3.860.000	4.795.000	124,22	6,62
3.	Rashodi - TIC-evi	4.079.000	4.089.000	100,25	5,65
4.	Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO	470.000	470.000	100,00	0,65
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>16.369.000</b>	<b>17.379.000</b>	<b>106,17</b>	<b>24,01</b>
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	200.000	200.000	100,00	0,28
2.	Potpore događanjima	21.330.400	17.103.000	80,18	23,63
3.	Potpore razvoju DMO - a	3.419.600	5.745.000	168,00	7,94
4.	Potpore DMK - a (touroperatori, aviokompanije)	1.470.000	1.600.000	108,84	2,21
5.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti /kongresni ured	720.500	1.743.000	241,92	2,41
6.	Projekt: Volim Zagreb	62.500	188.500	301,60	0,26
7.	Maketa grada Zagreba	15.000	15.000	100,00	0,02
8.	Kulturni turizam				
8.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja	20.000	20.000	100,00	0,03
8.2.	Susreti s partnerima	10.000	10.000	100,00	0,01
8.3.	Posebni projekti i prezentacije	30.000	20.000	66,67	0,03
8.4.	Neplanirano	10.000	10.000	100,00	0,01
	Ukupno 8.	70.000	60.000	85,71	0,08
9.	Projekt - Zagrebački suvenir – A piece of Zagreb	150.000		0,00	0,00
10.	Zdravstveni turizam	600.000	600.000	100,00	0,83
11.	Ured direktora - potpore projektima	300.000	300.000	100,00	0,41
12.	Potpore marketinškim projektima	40.000	230.000	575,00	0,32
	<b>Ukupno II.</b>	<b>28.378.000</b>	<b>27.784.500</b>	<b>97,91</b>	<b>38,39</b>
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Online komunikacija				
1.1.	Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije	5.100.000	3.900.000	76,47	5,39
1.2.	Newsletter i B2B Alert obavijesti	250.000	250.000	100,00	0,35
1.3.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	600.000	600.000	100,00	0,83
2.	Offline komunikacije				
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	2.500.000	2.650.000	106,00	3,66
2.2.	Suradnja sa HNS - om	530.000	530.000	100,00	0,73
2.3.	Promotivni panoji i displeji	30.000	130.000	433,33	0,18
2.4.	Promotivni panoji i displeji / kongresni ured	10.000	10.000	100,00	0,01
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	900.000	1.010.000	112,22	1,40
2.6.2.	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni ured	292.000	288.000	98,63	0,40
2.6.3.	TV oglašavanje	800.000	800.000	100,00	1,11
2.7.	Brošure i ostali tiskani materijali	3.790.000	3.463.000	91,37	4,78
2.8.	Suveniri i promo materijali	1.720.000	1.595.000	92,73	2,20
2.9.	Zagreb card	123.000	160.000	130,08	0,22
3.	Smeđa signalizacija i info table	120.000	120.000	100,00	0,17
4.	Nagrade i priznanja (nagrada putovanja, priznanja i festivalske prijave)	60.000	50.000	83,33	0,07
	<b>Ukupno III.</b>	<b>16.845.000</b>	<b>15.576.000</b>	<b>92,47</b>	<b>21,52</b>
	<b>IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Sajmovi				
1.1.	Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ - om	1.628.000	1.980.000	121,62	2,74
1.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	628.000	558.000	88,85	0,77
2.	Posebne prezentacije - radionice				
2.1.	Posebne prezentacije - radionice	750.000	750.000	100,00	1,04
2.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured	250.000	400.000	160,00	0,55
3.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	470.000	450.000	95,74	0,62
4.	Studijska putovanja agenata	380.000	380.000	100,00	0,53
5.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured	300.000	400.000	133,33	0,55
6.	Suradnja sa stranim PR agencijama	380.000	700.000	184,21	0,97
7.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organiz.	120.000	150.000	125,00	0,21
	<b>Ukupno IV.</b>	<b>4.906.000</b>	<b>5.768.000</b>	<b>117,57</b>	<b>7,97</b>
	<b>V. INTERNI MARKETING</b>				
1.	Nagrade i priznanja	18.000	18.000	100,00	0,02
2.	Edukacija				
2.1.	Obuka osoblja	180.000	120.000	66,67	0,17
2.2.	Seminari klubova konkurentnosti i marketinga				
2.2.1.	Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari	100.000	100.000	100,00	0,14
2.2.2.	Studijska putovanja TU TZGZ	189.000	180.000	95,24	0,25
2.3.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	295.000	285.000	96,61	0,39
	<b>Ukupno V.</b>	<b>782.000</b>	<b>703.000</b>	<b>89,90</b>	<b>0,97</b>
	<b>VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	1.000.000	700.000	70,00	0,97
2.	Istraživanje tržišta	500.000	230.000	46,00	0,32
3.	Formiranje baze podataka	150.000	150.000	100,00	0,21
4.	Suradnja s domaćim i međ. institucijama				
4.1.	Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službeno putovanje. / kongresni ured	50.000	100.000	200,00	0,14

4.2.	Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima	100.000	100.000	100,00	0,14
4.3.	Članarine u strukovnim udrugama	136.000	140.000	102,94	0,19
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	750.000	1.150.000	153,33	1,59
	<b>Ukupno VI.</b>	<b>2.686.000</b>	<b>2.570.000</b>	<b>95,68</b>	<b>3,55</b>
<b>VII.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU ( 30% )</b>	2.392.000	2.600.000	108,70	3,59
	<b>Ukupno VII.</b>	<b>2.392.000</b>	<b>2.600.000</b>	<b>108,70</b>	<b>3,59</b>
	<b>UKUPNO:</b>	<b>72.358.000</b>	<b>72.380.500</b>	<b>100,03</b>	<b>100,00</b>

## STRUKTURA MARKETING MIKSA



## IV. REKAPITULACIJA

**UKUPNO PRIHODI: 72.380.500**

**UKUPNO RASHODI: 72.380.500**

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA  
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN  
ZA 2018. GODINU**

**PRILOZI**

**PRILOG 1. - RASHODI UREDA**

<b>RB</b>	<b>Rashodi ureda</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Indeks</b>	<b>Strukt.</b>
1.	Potrošni materijal	100.000	100.000	100,00	2,09
2.	Materijal za održavanje čistoće	15.000	15.000	100,00	0,31
3.	Uredski materijal	80.000	80.000	100,00	1,67
4.	Potrošnja električne energije i plina	130.000	130.000	100,00	2,71
5.	Utrošak benzina	30.000	30.000	100,00	0,63
6.	Izdaci za sitan inventar	55.000	35.000	63,64	0,73
7.	Trošak telefona i telefaksa	180.000	180.000	100,00	3,75
8.	Trošak poštarine	70.000	70.000	100,00	1,46
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	350.000	350.000	100,00	7,30
10.	Usluge čišćenja	230.000	230.000	100,00	4,80
11.	Usluge najma poslovnog prostora	920.000	920.000	100,00	19,19
12.	Ostale komunalne usluge	40.000	40.000	100,00	0,83
13.	Odvjetničke i revizorske usluge	45.000	45.000	100,00	0,94
14.	Grafičke usluge	10.000	12.000	120,00	0,25
15.	Usluge tiska - oglasi i dr.		2.000		0,04
16.	Ostale usluge	120.000	180.000	150,00	3,75
17.	Dnevnice za službena putovanja u zemlji	4.000	10.000	250,00	0,21
18.	Dnevnice za službena put. u inozemstvo	5.000	5.000	100,00	0,10
19.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	5.000	30.000	600,00	0,63
20.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000	1.000	100,00	0,02
21.	Trošak reprezentacije	170.000	150.000	88,24	3,13
22.	Premije osiguranja	70.000	70.000	100,00	1,46
23.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	65.000	100,00	1,36
24.	Stručna literatura i tisak	70.000	70.000	100,00	1,46
25.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	670.000	400.000	59,70	8,34
26.	Ostali troškovi poslovanja	65.000	65.000	100,00	1,36
27.	Neplanirani rashodi	10.000	10.000	100,00	0,21
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>3.510.000</b>	<b>3.295.000</b>	<b>93,87</b>	<b>68,72</b>
II.	Poslovni prostor, adaptacija	350.000	1.500.000	428,57	31,28
	<b>UKUPNO RASHODI UREDA</b>	<b>3.860.000</b>	<b>4.795.000</b>	<b>124,22</b>	<b>100,00</b>

**PRILOG 2. - POTPORA DOGAĐANJIMA**

RB	Potpore projektima	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	Spomenik ženama optuženim i spaljenim kao vještice na autentičnoj povijesnoj lokaciji Zvezdišću - postava i manifestacija povodom starta projekta Grička vještica - Udruga Marija Jurić - Zagorka / travanj	70.000	
2.	Zagreb Pedicab - Pedicab d.o.o. / kroz godinu	10.000	10.000
3.	Pozdrav iz Zagreba / Zagreb nekad i sad digitalizacija razglednica - Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu / kroz godinu	30.000	20.000
4.	Zagreb, Truffle Garden - Truffle Garden d.o.o. / kroz godinu	10.000	20.000
5.	Obilazak Zagreba putevima A. Šenoae - udruga Svi naši Šenoae / kroz godinu		10.000
6.	Na zagrebačkim fontanama - G.A.D. Produkcija d.o.o. / kroz godinu		30.000
7.	Najromantičnija mjesta grada Zagreba - 24 sata d.o.o.	20.000	
8.	Gastro ture i ture Zagreb oko Drugog svjetskog rata - obrt Netragom / kroz godinu	10.000	
9.	Tematske vožnje Gornjim Gradom (Oldtimer elektro vozilo) - Eco Group d.o.o. / kroz godinu	20.000	15.000
10.	Mozgaonica, Zagrebački tjedan mozga - Metamorfoza d.o.o. / kroz godinu	20.000	10.000
11.	Secret Zagreb - obrt Kazivačica / kroz godinu	10.000	20.000
12.	Doručak na travi - Centar mladih Ribnjak	15.000	
13.	Hrvatska kravata na Europskom trgu - Metropol kravate	20.000	
14.	Music Tech Hackathon & Croatian Music Showcase - Muzika.hr / ožujak		30.000
15.	Šetnja s M.J. Zagorkom po Zagrebu - Društvo Marije Jurić Zagorka / ožujak - prosinac		10.000
16.	Segway City Tour Zagreb - Exima grupa d.o.o. / ožujak - studeni	15.000	10.000
17.	Meet Street Art(ist), razgled grada - Minuta dvije d.o.o. / ožujak - studeni	10.000	
18.	Dani vitezova templara u Zagrebu - Hrvatski viteški red Templara / travanj	15.000	
19.	Zagreb Auto Show - Zagrebački holding d.o.o., podružnica Zagrebački velesajam / svibanj		100.000
20.	DriveINkino Zagreb - Hrvatska studentska asocijacija / travanj	10.000	10.000
21.	Mistične noći crne kraljice - udruga Gea / travanj - lipanj		15.000
22.	Wine and Gourmet Tour Zagreb - Wayoudo d.o.o. / travanj - prosinac	15.000	10.000
23.	Mural Kuća šenoa - udruga Svi naši Šenoae / svibanj		10.000
24.	Zagrebački piknik u Maksimiru - Katapult event j.d.o.o. / svibanj - rujan	15.000	30.000
25.	Projekt turističkog panoramskog razgledavanja grada Zagreba - ZET / svibanj - rujan	10.000	
26.	Gornjogradske coprnice - Omnes artes d.o.o. / svibanj - kolovoz	8.000	
27.	Luminoakustična vožnja Zagrebom - Bunt art j.d.o.o. / svibanj - lipanj	10.000	
28.	Croatia Moto Expo - Udruga Karavana za život / svibanj		
29.	Discover Zagreb - AIESEC Zagreb / lipanj	10.000	10.000

30.	2'nd Zagreb H-D Rally - Udruga Vlasnika Harleya ogranak Pleter / lipanj		20.000
31.	Pljac mljac, Ljeto na Trešnjevačkom placu - G.A.D. Produkcija d.o.o. / lipanj		50.000
32.	Intervencije - udruga Mali plac / lipanj - srpanj		30.000
33.	Ljeto na Zrinjvcu - obrt Deno / srpanj	70.000	
34.	Tajanstvene priče, edukativna interaktivna večernja tura / srpanj - kolovoz	10.000	
35.	European Music Incubator, EMI - LAB 852 d.o.o. / lipanj - prosinac	10.000	
36.	Razgled grada fijakerom – obrt Kočije Habric	10.000	
37.	Pristupačan Zagreb - Slopey, postavljanje kosina – Turistička agencija TravAble d.o.o	20.000	
38.	Interliber - Zagrebački velesajam / studeni	30.000	
39.	More knjiga - Lumen izdavaštvo	15.000	
40.	Jesen u prolazu - udruga Priroda za sve / listopad		15.000
41.	Tabor kravat pukovnije - Kravata d.o.o.		20.000
42.	NEPLANIRANO	30.000	60.000
	<b>UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA</b>	<b>548.000</b>	<b>565.000</b>

RB	Eno i gastro	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	Pink Day - Udruga žene i vino / ožujak	10.000	
2.	Plac Food Festival, Dolac Zagreb - Henry Stag d.o.o. / svibanj		20.000
3.	Slatki gušti, festival slastica - Dobra vibra komunikacije d.o.o. / svibanj		20.000
4.	Wine lover's Street, vinoljupci u Cesarčevoj ulici - Udruga Vinoljupci / lipanj	10.000	10.000
5.	ZZZagreb Delimano Food Festival (Zagrabi, Zagrebi, Zagreb Food festival) - Manifestacija studio j.d.o.o. / lipanj	20.000	
6.	Mali piknik - Udruga Mali plac / kolovoz	10.000	20.000
7.	Gastro dani i Gastro forum - Udruženje ugostitelja Zagreb / studeni	80.000	80.000
8.	Food Film Festival - S2 d.o.o. / rujan	20.000	
9.	Gatro Best Fest - S2 d.o.o.	15.000	
10.	Vinart Grand Tasting - Vinart d.o.o. / ožujak		20.000
11.	NEPLANIRANO		20.000
	<b>UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO</b>	<b>165.000</b>	<b>190.000</b>

RB	Sport	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Svjetski skijaški kup Audi FIS SKI World Cup Vip Snow Queen Trophy - Hrvatski skijaški savez / siječanj	3.400.000	3.500.000
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	101.200	
1.4.	27. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	25.000	50.000
1.5.	Svjetsko prvenstvo u hrvanju za kadete - Hrvatski hrvački savez / srpanj		50.000
2.	12. Svjetski kup juniorke floret - Hrvatski mačevalački savez / siječanj	10.000	7.000
3.	Doping nije hOKej 2017. - Klub hokeja na ledu Zagreb	10.000	
4.	16. Trofej zagrebačkih pahuljica - Klub sinkroniziranog klizanja Zagrebačke pahuljice / ožujak		20.000
5.	Europski kadetski kup - Zagrebački judo savez / ožujak		20.000
6.	Miting sv. Patrika, plivačko natjecanje za djecu - Plivački klub Novi Zagreb / ožujak	5.000	
7.	Svjetsko juniorsko prvenstvo u sinkroniziranom klizanju - Hrvatski klizački savez / ožujak		30.000
8.	Supermaraton Od Kaptola do Kaptola - Športska zajednica grada Čazme / ožujak	8.000	8.000
9.	25. Velika nagrada Zagreba / travanj i 29. Kepertov memorijal / rujan - Yacht Club Zagreb	10.000	
10.	Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj	10.000	10.000
11.	Festival plivanja - Plivački klub Dubrava / travanj		5.000
12.	Victor Croatia International - Hrvatski badmintonski savez / travanj	7.000	7.000
13.	Bubamara Cup i Gothia kup, nogometni turniri - Nogometni klub Bubamara	10.000	
14.	International Dance Open - udruga Bambi kids / svibanj	15.000	15.000
15.	3. Međunarodni Kup grada Zagreba u kajakaškom maratonu, SUP-u, Zagreb Open Water Festival - Kajak kanu klub Matija Ljubek / svibanj	10.000	10.000
16.	Svjetski kup ZG Strong - Hrvatski savez za obaranje ruku / lipanj	10.000	10.000
17.	WDSF Zagreb Open 2017. - Športski plesni klub Optimus / svibanj	30.000	
18.	11th ICO Speedminton Croatia Open - Hrvatski crossmintonski team / svibanj	5.000	5.000
19.	Holi Run & Fest - Zdrave ideje j.d.o.o. / svibanj	20.000	20.000
20.	Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj	7.000	10.000
21.	Water Balloon Challenge - Neki Daniels Media d.o.o. / lipanj		10.000
22.	33. Zagrebački rally - Oldtimer klub Zagreb / lipanj	5.500	6.000
23.	20. Međunarodna veslačka regata Jumbo - Veslački klub Jarun / lipanj	5.000	5.000
24.	Međunarodna biciklistička utrka Hrvatska - Slovenija - Biciklistički klub Zagreb / kolovoz	7.000	7.000
25.	Europski kup u triatlonu - Zagrebački triatlonski savez / rujan		10.000
26.	Zagreb Open - Klub odbojke na pijesku Zagreb / rujan	7.000	

27.	20. Jastrebo Open, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastrebo / studeni	15.000	15.000
28.	Europsko prvenstvo u kvizu - Hrvatski kviz savez / studeni	10.000	
29.	Zlatni medvjed, međunarodno prvenstvo u umjetničkom klizanju za juniore - Klizački klub Medveščak / studeni	7.000	7.000
30.	26. memorijal Antuna Tove Stipančića - Stolnoteniski savez Zagreba / studeni		10.000
31.	Zagrebački noćni cener, utrka - Udruga Aktivan život / studeni	10.000	10.000
32.	Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac	25.000	25.000
33.	Kutija šibica, turnir u malom nogometu - ZGH, ustanova Upravljanje športskim objektima / prosinac	15.000	
34.	Arctic breath, Svjetski rekord u ronjenju - Nemo Adria d.o.o.	10.000	
35.	5. Underwater Photo Marathon, smještaj sudionika - Hotel Jadran	5.700	
36.	EOL solution, Dancestar, plesačko natjecanje	10.000	
37.	Utrka Brzi i žestoki, Autoklub Brzina	15.000	
38.	Rukometni turnir - RK Dubrava	5.000	
39.	NEPLANIRANO	30.000	70.000
	<b>UKUPNO SPORT</b>	<b>4.175.400</b>	<b>3.952.000</b>

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	Plan 2017.	Plan 2018.
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.	I.A.A.F. - Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting – Atletski klub Dinamo Zrinjevac / rujanj	1.300.000	1.300.000
8.	Radio emisija Iz Zagreba po Hrvatskoj – Udruga Tonkica palonkica frrr	40.000	
9.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni	150.000	100.000
10.	Minoranze, dvojezični časopis – Agencija Roma d.o.o.	96.000	96.000
11.	Zagreb Children Trophy i FIS Zagreb Open - Zagrebački skijaški savez / siječanj - veljača	25.000	25.000
12.	Ljetni Karoca cup – Konjički klub Karoca	42.000	42.000
13.	Tour of Croatia, Race through the natural beauty - Top sport events d.o.o. / travanj	200.000	200.000
14.	Lisinski pleše pod maskama – KD Vatroslava Lisinskog	50.000	50.000
15.	Ja BIH...- Udruga za promicanje kulture i umjetnosti Ja BIH...Zagreb i Udruženje za promociju kulture i umjetnosti "jabih"...Sarajevo / svibanj - lipanj i rujanj	10.000	10.000
16.	Miss Universe Hrvatske - Media produkcija d.o.o.	20.000	20.000
17.	Pink Wink Production d.o.o.	50.000	
18.	Zagrebačka pjesnička šetnja, film - Društvo prijatelja prirodnih ljepota Slunja i Rastoka	25.000	

19.	Tjedan dizajna Zagreb - Scuderia d.o.o.	100.000	150.000
20.	Euro U 17 nogometno natjecanje - Hrvatski nogometni savez	100.000	
21.	Nikola Tesla Rally Croatia 2017. - E.V.A. BLUE d.o.o.	50.000	
22.	Tesla anonimus na Tesla Cro Touru - GDK Gavella	50.000	
23.	Lađarska utrka Zagreba 2017. - Udruga Lađara Neretve	40.000	
24.	Originalni Bečki bal u Zagrebu - Lions klub Zrinjevac	30.000	60.000
25.	44. Ina Delta Rally - Auto Klub INA Delta Zagreb	40.000	20.000
26.	Izložba Barokni sjaj Venecije - MUO	30.000	
27.	Izbor Miss sporta Hrvatske - Obrt Mrvec	10.000	
28.	Dani satire Fadila Hadžića - Satiričko kazalište Kerempuh	80.000	60.000
29.	WeLoveSound Festival Zagreb - Sonus savjetovanje d.o.o.	50.000	
30.	Izvođenje operete Vesela udovica u Klovičevim dvorima -Opera B.B.	25.000	
31.	Izložba Jagode Buić u Rimu - Oris d.o.o.	60.000	
32.	Izložbeni projekt Nikola Tesla, Mind from the future - Real Grupa d.o.o.	250.000	
33.	Hrvatski skijaški savez - projektne aktivnosti	500.000	
34.	Neraspoređeno	500.000	700.000
	<b>UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM</b>	<b>6.245.000</b>	<b>5.155.000</b>

RB	Božićna i novogodišnja događanja	Plan 2017.	Plan 2018.
	<b>UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA</b>	<b>3.499.000</b>	<b>2.165.000</b>

RB	Kultura	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj	100.000	70.000
1.2.	Cvjetna fantazija na jezeru, manifestacija u sklopu Floraart-a - Hrvatska udruga profesionalnih cvjećara aranžera HUPCA	30.000	
1.3.	Art park Zagreb, revitalizacija parka pored Tomičeve - udruga Preuredi moju pumpu / svibanj - rujan	75.000	100.000
1.4.	Muzeji izvan muzeja MIM - Hrvatski prirodoslovni muzej / svibanj		250.000
1.5.	Design District Zagreb - Superstudio Design Projects d.o.o. / lipanj	150.000	150.000
1.6.	Zagreb Classic - Centar za kulturu i informacije Maksimir / lipanj		100.000
1.7.	Zagreb pozdravlja Austriju - Status grupa d.o.o. / lipanj	150.000	
1.8.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj i srpanj	40.000	40.000
1.9.	52. Međunarodna smotra folklor - KD Vatroslava Lisinskog / srpanj	60.000	60.000
1.10.	Medvedgradske glazbene večeri - Centar za kulturu i film Augusta Cesarca / srpanj	40.000	
1.11.	Ljetne noći teatra Exit - Teatar Exit / kolovoz	50.000	50.000
2.	Hrvatsko narodno kazalište - Dan otvorenog trga	50.000	40.000
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	20.000	
6.	Muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj	30.000	
7.	Opera u skrivenim prolazima - Hrvatsko narodno kazalište / travanj - listopad	35.000	
8.	HOERSPIEL: mala igra za slušanje (i gledanje), radiofonični mjuzikl u agramerskom duhu - Multimedijalna koliba Zagreb jesen i zima	20.000	
9.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu	25.000	15.000
10.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih	10.000	10.000
11.	Klinci s Ribnjaka, programi kroz godinu - KUD Vedra Nota	20.000	10.000
12.	Zagreb80 - Brandnewretro d.o.o. / kroz godinu		20.000
13.	27. Svečanosti Pasionske baštine - Udruga pasionska baština / ožujak	30.000	30.000
14.	Zgubidan i Barek, ulična predstava - Kruna Tarle-art / travanj - prosinac		30.000
15.	Dobrotvorni novinarski party - Hrvatsko novinarsko društvo / travanj	10.000	10.000
16.	Pop up drama - Umjetnička organizacija Teatrum / svibanj - srpanj		70.000
17.	Markov sajam, Srednjevjekovni sajam starih zanata - TZ grada Koprivnice i udruga Cestagram / lipanj	40.000	
18.	2. Međunarodni saksofonističko natjecanje Josip Nochta - Muzička akademija sveučilišta u Zagrebu / travanj	10.000	
19.	Extreme Beethoven - udruga Zvuci tišine / od svibnja	10.000	
20.	Svjetski dan glazbe - Hrvatska glazbena unija / lipanj	10.000	10.000
21.	Ljeto u Laubi - udruga Lauba / lipanj - kolovoz		40.000
22.	Večeri Petrice Kerempuha na Opatovini, koncerti - Društvo prijatelja prirodnih ljepota Slunja i Rastoka / lipanj	15.000	
23.	Kesten terasa - udruga Kadenca / lipanj - kolovoz	10.000	
24.	Program ljetne scene AMADEO - Udruga Scena Amadeo / lipanj - srpanj	50.000	50.000
25.	Biljke i svirke - Biljke i svirke d.o.o. / lipanj-srpanj	20.000	40.000
26.	Croatia International Choir Festival - Djevojački zbor Mozartine / lipanj - srpanj		20.000
27.	Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / lipanj - rujan		30.000
28.	Međunarodno baletno natjecanje Mia Čorak Slavenska - Hrvatsko društvo profesionalnih baletnih umjetnika / srpanj		20.000
29.	Svi dokazi upućuju na ZKM - Zagrebačko kazalište mladih / prosinac	20.000	
30.	Zvuci Opatovine - Studentski KUD Ivan Goran Kovačić / rujan	15.000	
31.	13. Međunarodni festival komorne glazbe ZAGREB KOM 13 - Umjetnička organizacija Zagrebački međunarodni festival komorne glazbe / listopad	15.000	20.000
32.	Noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava / studeni	15.000	15.000
33.	Glazba u zagrebačkim crkvama		
33.1.	Glazbene kulise u Katedrali - Udruga A-dur / ožujak - prosinac	15.000	
33.2.	Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad	25.000	25.000
33.3.	Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad	25.000	25.000

33.4.	5.sezona ansambla Duo de novo - Ansambl Duo de novo / lipanj - srpanj	15.000	
33.5.	Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan	25.000	15.000
33.6.	Zvuci orgulja Zagrebačke katedrale - Umjetnička organizacija Cadenza / travanj - studeni		15.000
34.	Platforma.HR - Plesni centar Tala	5.000	
35.	Izložba Zagrebačke vedute	5.000	
36.	Udruga Međunarodno violinističko natjecanje Vaclav Hum	15.000	
37.	Zagrebački solisti		60.000
38.	NEPLANIRANO	40.000	70.000
	<b>UKUPNO KULTURA</b>	<b>1.370.000</b>	<b>1.510.000</b>

RB	Moda	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	Modna revija 83. Zlatna igla Zagreba - Udruženje obrtnika grada Zagreba / listopad	20.000	60.000
2.	Fashion Week Zagreb - S2 d.o.o. / svibanj	40.000	40.000
3.	NEPLANIRANO	20.000	20.000
	<b>UKUPNO MODA</b>	<b>80.000</b>	<b>120.000</b>

RB	Festivali	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	MEGA DOGAĐANJA		
1.1.	Festival Sv. Marka, Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe - Markofest d.o.o. / travanj - svibanj	60.000	60.000
1.2.	Međunarodni festival vatrometa - Mirnovec pirotehnika d.o.o. / lipanj	60.000	80.000
1.3.	Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj - lipanj	220.000	220.000
1.4.	Ljeto na Štrošu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca / svibanj - rujan	160.000	160.000
1.5.	Pop Up Summer Garden - Urban Entertainment j.d.o.o. / svibanj - rujan	60.000	50.000
1.6.	Zagreb Beer Fest - Hashtag d.o.o. / svibanj		30.000
1.7.	Zagreb Rock Fest - Los Angeles d.o.o. / srpanj		100.000
1.8.	37. Večeri na Griču - KD Vatroslav Lisinski / srpanj	70.000	50.000
1.9.	INmusic festival - Vibro limes d.o.o. / lipanj	600.000	800.000
1.10.	Festival svjetskog kazališta - HNK / rujan	150.000	150.000
2.	Reflektor - Art & Music festival - Ustanova Koncertna dvorana tvornica kulture	40.000	40.000
3.	12. Festival tolerancije, JFF Zagreb - udruga Festival suvremenog židovskog filma Zagreb / siječanj	50.000	50.000
4.	65. Zagrebački festival - Hrvatsko društvo skladatelja / siječanj	15.000	15.000
5.	Zagreb Guitar Festival - Glazbena škola Bonar / ožujak	20.000	20.000

6.	Međunarodni festival mažoretkinja - Zagrebačke mažoretkinje / travanj		20.000
7.	21. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / svibanj	15.000	15.000
8.	17. međunarodni Naj, naj, naj festival - GK Žar ptica / travanj	10.000	
9.	Festival Ilica - Art Q'uart - HKKKKI / svibanj		30.000
10.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj	10.000	15.000
11.	Accordeon Fest in Zagreb - Art studio Ivana d.o.o. / lipanj	10.000	
12.	Rockabilly fest Kvatrić - Didi sound d.o.o. / lipanj		50.000
13.	Međunarodni festival koreografiranog folklora Zagreb - Velika Gorica – FA Turopolje / srpanj	10.000	10.000
14.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj	25.000	30.000
15.	Crossover festival Ribnjak - Katapult event j.d.o.o. / srpanj	50.000	70.000
16.	Međunarodni festival suvremene fotografije Novi svijet - Fotografska udruga Organ vida / rujan	20.000	20.000
17.	Musica maxima X, festival komorne glazbe - Zagrebački komorni orkestar / rujan	15.000	15.000
18.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan		10.000
19.	51. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan	15.000	15.000
20.	10. Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT (Blind in Theatre) - Dramski studio slijepih i slabovidnih Novi život / listopad	15.000	
21.	Dance inn - Umjetnička organizacija Defacto / listopad		10.000
22.	Chansonfest - Umjetnička organizacija Chansonfest / studeni	5.000	5.000
23.	Zagrebački harfistički festival - Umjetnička organizacija Hathor / studeni	40.000	40.000
24.	Kliker festival - Umjetnička organizacija VRUM	10.000	
25.	ZmaJurjevo na Ribnjaku - Red čuvara grada Zagreba	15.000	
26.	Festival Tko pjeva zlo ne misli - Pepermint d.o.o.	15.000	30.000
27.	NEPLANIRANO	50.000	60.000
	<b>UKUPNO FESTIVALI</b>	<b>1.835.000</b>	<b>2.270.000</b>

RB	Filmski projekti	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / veljača	30.000	30.000
2.	Screen on the Green, filmske projekcije - Via Solis d.o.o. / svibanj - lipanj	15.000	15.000
3.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / lipanj	15.000	20.000
4.	Međunarodni filmski festival komedije - Četiri film d.o.o. / lipanj		35.000
5.	Ljetno kino Gradec - Udruga Kadenca / lipanj - rujan	50.000	50.000
6.	Noć hrvatskog filma i novih medija - Umjetnička organizacija Noć hrvatskog filma i novih medija / lipanj	15.000	15.000
7.	Fantastic Zagreb film festival - Lot 28 studio d.o.o. / lipanj - srpanj	40.000	40.000

8.	12. Zagreb film festival - Umjetnička organizacija Zagreb film festival / listopad	30.000	
9.	Fil(m)harmonija:Zagrebačka filharmonija u kinu Europa - Umjetnička organizacija Zagreb Film Festival i Zagrebačka Filharmonija / studeni 2016. - ožujak 2017.	25.000	25.000
10.	NEPLANIRANO		20.000
	<b>UKUPNO FILMSKI PROJEKTI</b>	<b>220.000</b>	<b>250.000</b>

RB	Suradnja s TZ - predstavljanje manifestacija u Zagrebu	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	TZG Čakovca / srpanj	7.000	
2.	TZG Lepoglave / kolovoz	7.000	7.000
3.	TZG Nova Gradiška / kolovoz	7.000	
4.	TZ Hrvatske Kostajnice	7.000	7.000
5.	TZ Slavenskog Broda	7.000	
6.	TZ Županje, Šokačko sjelo	7.000	
7.	TZ Krapine	15.000	7.000
8.	NEPLANIRANO	7.000	10.000
	<b>UKUPNO SURADNJA S TZ</b>	<b>64.000</b>	<b>31.000</b>

RB	Suradnja s udrugama	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac	5.000	5.000
2.	Kulturno - umjetničke manifestacije u Sesvetama - Narodno sveučilište Sesvete / kroz godinu	70.000	70.000
3.	Hrvatska etno kuća Materina priča - Udruga hrvatska kuća Materina priča / kroz godinu	10.000	10.000
4.	Društvo turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije / kroz godinu	15.000	15.000
5.	11. Jubilarna međunarodna Blagijada - Glijivarsko društvo Kamilo Blagić / lipanj	5.000	5.000
6.	Pozdrav proljeću - Udruga priroda za sve	10.000	
7.	NEPLANIRANO	10.000	20.000
	<b>UKUPNO SURADNJA S UDRUGAMA</b>	<b>125.000</b>	<b>125.000</b>

RB	Suradnja s KUD-ovima	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	Prigorski dan u KD Vatroslav Lisinski - Udruga kulturno-umjetničkih društava zagrebačkog Prigorja Prigorski dan / ožujak	5.000	
2.	Jurjevski običaji na Trgu bana Jelačića - FA Turopolje / travanj	7.000	
3.	Međunarodni folklorni festival djece i mladih - KUD Preslica / lipanj	7.000	
4.	Fašnik u Zagrebu i Sesvetski fašnik - KUD Prepuštovec / veljača - ožujak	10.000	10.000
5.	Martinje (Martin je u Zagrebu) - KUD Prepuštovec / studeni	10.000	10.000
6.	Manifestacije u Remetama - FIS Remetski mužaški i puče - kroz godinu		10.000
	<b>UKUPNO SURADNJA S KUD-ovima</b>	<b>39.000</b>	<b>30.000</b>

<b>RB</b>	<b>Donacije u kulturi</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
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.	Etnografski muzej, Maske	12.000	
5.	Javna ustanova Galerija Klovićevi dvori, Zagreb kroz fotografije		30.000
6.	Javna ustanova Galerija Klovićevi dvori, Katarina II. - izložba iz muzeja Ermitaž		60.000
7.	Izložba Dagmar Meneghello - Hvar u Zagrebu	80.000	
8.	Muzej suvremene umjetnosti	30.000	30.000
9.	Muzej suvremene umjetnosti - izložba Minkkinen	50.000	
10.	Umjetnički paviljon, izložba Emanuel Vidović	80.000	30.000
11.	Umjetnički paviljon, Vlaho Bukovac i njegov pariški profesor Alexander Cabanel		60.000
12.	Umjetnički paviljon, izložba Šuma cvijeće	30.000	
13.	Hrvatski prirodoslovni muzej	30.000	20.000
14.	Tehnički muzej		20.000
15.	Arheološki muzej	30.000	30.000
16.	Muzeji Ivana Meštrovića - Atelijer Meštrović Zagreb, Meštrović i Prodanović: Umjetnik i njegov fotograf	30.000	25.000
17.	Muzeji Ivana Meštrovića - Atelijer Meštrović Zagreb, izložba Meštrovićev znak u Zagrebu		30.000
18.	Muzej iluzija	30.000	30.000
19.	Muzej prekinutih veza - MBR kolektiv d.o.o.	50.000	50.000
20.	Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović	20.000	
21.	Koncertna dvorana Tvornica kulture		20.000
22.	Javna ustanova Park prirode Medvednica	30.000	30.000
23.	Moderna galerija	15.000	
24.	Hrvatsko narodno kazalište	25.000	
25.	Zagrebačke mažoretkinje	25.000	25.000
26.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado	100.000	50.000
27.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	30.000	30.000
28.	Ustanova Zoološki vrt grada Zagreba	7.000	
29.	Udruga Lauba	40.000	30.000
30.	HAZU, izložba Bućan	7.000	
31.	NEPLANIRANO	20.000	50.000
	<b>UKUPNO DONACIJE</b>	<b>861.000</b>	<b>740.000</b>
	<b>SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA</b>	<b>19.226.400</b>	<b>17.103.000</b>

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

<b>RB</b>	<b>Projekti TZGZ</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane	25.000	35.000
2.	Uskrsne pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj	37.700	40.000
3.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
3.1.	Promenadni koncerti na Zrinjvcu - udruga Cestagram / srpanj - kolovoz	200.000	200.000
3.2.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / travanj - listopad	350.000	340.000
3.3.	Tajne Griča, noćna gornjogradska interaktivna tura - Udruga Katapult / svibanj - rujan	250.000	200.000
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.	Vergl na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / travanj - listopad	30.000	30.000
3.8.	Folklorna ljetna scena za turiste		
	HSPD Podgorac	9.500	10.000
	HKUD Prigorec Markuševac	9.500	
	FA Turopolje	9.500	10.000
	KUD Valentinovo	9.500	
	FA Vrapčanci	9.500	10.000
	FIS Remetski muzikaši i puce	9.500	10.000
	KUD Frankopan – Remete	9.500	10.000
	KUD Okićka trešnja	9.500	
	KUD Bukovac	9.500	10.000
	FA SKUD-a Ivan Goran Kovačić	9.500	10.000
	KUD Stenjevec	9.500	10.000
	HKUD Bosiljak	9.500	10.000
	KUD Klas Podsused	9.500	10.000
	KUD Sv. Ana	9.500	10.000
	FA Zagreb-Markovac	9.500	10.000
	KUD Prigorski zdenec	9.500	10.000
	HSPD Sljeme Šestine - Zagreb	9.500	
	KPD Sv. Klara		10.000
	KUD Prepuštovec		10.000
	KUD Orač		10.000
	FIS Remete		10.000
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 Strauss i udruga Etnoteka / nedjeljom travanj-listopad	110.000	80.000

3.11.	Promenadni koncerti Puhačkog orkestra ZET-a u Maksimiru - Puhački orkestar ZET-a / nedjeljom svibanj - listopad	80.000	80.000
3.12.	Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - udruga Cestagram i udruga Zagrebački cinkuši / lipanj - rujan	200.000	200.000
3.13.	Plesne večeri na Zrinjevcu - Udruga Cestagram i Katapult event d.o.o. / petkom / kolovoz	195.000	200.000
4.	Tanceraj - udruga Etnoteka / kolovoz		30.000
5.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult event d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / srpanj	140.000	100.000
6.	Novogodišnji koncert tamburaškog orkestra u HNK za turiste	100.000	100.000
7.	Uskrсни koncert folklornih društava za turiste GK Komedijska / travanj	58.500	60.000
8.	Dan grada Zagreba, posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada, koncert Zagrebačke filharmonije (KDZ) te ostali programi / svibanj	6.900	10.000
9.	Zagreb Tourfilm Festival, međunarodni festival turističkog filma - Balduči film d.o.o. / lipanj	300.000	300.000
10.	Floraart u tunelu Grič	97.000	
11.	Opatovina Music Jam, glazbeni nastupi na Opatovini	91.000	90.000
12.	Akupunktura grada - R inovacija d.o.o.	87.000	
13.	Croatia je Hrvatska, izložba u tunelu	20.000	
14.	Festival svjetla	1.654.000	1.900.000
15.	Bijela noć / rujan	450.000	500.000
16.	Vikend kravate		200.000
17.	NEPLANIRANO	50.000	50.000
	<b>UKUPNO PROJEKTI TZGZ</b>	<b>5.523.600</b>	<b>5.745.000</b>

#### PRILOG 4. - VOLIM ZAGREB

RB	Volim Zagreb	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	Ekološko edukativna zaštita podsljemenskih potoka, SRU Bukovac - Maksimir / svibanj - rujan	10.000	10.000
2.	Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće - Gradski ured za obrazovanje / svibanj	10.400	11.000
3.	Dan ljubavnosti u prometu - PU Zagrebačka / svibanj	8.500	8.500
4.	Podsusedske svečanosti - Udruga za zaštitu okoliša EKO-2000 / rujan-studen	7.000	7.000
5.	Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj - svibanj	11.600	12.000
6.	Sljeme Star Party u hotelu Tomislavov dom u Parku prirode Medvednica - Astronomsko društvo Beskraj	10.000	
7.	Dječji ljetni kamp - ustanova Upravljanje sportskim objektima / lipanj - srpanj	5.000	
8.	Festival Pozdrav proljeću - udruga Priroda za sve		5.000
9.	Mislimo zeleno - OŠ Dr. Ivan Merz		5.000
10.	Zidovi koji spajaju - udruga 3/5/8		30.000
11.	Postavljanje kućnih brojeva		100.000
	<b>UKUPNO VOLIM ZAGREB</b>	<b>62.500</b>	<b>188.500</b>

**PRILOG 5. – OGLAŠAVANJE**

<b>RB</b>	<b>Naziv medija</b>	<b>Vrsta publikacije</b>	<b>Jača tržišna zastupljenost</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	In Your Pocket	vodič+karta	Zagreb, Austrija	30.000	40.000
2.	Jutarnji list	dnevne novine	Hrvatska	55.000	55.000
3.	Restaurant & Hotel	revija	Hrvatska	5.000	5.000
4.	UT magazin + City break	revija	Hrvatska	20.000	10.000
5.	UHPA	godišnji katalog	inozemstvo	9.000	9.000
6.	Zagreb moj grad	mjesečnik	Hrvatska	40.000	40.000
7.	Virtuoso Traveler	revija	SAD	61.000	61.000
8.	Esplanade Magazine	mjesečnik	Hrvatska	20.000	25.000
9.	Oglasi - Večernji list	prilog dnevnih novina	Hrvatska	30.000	40.000
10.	Oglas u Slobodnoj Dalmaciji	prilog dnevnih novina	Hrvatska	15.000	15.000
11.	Oglas Tip Travel	on-line magazin	Hrvatska/svijet	20.000	15.000
12.	Place2Go	revija	Slovenija	10.000	20.000
13.	Hrvaška 2017.	prilog dnevnih novina	Slovenija	6.000	6.000
14.	Dnevnik	prilog dnevnih novina i on line portal	Slovenija	5.000	5.000
15.	Insight Design Guide	vodič	Hrvatska	30.000	30.000
16.	World Horizons	revija	Njemačka	16.000	16.000
17.	Advertoriali u Velikoj Britaniji-zakup od strane agencije Hills Balfour	revije, časopisi+ online	Velika Britanija	100.000	100.000
18.	4 Seasons Croatia	katalog-medicinski	svijet	17.000	
19.	Horizont	revija turizam	Slovenija	5.000	5.000
20.	Adriatic News	revija	Rusija	19.000	27.000
21.	FTI	godišnji katalog	Njemačka, Austrija	27.000	27.000
22.	TUI	godišnji katalog	Njemačka, Austrija	28.000	28.000
23.	Horizon Monde	magazin	Francuska	16.000	16.000
24.	Advertoriali u Italiji-zakup od strane agencije	revije, časopisi+ online	Italija	150.000	150.000
25.	Acta Turistica	stručni časopis	Hrvatska, svijet	10.000	10.000
26.	Kompas Praha ljeta na Jadranu	katalog	Češka	10.000	
27.	Nacionalna revija turizam 2017.	katalog	Srbija	5.000	
28.	EDM-TTG Middle East & North Africa	online	GCC regija	5.000	
29.	TTG Middle East & North Africa	online	GCC regija	7.000	
30.	HI EUROPE	časopis	Europa, Kina	7.000	7.000
31.	Croatica Magazin	knjiga	Mađarska	2.000	
32.	Le Quotidien du Tourisme	časopis	Francuska	13.000	13.000

33.	Lufthansa magazin	inflight magazin	Njemačka, svijet	47.000	
34.	Petit Fute	vodič	Francuska		10.000
35.	Omnibus Revue	specijalizirani B2B časopis za autobusere	Njemačka, Austrija		19.000
36.	Reise Aktuell	specijalizirani časopis	Njemačka, Austrija		34.000
37.	Zagreb Insider	vodič	Zagreb		10.000
38.	Zdrave novice	časopis- medicinski turizam	Slovenija		110.000
39.	Neplanirano			60.000	52.000
	<b>UKUPNO</b>			<b>900.000</b>	<b>1.010.000</b>

### OGLAŠAVANJE U KONGRESNO-INCENTIVE PUBLIKACIJAMA

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2017.	Plan 2018.
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	24.100	
3.	Kongres Magazine	stručni časopis	Slovenija, regija	15.000	15.000
4.	Reunir ex Meedex PRO	stručni časopis	Francuska	22.100	
5.	IMEX Frankfurt Catal.	burz. katalog	svijet		8.000
6.	IBTM Show Diary	burz. katalog	svijet	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	svijet	5.800	6.000
10.	Conference & Meeting World	stručni časopis	svijet	11.000	11.000
11.	Poslovni turizam	online	Hrvatska	15.000	15.000
12.	Conventa katalog	burz. katalog	svijet	5.000	5.000
13.	Master Meeting Italy's Best	stručni časopis	Italija	9.500	10.000
14.	Poslovni savjetnik	stručni časopis	Hrvatska	10.000	10.000
15.	SEEBtm magazin	stručni časopis	Regija	14.000	15.000
16.	"PUNTO MICE" Croatia Report		Španjolska	17.000	17.000
17.	Meetings International Magazine	BIR (Business intelligence report)	svijet	20.000	20.000
18.	Incentive Travel & Corporate Meetings (ITCM)	online	svijet		
19.	Experiental planner handbook	priručnik	Indija	13.000	13.000
20.	Lider	časopis	Hrvatska	7.500	10.000
21.	Partance MICE Magazin		Francuska	15.000	15.000
22.	Neplanirano			20.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>			<b>292.000</b>	<b>288.000</b>

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

<b>RB</b>	<b>Naziv</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	Brošura – Sve boje grada	250.000	
2.	Brošura – Korak po korak	350.000	350.000
3.	Brošura – Zagrebačka okolica	200.000	
4.	DVD Zagreb turistički	100.000	100.000
5.	Monografije i knjige- razno	5.000	5.000
6.	PROGRAM PRIREDBI/INFO	500.000	500.000
7.	Plan grada – letak	500.000	500.000
8.	Zagreb Culture & Events Guide	120.000	130.000
9.	Zagreb opći vodič - novi	300.000	500.000
10.	Zagrebački Vremeplov - brošura	53.000	55.000
11.	Letak "Sigurni na odmoru"	2.000	2.000
12.	Kongresna brošura	10.000	150.000
13.	Adventska karta		30.000
<b>Posebni projekti- tiskana izdanja i sl.</b>			
14.	Novine Zagreb4You	240.000	253.000
15.	Zagreb Gay Guide	13.000	13.000
16.	Eat Zagreb-gastro vodič	30.000	
17.	Zagreb Times novine	700.000	750.000
18.	Time Out Zagreb	340.000	
19.	Dotisak letaka Park prirode Medvednica	17.000	25.000
20.	Knjiga Made In/Projekt Ilica	9.000	
21.	letak/brošura Kuća Šenoa		15.000
22.	letak- Sajam Antkviteta Britanac		15.000
23.	Zagreb - An Insiders Guide		20.000
24.	NEPLANIRANO	51.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>	<b>3.790.000</b>	<b>3.463.000</b>

**SUVENIRI**

<b>RB</b>	<b>Naziv</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	Kalendari	20.000	10.000
2.	Kemijske olovke - razne	40.000	40.000
3.	Licitarska srca	400.000	400.000
4.	Magneti	100.000	100.000
5.	Majice sa dotiskom	60.000	60.000
6.	Privjesci - licitar	165.000	165.000
7.	Rokovnici	30.000	35.000
8.	Vezice za mobitel	100.000	100.000
9.	USB stick	250.000	150.000
10.	Stolni kalendar	10.000	10.000
11.	Oznaka (name tag) za prtljagu	170.000	170.000
12.	Promotivne vrećice (EKO, papirnate male i A4)	170.000	170.000
13.	Lepeza - Zagrebački vremeplov	40.000	30.000
14.	Press mapa TZGZ	10.000	10.000
15.	Adventska dekica	45.000	
16.	Adventski čaj		45.000
17.	Adventska čokolada	30.000	20.000
18.	Putni jastuk	15.000	
19.	Razglednice	8.000	
20.	Adventski balzam za usne		10.000
21.	Pernica/torbica ZBT		10.000
22.	Narukvica Festival svjetla Zagreb		10.000
23.	NEPLANIRANO	57.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.720.000</b>	<b>1.595.000</b>

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

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2017.	Plan 2018.
		<b>AUSTRALIJA</b>				
1.	Sydney	Travel Industry Expo	21.-22.8.	8	232.000	150.000
		<b>BUGARSKA</b>				
2.	Sofija	International Tourism Exhibition	14.-16.2.	12	30.000	35.000
		<b>FRANCUSKA</b>				
3.	Pariz	IFTM Top Resa	rujan	9		70.000
		<b>HRVATSKA</b>				
4.	Zagreb	Place2go	16.-18.3.		37.000	40.000
		<b>INDIJA</b>				
5.	Mumbai	OTM	18.-20.1.	12	85.000	90.000
		<b>IRSKA</b>				
6.	Dublin	Holiday World	26.-28.1.	9		70.000
		<b>IZRAEL</b>				
7.	Tel Aviv	IMTM	6.-7.2.	9		75.000
		<b>JAPAN</b>				
8.	Tokyo	JATA	rujan	15	88.000	90.000
		<b>JUŽNA KOREJA</b>				
9.	Seoul	HITS	lipanj	18	56.000	65.000
		<b>KANADA</b>				
10.	Montreal	Int. Tourism & Travel Show	listopad	12	70.000	70.000
		<b>KINA</b>				
11.	Hong Kong	ITE	14.-17.6.	9	90.000	92.000
12.	Shanghai	ITB China	16.-18.5.	9	57.000	70.000
		<b>RUMUNJSKA</b>				
13.	Bukurešt	Romanian Tourism Fair	22.-25.2.	12	45.000	50.000
		<b>SAD</b>				
14.	New York	Times Travel Show	26.-28.1.	9	85.000	90.000
15.	Los Angeles	Travel and Adventure Show	24.-25.2.	9	73.000	80.000
		<b>ŠPANJOLSKA</b>				
16.	Barcelona	SITC	20.-22.4.	9	47.000	55.000
		<b>ŠVEDSKA</b>				
17.	Stockholm	Senior Massan	listopad	9		60.000
		<b>SINGAPUR</b>				
18.	Singapore	ITB Asia	listopad	18	150.000	150.000
19.	NEPLANIRANO				20.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>				<b>1.165.000</b>	<b>1.452.000</b>

**NASTUPI S HTZ-om**

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2017.	Plan 2018.
		<b>AUSTRIJA</b>				
1.	Beč	Ferienmesse	11.-14.1.	5	33.000	37.000
		<b>FINSKA</b>				
2.	Helsinki	Matka	18.-21.1.	5		40.000
		<b>FRANCUSKA</b>				
3.	Pariz	MAP	15.-18.3.	5	49.000	55.000
		<b>ITALIJA</b>				
4.	Rimini	TTG	11.-13.10.		40.000	40.000
		<b>NJEMAČKA</b>				
5.	Munchen	f.r.e.e.	21.-25.2.	5	34.000	40.000
6.	Berlin	ITB	7.-11.3.	5	57.000	65.000
		<b>RUSIJA</b>				
7.	Moskva	MITT	13.-15.3.	4	43.000	50.000
		<b>SRBIJA</b>				
8.	Beograd	IFT	18.-21.2.	6	19.000	
		<b>ŠPANJOLSKA</b>				
9.	Madrid	FITUR	17.-21.1.	7	36.000	41.000
		<b>UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI</b>				
10.	Dubai	ATM	22.-25.4.	4	52.000	60.000
		<b>VELIKA BRITANIJA</b>				
11.	London	WTM	studeni	7	100.000	100.000
	<b>UKUPNO NASTUPI S HTZ-om</b>				<b>463.000</b>	<b>528.000</b>
	<b>UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ-om</b>				<b>1.628.000</b>	<b>1.980.000</b>

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

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	Ljubljana	Conventa	24.01.-25.01.	4	26.700	28.000
2.	Frankfurt	IMEX	15.05.-17.05.	4	177.700	200.000
3.	London	The Meetings Show	13.06.-15.06.	6	35.600	
4.	Pariz	Reunir	21.09.-22.09.	4	45.000	
5.	Las Vegas	IMEX America	16.10.-18.10.	4	100.000	90.000
6.	Barcelona	IBTM World	27.11.- 29.11.	4	193.000	190.000
7.	Neplanirano				50.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>				<b>628.000</b>	<b>558.000</b>

**PRILOG 9. – KANDIDATURE ZA STRUČNE SKUPOVE, POTPORE SKUPOVIMA I PROJEKTI**

RB	Kandidature za stručne skupove, potpore skupovima i projekti	Plan 2017.	Plan 2018.
1.	8th Annual MCE Central&Eastern Eu Forum, Europe Congress, veljača		80.000
2.	Adria Hotel Forum, Proficisor d.o.o , 14-15.2.	20.000	20.000
3.	3. Zagreb Security Forum, Udruga Sv. Juraj, veljača-ožujak	15.000	15.000
4.	Kongres poduzetnica, Udruga Zagrebinfo, 8.3.	20.000	20.000
5.	LEAP Summit 2018, Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 15.-17.3.	30.000	30.000
6.	Međunarodni simpozij ARS CHORALIS, Hr. Udruga zborovođa, 5.-7.4.		10.000
7.	Europsko prvenstvo u obaranju ruke 2019. kandidatura, Hr. Savez za obaranje ruke, 5.-12.5.		20.000
8.	Međunarodni skup: City-making:space, culture and identity, 17.-18.5.		5.000
9.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez distrofičara HR, 18.-20.5.	5.000	5.000
10.	Svjetski kongres poduzetnika, Međ.ekon.forum "Perspektive", 23.-26.5.		50.000
11.	25.kongres "Svetost života", Hrvatsko liječničko katoličko društvo, 30.5.-3.6.		40.000
12.	II kongres zdravstvenog turizma, Lux d.o.o., 4.6.	5.000	5.000
13.	Animafest Scanner, Hulahop, 5.-6.6.	10.000	10.000
14.	7. pikološki kongres 2019, dodatna promocija, Hrvatsko botaničko društvo, 25.-30.6. (Berlin)	10.000	8.000
15.	4. europski žanrovski forum, LOT 28 STUDIO, 4.-7.7.	10.000	10.000
16.	International Summer School 2018, Visoko učilište Algebra, 8.-27.7.		10.000
17.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, 9.-11.7.	15.000	15.000
18.	18. svjetski kongres saksofonista, Muzička akademija, 10.-14.7.		50.000
19.	Svjetsko prvenstvo u debati, Hrvatsko debatno društvo, 17.-27.7.	20.000	40.000
20.	22. kongres Europske asocijacije za paleopatologiju, Institut za antropologiju, 28.8.-1.9.	8.500	40.000
21.	9. kongres o mineralima glina, Hrvatsko geološko društvo, 17.-21.9.		10.000
22.	Konferencija Vrtna umjetnost svijeta, Hr.društvo krajobraznih arhitekata, 20.9.		5.000
23.	TEDxZagreb-Build, Future Now, Udruga Ideje vrijedne širenja,rujan ili listopad	15.000	15.000
24.	International Charter Expo (ICE), Jadranski skiperi d.o.o., 2.- 4.11.	20.000	20.000
25.	Meeting G 2.4 Hrvati zajedno u businessu, Roraima 5 d.o.o., 6.-7.11.	15.000	15.000
26.	Konferencija: Meteorološki izazovi 6, Hrvatsko meteorološko društvo, 15.-16.11.		5.000
27.	XIX. kongres hotelijera, UPUHH, 29.-30.11.	50.000	30.000
28.	Forum hrvatske kongresne industrije,Hrvatska udruga profesionalaca u kongresnom turizmu, 5.12.	10.000	10.000
29.	International Travel Week Zagreb, Cacti Events, 4.-5.12.		1.000.000
30.	ARTUR (Arhitektura i turizam), Društvo arhitekata Zagreb, siječanj-lipanj	15.000	

31.	JCI-EPM za 2018 dobivena kandidatura - promocija, JCI Hrvatska, ožujak	10.000	
32.	Branding Hrvatske u svijetu 3. izdanje, Udruga slavnih u Istri, ožujak	15.000	
33.	Profesionalna pitanja i izazovi u Fizioterapiji, Hrvatska komora fizioterapeuta, ožujak	10.000	
34.	7th Virtual World Congress of Dental Students, Stomatološki fakultet, svibanj	5.000	
35.	Autor 10. međ. konf. o dizajnu automobila, Scuderia d.o.o., svibanj	15.000	
36.	Dani zagrebačke arhitekture, Društvo arhitekata Zagreb, svibanj	5.000	
37.	15. bageco symposium, kandidatura za 2019., Institut Ruđer Bošković, lipanj	9.000	
38.	15 <sup>th</sup> Symposium of Aquatic Microbial ecology, Institut R.Bošković, rujan	15.000	
39.	Međunarodni kongres organizatora kadetskih natjecanja u alpskom skijanju, Zagrebački skijaški savez, rujan	10.000	
40.	Investicijski forum zdravlja i zdravstvenog turizma Adriatic regije. Medicinska grupa d.o.o., listopad	10.000	
41.	ENOTHE 2017 Annual Meeting, Hrv. udruga radnih terap., listopad	20.000	
42.	REXPO, sajam investicijskih projekata, Expositum d.o.o., listopad	10.000	
43.	21. hrvatski simpozij osoba s invaliditetom, Savez osoba s Invaliditetom SOIH, listopad	5.000	
44.	Football Fest, AB Sport Consulting d.o.o., listopad	40.000	
45.	Konferencije "Može li hrvatski turizam 365", Julius Rose d.o.o., listopad.	10.000	
46.	Annual Congress AEC, Muzička akademija, studeni	30.000	
47.	20. bienalni međunarodni simpozij ICSD, Pravni fakultet, studeni	15.000	
48.	13. god. sastanak i 8. konferencija HEPA Europe, Kinez.fak, studeni	15.000	
49.	XV. međ. kongres auksologije 2020., kandidatura, Institut za antropologiju, studeni	15.000	
50.	Zborski amaterizam u Hrvatskoj i regiji, Hrv. sabor kulture, prosinac	5.000	
51.	Potpore za kandidature - neraspoređeno	158.000	150.000
	<b>UKUPNO:</b>	<b>720.500</b>	<b>1.743.000</b>

**PRILOG 10. – RASHODI TIC - evi**

**TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA**

<b>RB</b>	<b>Opis</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	Usluge student servisa	60.000	50.000
2.	Usluge najma	110.000	110.000
3.	Radna odjeća	10.000	10.000
4.	Potrošnja električne energije i plina	50.000	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..)	5.000	5.000
12.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	5.000
	<b>Ukupno:</b>	<b>348.000</b>	<b>338.000</b>

**TIC - ZRAČNA LUKA**

<b>RB</b>	<b>Opis</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	Usluge student servisa	40.000	50.000
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
	<b>Ukupno:</b>	<b>105.000</b>	<b>115.000</b>

**TIC - GLAVNI KOLODVOR**

<b>RB</b>	<b>Opis</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	Usluge student servisa	25.000	25.000
2.	Usluge najma	75.000	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.	Komunalne usluge	3.000	3.000
7.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	3.000
	<b>Ukupno:</b>	<b>118.000</b>	<b>118.000</b>

**TIC - AUTOBUSNI KOLODVOR**

<b>RB</b>	<b>Opis</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	Usluge student servisa	35.000	35.000
2.	Usluge najma	110.000	110.000
3.	Usluge najma reklamnog prostora	30.000	30.000
4.	Radna odjeća	5.000	5.000
5.	Potrošnja el. energije i plina	17.000	17.000
6.	Troškovi telefona, internet	10.000	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
	<b>Ukupno:</b>	<b>270.000</b>	<b>270.000</b>

**TIC – LOTRŠČAK**

<b>RB</b>	<b>Opis</b>	<b>Plan 2017.</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	Usluge student servisa	50.000	60.000
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..)	5.000	5.000
8.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	3.000
	<b>Ukupno:</b>	<b>138.000</b>	<b>148.000</b>

**PRILOG 11. - POTPORE MARKETINŠKIM PROJEKTIMA**

<b>RB</b>	<b>Marketinški projekti</b>	<b>Plan 2018.</b>
1.	Hrvatski zvukopis APP - Umjetnička organizacija 'Yelo, za interdisciplinarni umjetnički proces'	50.000
2.	SightRun, APP - Adventure Donkey d.o.o.	60.000
3.	Camino, APP - CodeIn Consulting j.d.o.o.	20.000
4.	TimeWeb, platforma - Invariant d.o.o.	20.000
5.	ZagrebTimeTrav.APP, turistička tura - Dare2dream d.o.o	20.000
6.	CBR APP, Croatia Bike Routes - Promeks kompjuter d.o.o.	20.000
7.	FREEWA APP - Freewa project d.o.o.	40.000
	<b>UKUPNO:</b>	<b>230.000</b>