



**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED**

# **PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2019. GODINU**

**Zagreb, listopad 2018.**

# Program rada i financijski plan za 2019. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2019. godinu, zakonom utvrđenim zadaćama svih turističkih zajednica, potrebama grada Zagreba, posebnim uputama Hrvatske turističke zajednice te Uredbom o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za 2019. godinu, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada i financijski plan za 2019. godinu.

## Sadržaj

Uvod.....	03
1. Struktura marketing miksa	
I.    Administrativni rashod.....	10
II.   Dizajn vrijednosti.....	11
III.  Komunikacija vrijednosti.....	16
IV.  Distribucija i prodaja vrijednosti.....	20
V.   Interni marketing.....	23
VI.  Marketinška infrastruktura.....	25
VII. Transfer boravišne pristojbe gradu.....	26
2. Financijski plan	
VIII. Prihodi.....	28
IX.   Rashodi.....	29
X.   Rekapitulacija.....	31
3. Prilozi	
Prilog 1. Rashodi ureda.....	33
Prilog 2. Potpore događanjima.....	34
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 .....	48
Prilog 8. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama .....	50
Prilog 9. Kandidature za stručne skupove, potpore i projekte ..	50
Prilog 10. Rashodi TIC – evi .....	52
Prilog 11. Potpore marketinškim projektima .....	54

## UVOD

Grad Zagreb je administrativni i politički centar Republike Hrvatske te je već dugi niz godina profiliran kao poslovna destinacija, no zadnjih godina izraženo je pozicioniranje Zagreba kao turističke i kulturne destinacije, o čemu svjedoče brojni napisi u inozemnim novinama i časopisima, kao i komentari zadovoljnih turista koji govore o zanimljivosti grada. Analiza dolazaka i noćenja u srpnju, kolovozu i rujnu 2018. godine pokazuju turističku orijentaciju, a optimistični pozitivni podaci se pokazuju na svako-mjesečnoj razini u 2018. godini.

Grad Zagreb posljednjih je godina unaprijedio i povećao ponudu smještajnih kapaciteta – 2015. godini grad je raspolagao s 7.165 kreveta u 53 hotela, 2.074 kreveta u 43 hostela, 3.448 kreveta u 856 privatnih iznajmljivača te 3.476 kreveta u različitim smještajnim objektima. U 2016. grad je nudio 7.397 kreveta u 57 hotela, 2.209 kreveta u 47 hostela, 5.191 krevet u 1.304 privatnih iznajmljivača te 6.421 kreveta u različitim smještajnim objektima, dok je u 2017. godini Zagreb raspolagao s 7.387 kreveta u 61 hotelu, 2.344 kreveta u 51 hostelu, 7.103 kreveta u 1.870 privatnih iznajmljivača te 6.436 kreveta u različitim smještajnim objektima. U rujnu 2018. godine u Zagrebu je bilo 64 hotela, zatim 52 hostela, 2.375 privatna iznajmljivača, 4 seoska domaćinstva i 10 drugih smještajnih objekata.

Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci 2018. godine iznosi 62,64% u hotelima s 5\*, 61,85% u hotelima s 4\*, 49,86% u hotelima s 4/3\*, 55,94% u hotelima s 3\*, 42,62% u hotelima s 2\* i u nekategoriziranim hotelima 21,98%. Prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci hotelskih kapaciteta iznosi 58,24%, u hostelima 27,74%, a u privatnom smještaju 22,30%. Posebno se ističe porast otvaranja privatnog smještaja i to 26% u odnosu na prvih 9 mjeseci 2017. godine (505 novootvorenih privatnih iznajmljivača, dok je zatvoreno 234 privatna iznajmljivača).

Posljednji pokazatelji ukazuju na oporavljanje hrvatske i svjetske ekonomije uz oprez predviđanja za 2019. godinu, no za očekivati je da će, nakon turistički pozitivnih pokazatelja u 2018. godini, i 2019. godina biti kvalitetnija od 2018. 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. S obzirom da je Zagreb cjelogodišnja turistička destinacija potrebno je nastaviti rad na razvoju i diversifikaciji turističkog proizvoda s posebnim naglaskom na razvoj kulturnog i zdravstvenog turizma. U tom smislu planira se intenzivnije uključivanje kulture u nove turističke projekte kako bi se kroz turizam dodatno promovirala zagrebačka i hrvatska kulturno-povijesna baština. Pri planiranju i razvoju projekata potrebno je posebnu pažnju posvetiti održivom razvoju, ekološkoj osviještenosti te sociokulturnim aspektima turizma u gradu Zagrebu. 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. S ciljem edukacije mladih te osvještavanja značaja i mogućnosti razvoja turizma u gradu kao i upoznavanjem s

njegovim turističkim, kulturnim i prirodnim potencijalima, nastaviti će se 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, Gradskog ureda za kulturu, Gradskog ureda za obrazovanje te Gradskog ureda za sport i mlade. Turistička zajednica grada Zagreba je zajedno s 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 2019. 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 suvremenog kongresnog centra s odgovarajućom tehnologijom i pratećim sadržajima kao generatora potražnje velikih kongresa međunarodnih asocijacija koji osim što predstavljaju izvor prihoda, legitimiraju Zagreb kao svjetsku kongresnu destinaciju. Sukladno zaključcima istraživanja „Procjena tržišnog potencijala poslovnog „MICE“ turizma u gradu Zagrebu“, Zagreb kontinuirano inducira novu potražnju što pokazuju u svibnju ove godine objavljeni rezultati međunarodne organizacije International Congress and Convention Association (ICCA), koja je Zagreb pozicionirala na 56. mjesto na svijetu za 2017. godinu. Rezultati pokazuju značajan napredak za 25 mjesta u odnosu na 2016. godinu. Interes za organizacijom različitih vrsta skupova u Zagrebu kontinuirano raste što je vidljivo kroz brojne upite i izravnu komunikaciju s organizatorima na specijaliziranim kongresnim burzama i radionicama. Posebno je primjetan porast interesa za organizacijom incentive putovanja s dalekih tržišta poput američkog. Povećan broj aviokompanija i letova, kao izravna posljedica otvorenja novog putničkog terminala značajno doprinose atraktivnosti Zagreba kao kongresne destinacije. Jednako tako, vrlo su važni novo izgrađeni i najavljeni hotelsko-kongresni kapaciteti. U sklopu marketinških aktivnosti, a s ciljem još bolje prezentacije zagrebačke kongresno-incentive ponude, redizajnirane su kongresne web stranice, završava se izrada novog kongresnog filma, a planiraju se i značajni kvalitativni pomaci u smjeru komunikacije putem društvenih mreža."

U 2017. i 2018. godini provedeno je opsežno dubinsko istraživanje o stavovima posjetitelja - „Zagreb Visitor Survey“ na 2000 ispitanika koji su već posjetili grad Zagreb kako bi se dobili kvalitativni zaključci o ponudi u destinaciji, ali i zadovoljstvu posjetitelja. Zaključci istraživanja posjetitelja su iznimno i nadprosječno pozitivni. Grad Zagreb je destinacija u koju se najčešće dolazi zrakoplovom, većinom se odsjeda u hotelima (4\*). Turisti koji dolaze u posljednje dvije godine su mlađi (između 26 i 45 godina), najčešće putuju s partnerom te su fakultetski obrazovani. Od znamenitosti najčešće posjećuju Trg bana Jelačića, Gornji i Donji grad, Zagrebačku katedralu te Dolac. Od ispitanika tijekom prosinca, 93% ispitanika je posjetilo Advent u Zagrebu te su isti izjavili kako ih je baš Advent potaknuo da u narednih godinu dana posjete grad Zagreb još jednom. 41% ispitanika istaknulo je kako rado posjećuju muzeje i galerije gdje se posebno ističu Muzej prekinutih veza, Muzej

iluzija te Muzej grada Zagreba. Grad Zagreb je ocijenjen vrlo visokim ocjenama kada govorimo o ljubaznosti osoblja u smještajnim jedinicama, osjećaju sigurnosti u destinaciji, ukupnom doživljaju te osjećaju dobivene vrijednosti za svoj novac kada govorimo o smještaju. Također, grad Zagreb je opisan kao vrlo čist, lijep grad s dostupnim informacijama za turiste te bi vrlo visok postotak (88%) ispitanika preporučio grad Zagreb prijateljima i poznanicima kao poželjnu destinaciju.

Nadalje se osjeća utjecaj prošle godine otvorenog terminala 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 Južne Koreje u rujnu ove godine kada je otvorena direktna linija Seoul-Zagreb. Izuzetno je dobra suradnja s nacionalnom aviokompanijom Croatia Airlinesom koja je i ove godine otvorila nove linije – Dublin i Mostar.

Izrazito je bitno nastaviti profilirati Zagreb i kao „city break“ destinaciju te razvijati turističke proizvode kroz integriranu suradnju svih dionika. Pri razvoju novih i unapređenju postojećih turističkih proizvoda, a imajući u vidu činjenicu da se Grad Zagreb profilirao kao „City break“ destinacija, TZGZ stavlja naglasak na projekte koji privlače takav profil turista. Cilj razvoja takvih turističkih proizvoda jest da, kao i Advent u Zagrebu, postanu višegodišnji turistički proizvod s ciljem generiranja većeg turističkog prometa u određenim dijelovima godine. Neki od njih su Festival svjetla Zagreb u proljetnom periodu te planirani jesenski projekt Zagreb Art Fair, koji doprinose prepoznatljivosti i brendiranju Zagreba kao destinacije koja je, s obzirom na broj i vrstu događanja, atraktivna za posjet tijekom cijele godine. U tom smislu TZGZ kroz godinu pruža podršku brojnim organizatorima najrazličitijih događanja doprinoseći 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.

U odnosu na manifestaciju Advent u Zagrebu, ostvarena je i treći puta za redom nagrada nezavisnog portala European Best Destinations za najbolji božićni sajam, što Zagreb postavlja kao jedinu destinaciju kojoj je to uspjelo. Zbog dobivena tri priznanja za redom, Advent u Zagrebu nije u mogućnosti učestvovati u ovogodišnjem izboru najboljeg božićnog sajma. I dalje je aktualno provedeno 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 ukazuje na uspješnost same manifestacije koja postavlja Zagreb kao svjetsku destinaciju u prosincu, ali ujedno upozorava na održivost, inovativnost i dobro planiranje. Zbog navedenog, Advent u Zagrebu se 2018. godine profilira prema planski vođenoj i osmišljenoj manifestaciji kulturnog sadržaja ponajviše glazbenog ugođaja koji ističe kulturnu baštinu kao misao vodilju. Ujedno se, u cilju održivosti, posebno utječe na smanjenje utjecaja na okoliš kroz uvođenje upotrebe biorazgradivog ugostiteljskog pribora.

Program rada za 2019. 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 2019. godine očekuje se porast prihoda od boravišne pristojbe zbog nove Uredbe o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za 2019. godinu.

Uzimajući u obzir prethodne postavke, a sukladno Strateško operativnom marketinškom planu 2017.-2020., osnovni su ciljevi marketinške politike Turističke zajednice grada Zagreba u 2019. godini 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 2018. godinu sredstva su preusmjeravana 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 2019. godini nastavit će se s aktivnostima koje su započete tijekom 2018. 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, izradu nove vodič-brošure za posjetitelje Zagreba, razvijanje Festivala svjetla kao nove proljetne mega manifestacije. U svrhu povećavanja efikasnosti dodatno je usavršena predstavljena u potpunosti integrirana online prijava 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 2019. godini nastavit će se s razvojem i pozicioniranjem Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma kako kroz poticanje suradnje svih uključenih dionika, tako i kroz oglašavanje za koje će se posebno kreirati integrirane marketinške kampanje te sudjelovanje na svjetskim sajmovima koji su profilirani za zdravstveni turizam. Posebna pažnja će se posvetiti predstavljanju Zagreba kao grada medicinske izvrsnosti i to kroz konferencijske aktivnosti predstavljanja i umrežavanja medicinske industrije Zagreba i okolice.

Turistička zajednica, slijedom analize dolazaka i noćenja za prvih 9 mjeseci 2018. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 1.390.000 dolazaka i 2.450.000 noćenja pri čemu bi premašili procjenu iz Strateško operativnog marketinškog plana TZGZ 2018.-2020 (1.204.654 dolazaka i 2.269.222 noćenja). Za 2019. godinu je procjena ostvarenja prema strateškom dokumentu 1.275.397 dolaska i 2.459.684 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 i strani i domaći gost ostane na noćenju u Zagrebu i tako generira turističku potrošnju. U razdoblju siječanj – rujan 2018. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 1.061.875 dolazaka i 1.897.179 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 140.087 dolazaka te 262.471 noćenja (13,83% ukupnih noćenja), a strani turisti 921.788 dolazaka i 1.634.708 noćenja (86,17% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2017. godinu, ostvaren je porast broja dolazaka turista za 9% (domaći dolasci su veći za 9 % i strani dolasci su veći za 9%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 10% (domaća noćenja su veća za 11%, a strana noćenja veća za 10%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: Koreja 79.760 (11% manje nego u istom razdoblju 2017. godine), SAD 66.399 (19% više nego 2017.g.), Njemačka 54.397 (4% više), Italija 45.228 (2% više), Kina 41.997 (28% više), a potom slijede turisti iz Španjolske, Ujedinjenog Kraljevstva, Bosne i Hercegovine, Australije i Bugarske. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz SAD-a 140.731 (20% više nego 2017.g.), Njemačke 103.792 (10% više), Koreje 93.576 (11% manje), Italije 89.345 (6% više), Ujedinjenog Kraljevstva 65.401 (12% manje), a potom slijede turisti iz Španjolske, Kine, Bosne i Hercegovine, Australije i Kanade. Značajan porast broja dolazaka

turista u Gradu Zagrebu tijekom razdoblja siječanj – rujan 2018. godine u odnosu na isto razdoblje 2017. godine ostvarili su turisti iz Katra (63% više), Tajlanda (41% više), Novog Zelanda (39% više), Kanade (35% više), Danske (31% više), Rumunjske (30% više), Kine (28% više) te Australije (27% više). Ostvaren je i značajan porast broja noćenja turista iz Ostalih afričkih zemalja (49% više), Danske (45% više), Novog Zelanda (44% više), Norveške (36% više), Makedonije (34% više), Kanade (30% više), Kine (29% više) te Australije (27% više).

Stoga je važno napomenuti kako se i u prvih 25 zemalja prema najvećem broju dolazaka ističu promjene u poretku broja dolazaka turista iz Australije (s 13. mjesta u 2017. godini na 9. mjesto u 2018. godini), Kanade (s 17. mjesta na 11. mjesto), Rumunjske (s 24. mjesta na 20. mjesto) i Indije (s 26. mjesta na 23. mjesto), a značajni pomaci u poretku prema najvećem ostvarenom broju noćenja su iz Kine (s 9. mjesta na 7. mjesto), Kanade (s 12. mjesta na 10. mjesto), Japana (s 18. mjesta na 15. mjesto) i Mađarske (s 26. mjesta na 24. mjesto).

U cilju ostvarenja turističke politike u 2019. 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 2019. godinu

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA  
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA  
ZA 2019. 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: 10.890.000**

#### 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: 4.960.000**

#### 3. Rashodi TIC – evi

Davanje informacija turistima, posjetiteljima i građanima Zagreba u izravnom kontaktu, organizirano je kroz pet Turističkih informativnih centara (Trg bana J. Jelačića, Kula Lotrščak, Glavni željeznički i Autobusni kolodvor te Međunarodna zračna luka Franjo Tuđman). Svi navedeni TIC-evi posjetiteljima će biti dostupni svakodnevno, tijekom cijele 2019. godine (osim na četiri državna blagdana - Nova godina, Uskrs, Dan mrtvih i Božić, kad nisu otvoreni za posjetitelje).

Uz neposredan način komuniciranja, informacije će svim zainteresiranim također biti dostupne i putem ostalih kanala distribucije (telefon i e-pošta), a neprekidan pristup informacijama tijekom 24 sata dnevno posjetiteljima će biti omogućena i putem samostalnog e-poslužitelja smještenog u izlogu središnjeg TIC-a na Trgu bana Jelačića.

U svim TIC-evima obavljat će se i poslovi prikupljanja, obrade i publiciranja informacija u mjesečniku „Program priredaba“.

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

U svrhu omogućavanja dodatnog povećanja distribucije informacija za neka specifična događanja i priredbe tijekom 2019. godine, u skladu s potrebama, bit će uspostavljeni privremeni info-punktovi. Kontinuirano će se nastaviti i vođenje dnevnih evidencija o broju domaćih i inozemnih posjetitelja tijekom 2019. godine u svim TIC-evima. Prilog 10.

OD i ostala primanja radnika: 3.400.000

Ostali troškovi: 952.000

**Planirana sredstva: 4.352.000**

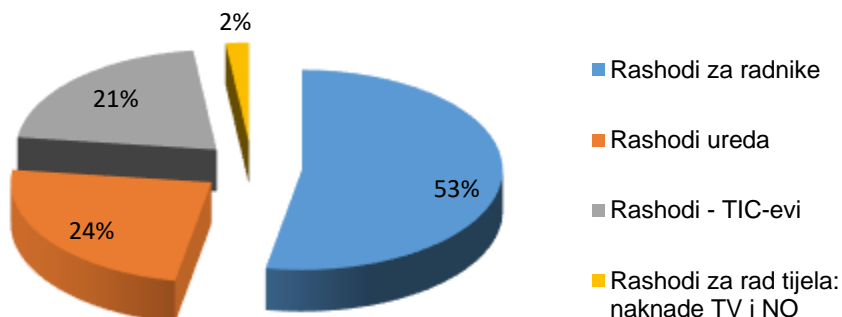
#### 4. Rashodi za rad tijela: Naknada TV i NO

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

**Planirana sredstva: 385.000**

### I. UKUPNO ADMINISTRATIVNI RASHODI 20.587.000

## Administrativni rashodi



## **II. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

### **1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada**

Projekt ukrašavanja ulica i trgova centra grada visećim cvjetnim košaricama koje se postavljaju po rasvjetnim stupovima i kandelabrima dobro je prihvaćen dosadašnjih godina te se nastavlja i u ovoj godini. Na ovaj način oplemenjuju se turistički atraktivne lokacije i time turistima čine boravak u Zagrebu ugodnijim, doprinoseći ugođaju kontinentalnog grada s mediteranskim, opuštenim šarmom.

**Planirana sredstva:**

**200.000**

### **2. Potpora događanjima**

Zagreb predstavlja jedinstven spoj kontinentalne i mediteranske Hrvatske, metropolu, kulturno, znanstveno, gospodarsko, političko i administrativno središte i turističku destinaciju u kojoj se tijekom cijele godine održavaju brojne manifestacije i projekti lokalnog i međunarodnog karaktera. Turistička ponuda obogaćuje se kroz sve brojnije projekte i manifestacije koji generiraju dolaske i noćenja i u konačnici, rezultiraju povećanom turističkom potrošnjom. TZGZ je usmjerena na poticanje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i sličnih manifestacija pri čemu pruža podršku u promidžbenom, financijskom, savjetodavnom i logističkom smislu, a sve u skladu sa svojim zadaćama i ciljevima. Potpore se dodjeljuju projektima koji prije svega donose dodatnu vrijednost za turističku ponudu grada Zagreba u smislu pružanja novih, drugačijih iskustva i doživljaja. Isto tako, podržavaju se različite manifestacije i tematski razgledi grada sa zanimljivim scenarijima - od onih temeljenih na legendama ili povijesnim likovima ili gastronomiji do razgleda najrazličitijim i ekološki prihvatljivim prijevoznim sredstvima. Pažnja se posvećuje i projektima koji za cilj imaju edukaciju i razvijanje svijesti o potrebi i važnosti brige o gradu, zaštiti okoliša i životne sredine, kao i očuvanju povijesne, kulturne i etnološke baštine.

Posebno je živa eno i gastro scena koju prate različiti festivali hrane i vina. Navedeni festivali potvrđuju Zagreb kao eno i gastro destinaciju te posjetiteljima na zanimljiv način predstavljaju trendove kao i autohtonu kuhinju.

Zagreb je domaćin i brojnih međunarodnih sportskih manifestacija. One doprinose daljnjem razvoju sporta, a svakako utječu na povećanje broja dolazaka posjetitelja i boljoj popunjenosti smještajnih kapaciteta te povećanoj turističkoj potrošnji u vrijeme njihova održavanja. Brojne sportske manifestacije popraćene su i od strane inozemnih medija, i time 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.

Pozicioniranje Zagreba kao nezaobilaznog turističkog odredišta u vrijeme Adventa, rezultat je višegodišnjeg planiranja i razvoja proizvoda Advent u Zagrebu, izgradnji brenda i snažnoj promociji u suradnji s važnim dionicima, turističkom industrijom i Gradom Zagrebom. Programi u okviru Adventa u Zagrebu održavaju se na ulicama i trgovima u cijelom gradu, a iz godine u godinu sve su bogatiji inovativnim konceptima i atraktivnim lokacijama, šireći na taj način prepoznatljivu kulturu dnevnog boravka i na zimski period. Zahvaljujući kreativnim programima i dobroj atmosferi Zagreb je prepoznat kao atraktivna destinacija u vrijeme adventa te se potvrđuje kao ugodan grad, mjesto tople atmosfere i dobre zabave i u zimskom periodu. Uspjeh Adventa u Zagrebu potvrđuje i tri puta dobivena titula „Best Christmas Market“ u okviru natjecanja od strane nezavisnog portala European Best Destinations.

Nastavno postignutim uspjesima, u ovoj godini stavlja se naglasak na kvalitativnu nadogradnju postojećih sadržaja te daljnju ciljanu promociju ovog turističkog proizvoda dok će se posebni naglasak staviti na razvoj i kreiranje kulturnih programa u okviru Adventa 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. Budući da je u trendovima razvoja turističkih proizvoda kulturni turizam jedan od primarnih proizvoda te se ističe velik značaj ovoga proizvoda za budući rast ukupnog turističkog sektora, TZGZ surađuje s brojnim institucijama iz područja kulture koje se nastoje 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, nastavlja se s prošle godine odlično prihvaćenim projektom „Muzeji izvan muzeja“ kojem je cilj senzibilizirati javnost za muzejsku baštinu i prezentirati zagrebačke muzeje na inovativan i nekonvencionalan način. Podržat će se i 30. muzički biennale Zagreb koji

predstavlja visoki standard glazbene produkcije te atraktivna izložba „Koralj izvađen iz mora“ u organizaciji Hrvatskog prirodoslovnog muzeja u tunelu Grič.

Isto tako, u ovoj godini u fokusu su programi tijekom jeseni za kojima se pokazala potreba kao nastavku ljetnih programa na otvorenom, no s naglaskom na kulturu. S time u vezi, planira se program Dubrovnik u Zagrebu kao vid suradnje dva grada. Dubrovnik u Zagrebu projekt je koji u zagrebačkoj jesenskoj sezoni želi predstaviti ponajbolje hrvatske i europske umjetnike s Dubrovačkih ljetnih igara kroz kazališne i glazbene programe i produkcije. Organizira se u povodu 70-te obljetnice najvećeg nacionalnog festivala.

Osim gore spomenutih, važno je istaknuti i ostale vrijedne kulturno-turističke manifestacije poput Zagreb Classica, Međunarodne smotre folklor, Dana otvorenog trga, Ljeta u MSU, Ljetnih noći teatra Exit, Pop Up Drame, scene Amadeo, Glazbenog dvorišta Zagrebačkih solista i mnogih drugih koje obogaćuju kulturno-turističku ponudu grada Zagreba.

U Zagrebu se održavaju modna događanja koja okupljaju brojne posjetitelje, kao i modna imena iz inozemstva, a TZGZ će podržati programe koji promoviraju hrvatski dizajn i dizajnere. Ulični, glazbeni, filmski, kazališni, gastro i drugi festivali svojom atmosferom i programima svake godine privlače tisuće posjetitelja iz cijelog svijeta, a utječu i na percepciju Zagreba kao zabavne, zanimljive i živopisne destinacije. Festivali poput međunarodnog uličnog festivala Cest is d' Best, Ljeta na Štrošu, Festivala vatrometa, Festivala svjetskog kazališta kao i Večeri na Griču već su tradicionalni, a ističu se i noviji festivali na sceni. Pop Up Summer Garden, Zagreb Beer Fest, Ljeto kod Matoša i More knjiga obogaćuju ponudu tijekom ljetnih mjeseci za najširu publiku dok se projekt Q'uart bavi transformacijom napuštenih javnih prostora u središtu Zagreba s ciljem dugoročnog mijenjanja urbanog iskustva kroz društveno djelovanje umjetnika, udruga, sveučilišta, obrta i građana unutar zajednice. Podržao bi se i novi projekt u parku Maksimir pod nazivom „Luftanje“ s ciljem dodatnog aktiviranja parka kao lokacije za događanja tijekom ljetnih mjeseci. Posebno mjesto na festivalskoj karti Zagreba zauzima INmusic festival, najveći open air festival u Hrvatskoj, koji je upisan na kartu ponajboljih europskih glazbenih festivala na otvorenom te međunarodno priznat. Mnogobrojna publika koja prati ovaj festival smještena je u festivalskom kampu i ostalim smještajnim objektima u gradu Zagrebu. Na tragu ovog festivala je i We Love Sound festival, open air festival elektroničke glazbe koji se od 2017. godine održava u Zagrebu. Prema podacima organizatora, dva prethodna izdanja festivala u Zagreb su privukla stotine ljubitelja ove glazbe iz cijelog svijeta i svrstala naš grad na popis nezaobilaznih destinacija za mlade, a ove godine produžit će trajanje na dva dana te generirati noćenja.

Zagreb se tijekom godina profilirao i kao destinacija raznovrsnih filmskih festivala. Uz već poznate Zagreb film festival, Fantastic Zagreb film festival, Animafest i ZagrebDox podržava se i Ljetno kino Gradec koje tijekom ljetnih mjeseci privlači brojne posjetitelje na Gornji grad.

I dalje se nastavlja suradnja s turističkim zajednicama unutar sustava, a 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 i doprinose promociji grada Zagreba.

Kulturne ustanove i razne institucije, ansambli i kulturni centri koji su od značaja za turističku ponudu grada Zagreba podržavaju se u okviru donacija u kulturi. Od kulturnih ustanova to su primjerice Muzej za umjetnost i obrt, Umjetnički paviljon, Muzej suvremene umjetnosti, Galerija Klovićevi dvori, Muzej grada Zagreba, Tehnički muzej, Etnografski muzej, Arheološki muzej, Muzej iluzija i dr. Spomenutim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnji program rada ili za posebne projekte ili izložbe od posebnog značaja poput izložbe Alexander Calder u Umjetničkom paviljonu 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 preporuci i u koordinaciji s Gradom i gradskim uredima s naglaskom na značaj istih i njihov doprinos obogaćenju 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 projekata.

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	462.500
RK Zagreb	500.000
VK Mladost	480.000
KK Cibona	480.000
KK Cedevita	150.000

**Planirana sredstva: 17.652.500**

### 3. **Potpore razvoju DMO-a**

Projekti TZGZ podrazumijevaju projekte i manifestacije koji su nastali unutar TZGZ-a, a provode se u suradnji sa stručnim organizacijama, društvima i udrugama uz praćenje provedbe od strane djelatnika TZGZ-a. Projekti se tijekom godina nadograđuju novim sadržajima ili mijenjaju prateći trendove i radeći na kvaliteti ili se uvode i osmišljavaju novi projekti. To su zabavni, ali i poučni sadržaji vezani za povijest i kulturu Zagreba, bazirani na povijesnim činjenicama, pričama i legendama unutar Zagrebačkog vremeplova od kojih se ističu Smjena straže i Plesne večeri na Zrinjevcu, a od ostalih projekata značajniji su Opatovina music Jam, Dvorišta i festival turističkog filma Zagreb Tourfilm Festival. Svake godine TZGZ prigodno obilježava i Svjetski dan turizma.

Festival svjetla Zagreb turistički je proizvod koji TZGZ posebno razvija zadnjih godina budući da isti stimulira dolazak gostiju u razdoblju godine kada je smanjeni intenzitet događanja i popunjenost smještajnih kapaciteta. Ovaj festival održat će se treću godinu za redom na različitim lokacijama Gornjeg grada, a naglasak je na vrhunskim tehnologijama i inovativnim rješenjima. Iz godine u godinu festival raste kvalitetom sadržaja i brojem lokacija te se u tom smislu nastavlja s pomnim planiranjem programa i lokacija.

S fokusom na kulturne programe koji će oplemeniti turističku ponudu u jesen, razvija se i umjetnički projekt Zagreb Art Fair čiji je cilj popularizirati umjetnost i kulturu te široj javnosti i turistima prezentirati što u ovom trenutku nudi vibrantna hrvatska scena suvremene umjetnosti. Dodatno, cilj je i oživjeti tržište umjetnina u Hrvatskoj dok je dugoročni cilj internacionalizirati projekt, privlačiti i strane umjetnike, a osobito strane galeriste te stvoriti platformu za promociju domaćih umjetnika u svijetu. Prilog 3.

**Planirana sredstva: 6.327.000**

### 4. **Potpore DMK-a (turoperatori, aviokompanije)**

Jedan od važnih načina promidžbe Zagreba kao turističke destinacije na inozemnom i domaćem tržištu je prisutnost ponude grada u prodajnim programima i katalozima touroperatora, 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 touroperatori:	250.000
Croatia Airlines (oglašavanje u In-flight magazinu, na stranim tržištima i posebne prezentacije):	850.000
Ostali avio prijevoznici:	800.000

**Planirana sredstva: 1.900.000**

### 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 candidature i dobivene skupove, planiraju se sredstva za organizaciju posebnih projekata. U 2019. godini planira se organizacija burze Central European Tourism Summit – CETS Zagreb. CETS Zagreb je međunarodna burza/sajam koja u svibnju na prostoru Zagrebačkog velesajma planira okupiti oko 400 kvalificiranih kupaca iz cijelog svijeta kroz tzv. «hosted buyer» program, kao i brojne izlagače.

Prvo izdanje burze Meetex organizirat će se u Zagrebu u veljači, a predstavlja kombinaciju

radionice i networking eventa. Za razliku od sličnih događanja, Meetex je u potpunosti okrenut međunarodnim kupcima zainteresiranim za kongresno-incentive ponudu hrvatskih destinacija. Planiraju se potpore za kandidature međunarodnih skupova i potpore značajnijim dobivenim skupovima. Prilog 9.

**Planirana sredstva: 1.685.000**

**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, TZGZ nastavlja s aktivnostima podizanja svijesti stanovništva o zaštiti okoliša grada, očuvanju i unaprjeđenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora, s posebnim naglaskom na edukaciji i razvijanju svijesti o važnosti i učincima turizma za grad Zagreb.

Prilog 4.

**Planirana sredstva: 71.500**

**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**

U skladu s nastojanjima TZGZ za razvijanje kulturnog turizma u gradu Zagrebu koji ima veliki potencijal i značaj za budući rast ukupnog turističkog sektora, TZGZ ostvaruje odličnu suradnju s kulturnim institucijama, a ista se nastavlja u smjeru razvoja kulturnog turističkog proizvoda i obogaćivanja turističke ponude.

S time u vezi planiran je prostor za daljnju edukaciju u području kulturnog turizma i susrete s dionicima u kulturi kao i za posebne projekte i prezentacije gdje će se izdvojiti sredstva za Muzej prekinutih veza za njihovu gostujuću izložbu izvan Hrvatske.

Slijedom navedenog, za rad na promociji kulturnog turizma planirana su sljedeća sredstva:

**8.1. Seminari, studijska i stručna putovanja 10.000**

**8.2. Susreti s partnerima 10.000**

**8.3. Posebni projekti i prezentacije 50.000**

**8.4. Neplanirano 10.000**

**Planirana sredstva: 80.000**

**9. Zdravstveni turizam**

S obzirom na komparativne prednosti grada Zagreba kao što su kvalitetna ponuda, kvalificirani kadar, konkurentne cijene i blizina emitivnim tržištima te značajan razvojni potencijal, zdravstveni turizam u Zagrebu jedan je od oblika turizma na koji će se staviti naglasak i kroz 2019. godinu.

Nastavit će se ranije započete aktivnosti vezane za razvoj i pozicioniranje Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma, a jedna od važnijih je izdavanje specijalizirane brošure za zdravstveni turizam s popisom subjekata u gradu Zagrebu koji pružaju usluge zdravstvenog turizma, a koja će se izraditi u više jezičnih varijanti, sukladno ciljanim emitivnim tržištima. Uz brošuru, planira se i izrada specijalizirane podstranice zdravstvenog turizma na kojoj će također biti predstavljeni subjekti koji pružaju usluge zdravstvenog turizma. Osim specijalizirane brošure planiraju se i druge marketinške aktivnosti kao što je oglašavanje u specijaliziranim publikacijama. U tu svrhu izradit će se i novi vizualni identitet promotivnih materijala (oglasa, roll up banneri i sl.).

Također, planirani su i nastupi na specijaliziranim sajmovima i konferencijama vezanima za zdravstveni turizam, podrška studijskim putovanjima agenata/facilitatora u zdravstvenom turizmu, te drugi oblici potpore subjektima-dionicima zdravstvenog turizma Zagreba.

**Planirana sredstva: 800.000**

**10. 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**

## 11. Marketinški projekti, financijske potpore i poslovne suradnje

Turistička zajednica grada Zagreba u 2019. godini sufinancirat će, po zaprimljenim Prijavama za marketinške projekte, projekte u smislu aplikacija za mobilne uređaje, interaktivne vodiče te platforme koje će, po njenom sudu, uvelike pridonijeti obogaćivanju turističke ponude te promociji turističkog proizvoda grada Zagreba i njegove raznolikosti.

U sklopu sufinanciranja projekata prema zaprimljenim prijavama, TZGZ u 2019. godini nastavit će podupirati projekte koji su od važnosti za kvalitetnu prezentaciju grada kako u tiskanim izdanjima tako i dodatnim promotivnim oblicima koju će uvelike doprinjeti još većoj pojavnosti grada Zagreba na svjetskoj razini. Prilog 11.

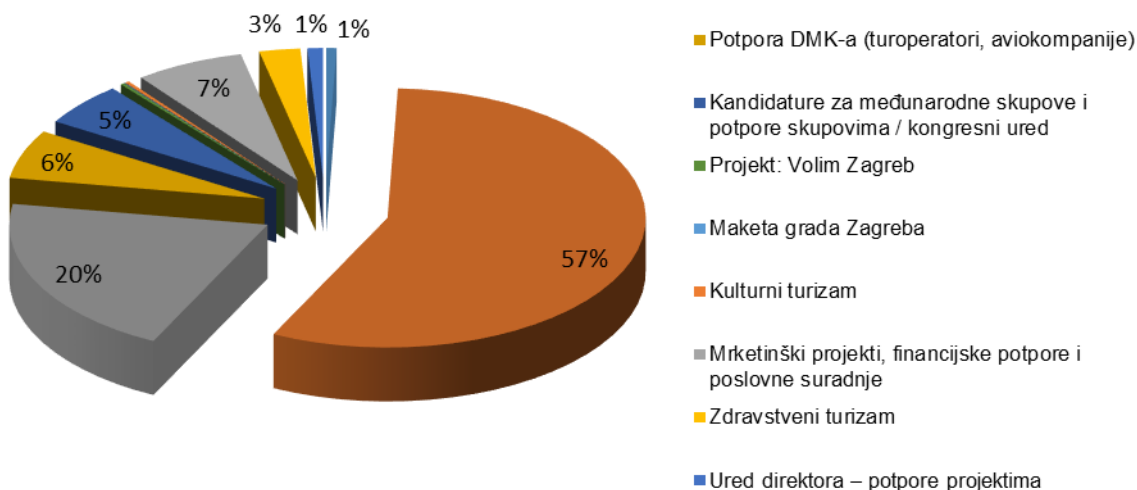
**Planirana sredstva:**

**2.138.500**

## II. UKUPNO DIZAJN VRIJEDNOSTI

**31.169.500**

### Dizajn vrijednosti



### III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

#### 1. Online komunikacije

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

U 2019. godini TZGZ će nastaviti s kreiranjem i praćenjem 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 se 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, LinkedIn, Instagram, Pinterest, YouTube na kojima će TZGZ nastaviti s kvalitetnom prezentacijom turističkih informacija i sadržaja. Na Facebook-u će se provoditi i „boost“ odabranih postova vezanih za najvažnije projekte TZGZ-a kako bi se povećao doseg i interakcija korisnika, a samim time i promocija istih. Također, planira se i pojačana promocija putem društvenih mreža Twitter, Instagram i LinkedIn.

Na internetskim stranicama [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) nastaviti 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, nastaviti će se prezentirati Zagreb kroz tematske blog i vlog postove. Posebna pažnja bit će i dalje posvećena prezentiranju posjetiteljima manje poznatih atrakcija, a planira se uključivanje i samih posjetitelja u stvaranje sadržaja. U 2019. godini ovaj portal i dalje će se obogaćivati tzv. vlog-ovima (video blogovima). Također, uz vlog-ove TZGZ-a planira obogaćivanje portala dodatnim video sadržajima te pojačanu promociju istog. Planira se održavanje postojećih kao i izrada novih sadržaja za info kiosk. Aplikacije Zagreb Be There za iOS i Android će se redizajnirati te će se postojeće rute zamijeniti novim, kreiranim od strane lokalnih poznavatelja urbane kulture Zagreba. Novost u aplikaciji je i prikazivanje aktualnih događanja i dodatnih lokacija izvan zadanih ruta. Također, korisniku će se kroz aplikaciju omogućiti biranje njemu zanimljivih lokacija i kreiranje tzv. vlastite rute. U 2019. godini izradit će se i nova panoramska ruta koja će omogućiti dijeljenje pojedinih lokacija u Zagrebu sa svojim prijateljima putem društvenih mreža, ili u slučaju poslovnih subjekata sa svojim korisnicima.

**Planirana sredstva:**

**4.975.000**

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

Newsletter TZGZ-a ima osnovnu funkciju redovitog obavještanja i komuniciranja s novinarima, ali i ostalim ciljnim skupinama poput veleposlanstva, putničkih agencija, hotela, predstavništava Hrvatske turističke zajednice itd. te se šalje jednom mjesečno. B2B Alert (Zagreb Travel News) ima osnovnu funkciju pravodobnog obavještanja stranih agencija i turoperatora o najvažnijim događanjima u Zagrebu. Šalje se ovisno o potrebama, točnije programu priredbi u destinaciji. U 2019. godini TZGZ će slati i posebni convention newsletter namijenjen kongresnoj industriji. Sadržaj newslettera će obuhvaćati poslovne vijesti, novosti o kongresnim kapacitetima i izvještaje s održanih skupova. Također, posebna pažnja bit će posvećena mladim poduzetnicima i predstavljanju Zagreba kao poslovne destinacije usmjerene razvoju poduzetništva i novih tehnologija.

**Planirana sredstva:**

**160.000**

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

Internetske stranice TZGZ-a 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 TZGZ-a, mikro internetske stranice [www.betherezagreb.com](http://www.betherezagreb.com) vezane za mobilnu aplikaciju ZagrebBeThere, internet str. Festivala svjetla Zagreb: [www.festivalsvjetlazagreb.hr](http://www.festivalsvjetlazagreb.hr) i [www.festivaloflightszagreb.com](http://www.festivaloflightszagreb.com) te blog stranicu [www.lovezagreb.hr](http://www.lovezagreb.hr). 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. Stranice [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) bit će vizualno osvježene te će se i dalje po potrebi izrađivati nove mikro stranice. Za potrebe [www.infozagreb.hr](http://www.infozagreb.hr) stranica napravit će se preinake CMS-a (sustav za upravljanje sadržajem na stranicama). Stranice [www.meetinzagreb.hr](http://www.meetinzagreb.hr) obogaćivat će se novim sadržajem na mjesečnoj bazi. Za 2019. godinu planirana je izrada i mikro stranica na ruskom jeziku.

**Planirana sredstva:**

**785.000**

## **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 svjetla, Zagreb Art Fair itd.).

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

HTZ će i u 2019. 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 2019. godini sudjelovati u udruženom oglašavanju u Modelu 1-A (Udruženo destinacijsko oglašavanje sustava turističkih zajednica-turističke zajednice županije) te u promotivnim kampanjama kao partner i to u sljedećim modelima: Model 2-A (Udruženo oglašavanje ponude destinacije–nositelji smještajne ponude-smještajni objekti) i Model 2-B (Udruženo oglašavanje ponude destinacije-turističke agencije i nositelji ostalih oblika turističke ponude destinacije).

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora:

450.000

Slijedom dosadašnjih samostalnih marketinških aktivnosti, TZGZ u 2019. godini planira promociju događanja u Zagrebu s posebnim naglaskom na Festival svjetla Zagreb, proljetno-ljetnu ponudu (Zagreb Summer Tour i Zagreb Summer KulTour), projekt za jesenski period godine te projekt Advent u Zagrebu na tržištima u regiji (Slovenija, Srbija, BiH, Austrija, Italija) i Hrvatskoj putem integriranih kampanja koje će uključivati radijsko oglašavanje, vanjsko oglašavanje putem billboarda i city lighta te oglašavanja u/na sredstvima javnog prijevoza.

Promotivne kampanje TZGZ:

2.950.000

**Planirana sredstva:**

**3.400.000**

### **2.2. Suradnja sa HNS – om**

Izvršni uspjeh Hrvatske nogometne reprezentacije na Svjetskom prvenstvu 2018. godine stvorili jer dodatni interes za Zagrebom i Hrvatskom te se nastavlja oglašavanje u Hrvatskoj i inozemstvu, kroz promotivne minute u vidu oglašavanja putem velikih stadionskih LED ekrana te bannerima uz teren, kao i kroz oglašavanje za vrijeme međunarodnih utakmica u Zagrebu na stadionu, oglašavanje na materijalima i web stranici HNS-a.

**Planirana sredstva:**

**530.000**

### **2.4. Hrvatski olimpijski odbor**

Uspjesi naših olimpijaca nadaleko su poznati u svijetu te na taj način direktno promoviraju Zagreb. TZGZ postala bi ponosni partner hrvatski olimpijaca u 2019. time osiguravši još veću pojavnost Zagreba na promotivnim materijalima Hrvatskog olimpijskog odbora.

**Planirana sredstva:**

**300.000**

### **2.5. Promotivni panoji i displeji**

U svrhu posebnih prezentacija i projekata u Hrvatskoj i inozemstvu izrađuju se tematski promotivni panoji (roll up banneri, rastezalice itd.) s natpisima na prikladnim jezicima pojedinih tržišta. Također, planira se i izrada kongresnih materijala koji se koriste na kongresnim radionicama i sajmovima. U 2019. godini se planira izrada novog kreativnog koncepta i idejnog rješenja prostora za predstavljanje Zagreba na turističkim sajmovima (dizajn modularnih štandova, rješenja grafičkih elemenata) uz postojeće osvježavanje vizualnog identiteta štandova za zajedničke nastupe sa HTZ-om.

**Planirana sredstva:**

**130.000**

### **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 Zagreba. U hrvatskim tiskovnim medijima daje se osobiti naglasak na oglašavanje i najave događanja u gradu te projekata TZGZ-a (npr. Festival svjetla Zagreb, Zagreb Card kartica, Zagreb Summer Tour), 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 2019. godini se na području Italije (u suradnji s partnerskom 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 pojačano oglašavanje na području Republike Njemačke kao jednog od ciljanih tržišta za 2019. godinu. Prilog 5.

**Planirana sredstva:** **952.500**

#### **2.6.2. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni ured**

Planira se oglašavanje u specijaliziranim stručnim časopisima i drugim medijima (Internet). Udio neplaniranih sredstava za oglašavanje je povećan, jer se dio oglašavanja planira ostvariti putem koordinacije s HTZ-om čiji media plan nije poznat u trenutku izrade Programa rada. Prilog 5.

**Planirana sredstva:** **323.000**

#### **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 2019. 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**

TZGZ u 2019. godini planira nastaviti s izradom tiskanih promotivnih materijala namijenjenih brojnim turistima koji posjećuju Zagreb te promotivnim aktivnostima u inozemstvu – nastupima na sajmovima, poslovnim radionicama i prezentacijama. U tu svrhu planira se dotisak opće brošure Dobrodošli u Zagreb koja je prevedena na 15 stranih jezika, zatim tisak novog vodiča-mape Korak po korak na više svjetskih jezika, kao i višekratne narudžbe letaka-planove grada. Pored tih osnovnih tiskanih materijala predviđen je nastavak izdavanja mjesečnog vodiča za događanja u gradu - Program priredaba, dok će se godišnji presjek događanja i popis muzeja i galerija predstaviti u brošuri Zagreb Culture & Events Guide. Prilog 6.

**Planirana sredstva:** **2.004.000**

#### **2.8. Suvenir i promo materijali**

U planu je nastavak nabave suvenira temeljenih na zagrebačkim motivima, odnosno uz aplikaciju logotipa i vizuala TZGZ-a i nagrađivane aplikacije Zagreb Be There. Između ostalog predviđene su narudžbe licitarskih srca, više vrsta magnetnih suvenira, kemijskih olovaka, privjesaka, vezica za mobitel, promotivnih vrećica i sl., a navedeni suvenirski program koristi se kao dodatak tiskanim promotivnim materijalima pri promociji Zagreba u zemlji i inozemstvu te kao poklon uvažanim gostima. Prilog 6.

**Planirana sredstva:** **1.297.000**

#### **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 za online prodaju na tablet uređajima.

**Planirana sredstva:** **150.000**

#### **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 2018. godini Turistička zajednica grada Zagreba osvojila je nekolicinu nagrada i priznanja tako da se i nadalje planira sudjelovati sa promotivnim materijalima (filmskim, elektronskim ili tiskanim) na međunarodnim stručnim natjecanjima i festivalima. U 2019. godini posebno se prijavljuje na festivale turističkog filma promotivni film „We love Zagreb“. U sklopu planiranih posebnih prezentacija Zagreba te promotivnih kampanja u inozemstvu, predviđa se i dodjeljivanje nagradnih putovanja u Zagreb što predstavlja dodatne poticaje marketinškim naporima da se Zagreb pozicionira i predstavi zahtjevnom svjetskom turističkom tržištu kao atraktivna destinacija.

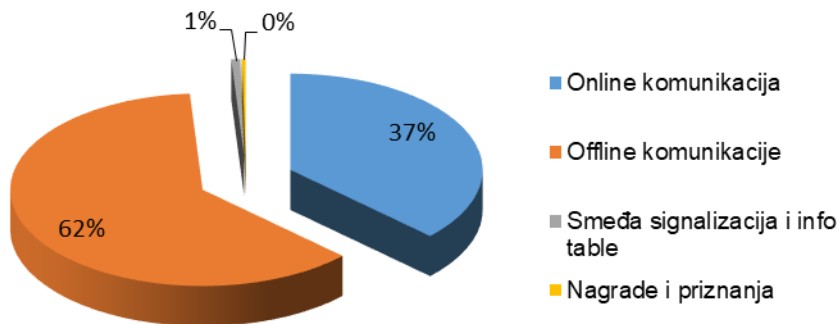
**Planirana sredstva:**

**50.000**

### III. UKUPNO KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

**15.976.500**

## 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 2019. godini planira se nastup na 32 turistička sajma (18 samostalno, 4 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: Grenzenlos St.Gallen, International Fair of Tourism Beograd, BIT Milano te specijalizirani sajam zdravstvenog turizma Narava-Zdravje Ljubljana.

Prilog 7.

**Planirana sredstva:**

**2.311.000**

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

U suradnji s HTZ-om i samostalno, Kongresni ured će nastupiti na vodećim kongresno-incentive burzama. Planira se samostalan nastup na kongresnoj burzi Conventa, a s ciljem povećanja broja skupova i incentive putovanja, Kongresni ured će nastaviti s potporama svojim članicama kroz sufinanciranje zakupa izložbenog prostora. U 2019. godini, planira se sufinanciranje dijela troškova (najčešće 2 m2 pojedinom izlagaču), na burzama gdje je glavni organizator HTZ (IMEX Frankfurt, IMEX America 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:**

**568.000**

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

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

Samostalno ili u suradnji s HTZ-om, 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, Festival svjetla, gastro Zagreb, Zagreb City Break) kroz susret s novinarima i predstavnicima putničkih agencija u inozemstvu.

**Planirana sredstva:**

**600.000**

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

Kroz zajedničke aktivnosti s HTZ-om i samostalno, te s predstavnicima turističkog gospodarstva, nastojat će se poboljšati ukupna razina kvalitete ponude s ciljem povećanja konkurentnosti. Planirane aktivnosti s tim u vezi, odnose se na organizaciju poslovnih radionica, kao i sudjelovanje na poslovnim radionicama u organizaciji HTZ-a te na samostalne nastupe na radionicama za koje se procjenjuje da su od interesa za Zagreb, poput Successful Meetings University (SAD), EPEX WOW (India), Partance St. Valentine's MICE Workshop i Summer MICE Workshop, M&I Foruma i dr. U 2019. godini HTZ je najavio organizaciju poslovnih radionica u Njemačkoj i Poljskoj.

**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 HTZ-om, slijedom određenih kriterija, po pozivu ili po samostalnoj ponudi pojedinih izdavačkih kuća. TZGZ podržava i tematska, grupna studijska putovanja novinara u organizaciji HTZ-a ili partnerskih PR agencija.

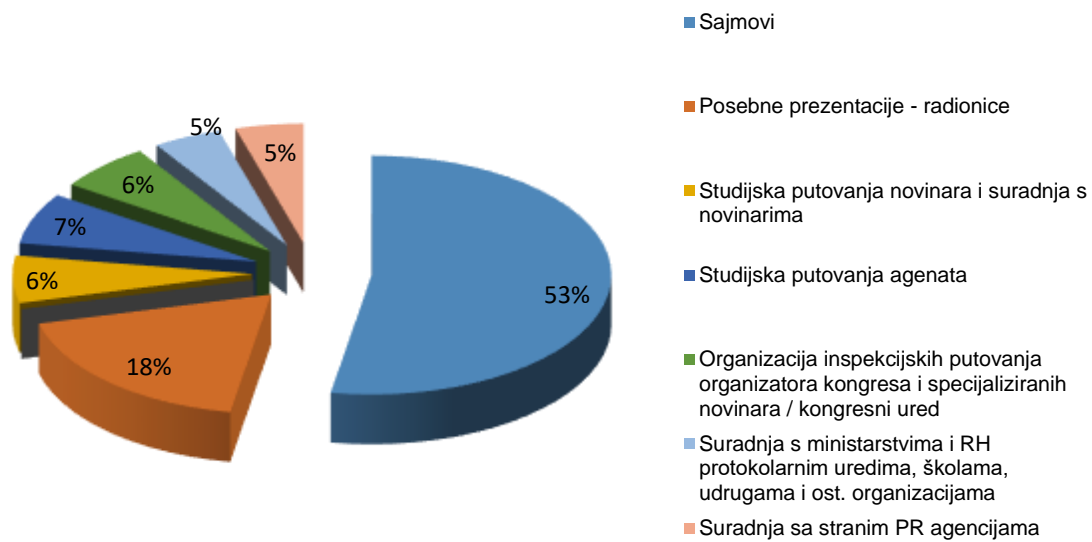
Uložena sredstva višestruko se vraćaju kroz objave raznih članaka, reportaža, TV emisija ili blogova, a vrijednost objavljenog materijala prati se kroz press clipping službu.

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 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 Zagreba. Za potrebe konferencija priređuje se press materijal koji obuhvaća

	informacije, filmove, brošure i suvenire.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>350.000</b>
<b>4.</b>	<b>Studijska putovanja agenata</b>	
	I u 2019. godini nastavlja se suradnja s touroperatorima, turističkim agencijama i aviokompanijama putem organiziranja studijskih putovanja agenata s ciljem upoznavanja zagrebačke turističke ponude. Studijska putovanja agenata organiziraju se samostalno (uz pomoć stranih PR agencija), u suradnji sa stranim touroperatorima i njihovim partnerima u RH, s aviokompanijama te u suradnji s HTZ-om.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>380.000</b>
<b>5.</b>	<b>Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured</b>	
	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 2019. godini, u partnerstvu sa specijaliziranim agencijama posebno se planiraju studijska putovanja za kupce iz Francuske i Njemačke te za kupce u suradnji s HTZ-om i organizatorima pojedinih kongresnih burzi poput Convente, IMEX-a i IBTM-a.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>350.000</b>
<b>6.</b>	<b>Suradnja sa stranim PR agencijama</b>	
	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, potrebno je surađivati sa PR agencijama na tržištima Italije i Njemačke te ad hoc suradnje s PR agencijama na drugim tržištima (po potrebi).	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>250.000</b>
<b>7.</b>	<b>Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organizacijama</b>	
	Temeljem dosadašnje suradnje s ministarstvima RH, protokolarnim službama Ureda predsjednika, Gradom Zagrebom te ostalim institucijama od značaja, i u 2019. godini će se organizirati razgledi Zagreba i dodatne aktivnosti za brojne strane diplomate, visoke dužnosnike i značajne osobe u svrhu promocije Zagreba.	
	<b>Planirana sredstva:</b>	<b>250.000</b>
<b>IV.</b>	<b>UKUPNO DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>5.459.000</b>

## Distribucija i prodaja vrijednosti



## **V. INTERNI MARKETING**

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

Projekt „Volim Zagreb“ se provodi i dalje, u suradnji s Gradskim uredom za obrazovanje, s ciljem razvijanja svijesti djece o važnosti očuvanja okoliša, grada kao bitnog čimbenika razvoja turizma putem natječaja za najbolje likovno i literarno djelo. Projekt je usmjeren dječjim vrtićima i osnovnim školama. 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:** **100.000**

#### **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** **220.000**

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

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

Osnovni cilj je u srednjoškolskoj populaciji razviti svijesti o gradu Zagrebu kao turističkoj destinaciji te o njegovim kulturnim i prirodnim potencijalima. Interaktivnom nastavom i radom na konkretnim slučajevima učenicima se na drugačiji način približavaju baština, kultura i turizam. Ujedno, učenicima se pruža značajna samostalnost i odgovornost te ih se potiče da svojim specifičnim znanjima, idejama i prijedlozima pridonese uspješnosti realizacije projekta.

Ostali ciljevi projekta su: teorijska i praktična edukacija mladih s ciljem percepcije grada Zagreba kao turistički atraktivne destinacije, interaktivna edukacija mladih o kulturno-povijesnim znamenitostima i ljepotama grada, odgovornosti u ponašanju prema gradu i turistima, poticanje mladih na kreativnost i sudjelovanje u otkrivanju grada i istraživanje nepoznate turističke ponude, podizanje razine svijesti o tome da su svi lokalni stanovnici, a samim time i učenici, značajni dionici uspješnosti Zagreba kao turističke destinacije.

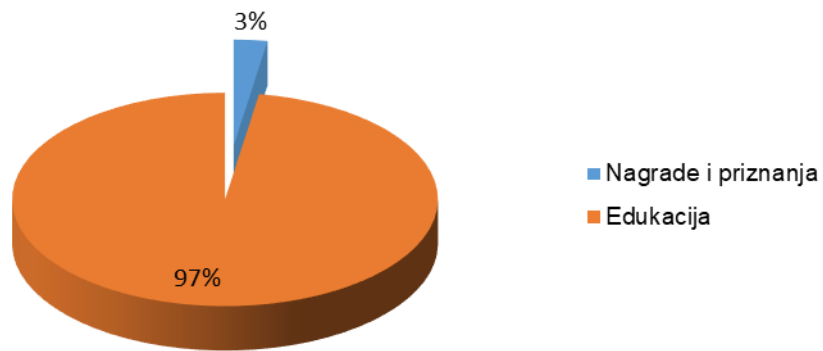
Nastavno pozitivnim reakcijama učenika i profesora i s ciljem daljnje edukacije mladih o turizmu i kulturi, predlaže se izdvajanje sredstava za nastavak projekta.

**Planirana sredstva:** **280.000**

## **V. UKUPNO INTERNI MARKETING**

**718.000**

## 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 te dodatno promotivni film za promociju Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma.

**Planirana sredstva:** **700.000**

### **2. Istraživanje tržišta**

TZGZ, 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 2019. godini provodit će se razna istraživanja posjećenosti događanja u gradu Zagrebu te je planirano istraživanje tržišta privatnog smještaja u Zagrebu.

**Planirana sredstva:** **200.000**

### **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**

**50.000**

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

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

**150.000**

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

**120.000**

### **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.

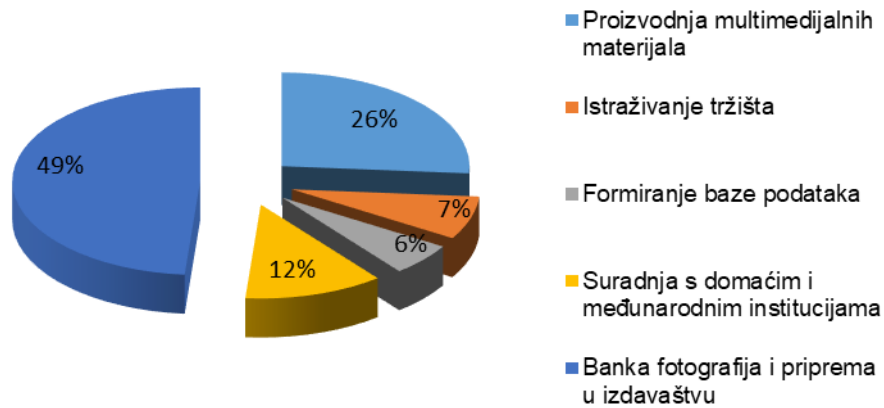
Pri izradi promotivnih materijala i tekstova za potrebe oglašavanja potrebno je osigurati i sredstva za grafičke pripreme, autorsko pisanje tekstova, prijevode i lekture, dizajn i sve oblike pripreme za tisak, uključujući i prijenos svih prava na TZGZ. U budžetu se osiguravaju i sredstva za izradu nove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

**Planirana sredstva:** **1.300.000**

## **VI. UKUPNO MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

**2.670.000**

## 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:

**3.770.000**

### 1. UKUPNO STRUKTURA MARKETING MIKSA

**80.350.000**

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA  
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI  
PLAN ZA 2019. GODINU**

## I. PRIHODI

RB	Prihodi po vrstama	Plan 2018.	Plan 2019.	Indeks	Struktura
1.	Boravišna pristojba	11.800.000	14.500.000	122,88	18,05
2.	Turistička članarina	55.630.000	57.000.000	102,46	70,94
3.	Višak prihoda prethodne godine	8.380.500	8.350.000	99,64	10,39
4.	Ostali nespomenuti prihodi	500.000	500.000	100,00	0,62
	<b>UKUPNO</b>	<b>76.310.500</b>	<b>80.350.000</b>	<b>105,29</b>	<b>100,00</b>

### 1. Boravišna pristojba

Planirani prihod od uplate boravišne pristojbe u 2019. godini veći je za 22,88% u odnosu na financijski plan 2018. godine. Podaci TZGZ za razdoblje siječanj-rujan 2018. godine pokazuju rast turističkog prometa. Predviđanjem daljnjih pozitivnih kretanja te sukladno povećanju boravišne pristojbe temeljem Uredbe o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za 2019. godinu očekuje se veći prihod od boravišne pristojbe.

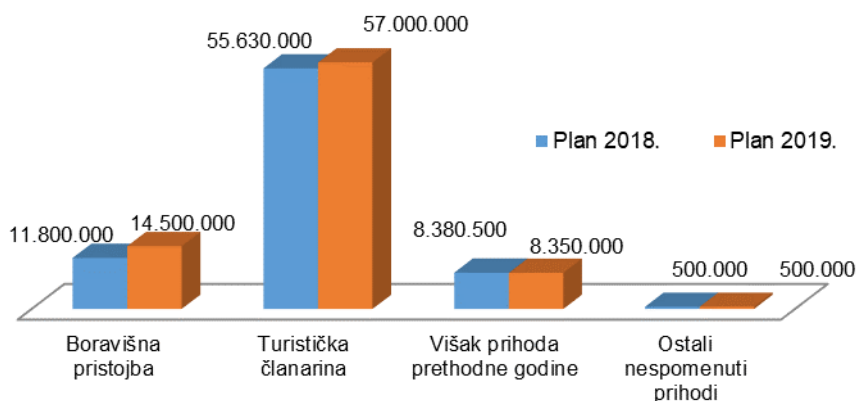
### 2. Turistička članarina

Temeljem naplaćene turističke članarine za prvih devet mjeseci i procjeni realizacije do kraja 2018. godine, za 2019. godinu planira se turistička članarina u iznosu od 57.000.000 kn.

3. Planirani višak prihoda prethodne godine iznosi 8.350.000 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.

## Prihodi



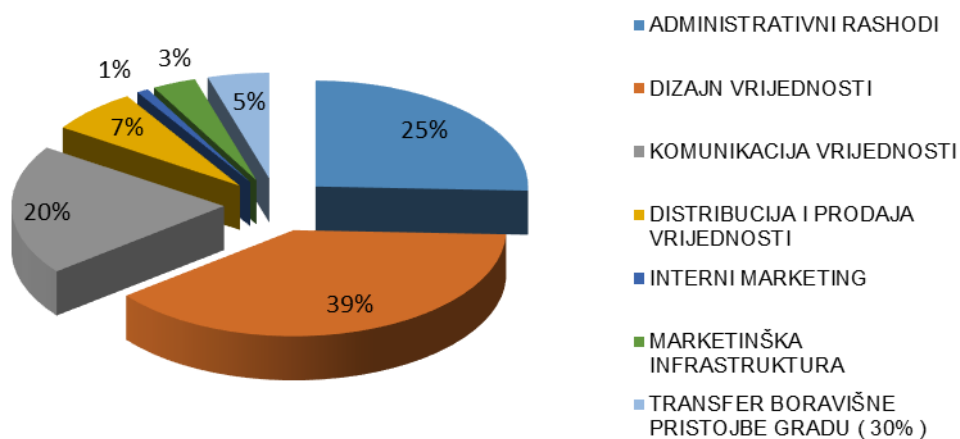
## II. RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2018.	Plan 2019.	Indeks	Strukt.
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>				
1.	Rashodi za radnike				
1.1.	Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika	8.800.000	10.500.000	119,32	13,07
1.2.	Izdaci za prijevoz na posao	285.000	290.000	101,75	0,36
1.3.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu)	155.000	100.000	64,52	0,12
2.	Rashodi ureda	4.016.100	4.960.000	123,50	6,17
3.	Rashodi - TIC-evi	4.100.000	4.352.000	106,15	5,42
4.	Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO	370.000	385.000	104,05	0,48
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>17.726.100</b>	<b>20.587.000</b>	<b>116,14</b>	<b>25,62</b>
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	200.000	200.000	100,00	0,25
2.	Potpota događanjima	20.262.600	17.652.500	87,12	21,97
3.	Potpota razvoju DMO - a	5.980.100	6.327.000	105,80	7,87
4.	Potpota DMK - a (touroperatori, aviokompanije)	1.910.000	1.900.000	99,48	2,36
5.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti /kongresni ured	1.292.000	1.685.000	130,42	2,10
6.	Projekt: Volim Zagreb	85.100	71.500	84,02	0,09
7.	Maketa grada Zagreba	15.000	15.000	100,00	0,02
8.	Kulturni turizam				0,00
8.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja	20.000	10.000	50,00	0,01
8.2.	Susreti s partnerima	10.000	10.000	100,00	0,01
8.3.	Posebni projekti i prezentacije	190.000	50.000	26,32	0,06
8.4.	Neplanirano	10.000	10.000	100,00	0,01
	Ukupno 8.	230.000	80.000	34,78	0,10
9.	Zdravstveni turizam	680.000	800.000	117,65	1,00
10.	Ured direktora - potpore projektima	300.000	300.000	100,00	0,37
11.	Marketinški projekti, financijske potpore i poslovne suradnje	1.139.000	2.138.500	187,75	2,66
	<b>Ukupno II.</b>	<b>32.093.800</b>	<b>31.169.500</b>	<b>97,12</b>	<b>38,79</b>
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Online komunikacija				
1.1.	Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije	4.700.000	4.975.000	105,85	6,19
1.2.	Newsletter i B2B Alert obavijesti	190.000	160.000	84,21	0,20
1.3.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	760.000	785.000	103,29	0,98
2.	Offline komunikacije				
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	3.200.000	3.400.000	106,25	4,23
2.2.	Suradnja sa HNS - om	530.000	530.000	100,00	0,66
2.3.	Hrvatski skijaški savez - ogl. Snježna kraljica	500.000		0,00	0,00
2.4.	Hrvatski olimpijski odbor		300.000		0,37
2.5.	Promotivni pano i displeji	150.000	130.000	86,67	0,16

2.6.	Opće oglašavanje				
2.6.1.	Oglašavanje u tisku	969.000	952.500	98,30	1,19
2.6.2.	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni ured	208.300	323.000	155,06	0,40
2.6.3.	TV oglašavanje	800.000	800.000	100,00	1,00
2.7.	Brošure i ostali tiskani materijali	1.881.000	2.004.000	106,54	2,49
2.8.	Suveniri i promo materijali	1.545.000	1.297.000	83,95	1,61
2.9.	Zagreb card	110.000	150.000	136,36	0,19
3.	Smeđa signalizacija i info table	120.000	120.000	100,00	0,15
4.	Nagrade i priznanja (nagradna putovanja, priznanja i festivalske prijave)	50.000	50.000	100,00	0,06
	<b>Ukupno III.</b>	<b>15.713.300</b>	<b>15.976.500</b>	<b>101,68</b>	<b>19,88</b>
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>				
1.	Sajmovi				
1.1.	Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ - om	1.759.000	2.311.000	131,38	2,88
1.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	430.300	568.000	132,00	0,71
2.	Posebne prezentacije - radionice				0,00
2.1.	Posebne prezentacije - radionice	500.000	600.000	120,00	0,75
2.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni ured	300.000	400.000	133,33	0,50
3.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	350.000	350.000	100,00	0,44
4.	Studijska putovanja agenata	380.000	380.000	100,00	0,47
5.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni ured	400.000	350.000	87,50	0,44
6.	Suradnja sa stranim PR agencijama	220.000	250.000	113,64	0,31
7.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organiz.	360.000	250.000	69,44	0,31
	<b>Ukupno IV.</b>	<b>4.699.300</b>	<b>5.459.000</b>	<b>116,17</b>	<b>6,79</b>
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>				
1.	Nagrade i priznanja	18.000	18.000	100,00	0,02
2.	Edukacija				
2.1.	Obuka osoblja	120.000	100.000	83,33	0,12
2.2.	Seminari klubova konkurentnosti i marketinga				
2.2.1.	Sastanci s predstavnicima turističke industrije i edukativni seminari	100.000	100.000	100,00	0,12
2.2.2.	Studijska putovanja TU TZGZ	222.000	220.000	99,10	0,27
2.3.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	260.000	280.000	107,69	0,35
	<b>Ukupno V.</b>	<b>720.000</b>	<b>718.000</b>	<b>99,72</b>	<b>0,89</b>
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	500.000	700.000	140,00	0,87
2.	Istraživanje tržišta	200.000	200.000	100,00	0,25
3.	Formiranje baze podataka	150.000	150.000	100,00	0,19

4.	Suradnja s domaćim i međ. institucijama				
4.1.	Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službeno putovanje. / kongresni ured	50.000	50.000	100,00	0,06
4.2.	Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima	100.000	150.000	150,00	0,19
4.3.	Članarine u strukovnim udrugama	140.000	120.000	85,71	0,15
5.	Banka fotografija, dizajn i priprema u izdavaštvu	1.150.000	1.300.000	113,04	1,62
	<b>Ukupno VI.</b>	<b>2.290.000</b>	<b>2.670.000</b>	<b>116,59</b>	<b>3,32</b>
<b>VII.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU ( 30% )</b>	3.068.000	3.770.000	122,88	4,69
	<b>Ukupno VII.</b>	<b>3.068.000</b>	<b>3.770.000</b>	<b>122,88</b>	<b>4,69</b>
	<b>UKUPNO:</b>	<b>76.310.500</b>	<b>80.350.000</b>	<b>105,29</b>	<b>100,00</b>

## STRUKTURA MARKETING MIKSA



## IV. REKAPITULACIJA

**UKUPNO PRIHODI: 80.350.000**

**UKUPNO RASHODI: 80.350.000**

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA  
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI  
PLAN ZA 2019. GODINU**

**PRILOZI**

**PRILOG 1. - RASHODI UREDA**

<b>RB</b>	<b>Rashodi ureda</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Plan 2019.</b>	<b>Indeks</b>	<b>Strukt.</b>
1.	Potrošni materijal	100.000	100.000	100,00	2,02
2.	Materijal za održavanje čistoće	15.000	15.000	100,00	0,30
3.	Uredski materijal	80.000	80.000	100,00	1,61
4.	Potrošnja električne energije i plina	130.000	130.000	100,00	2,62
5.	Utrošak benzina	30.000	30.000	100,00	0,60
6.	Izdaci za sitan inventar	35.000	35.000	100,00	0,71
7.	Trošak telefona i telefaksa	180.000	180.000	100,00	3,63
8.	Trošak poštarine	70.000	70.000	100,00	1,41
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	400.000	400.000	100,00	8,06
10.	Usluge čišćenja	230.000	230.000	100,00	4,64
11.	Usluge najma poslovnog prostora	920.000	920.000	100,00	18,55
12.	Ostale komunalne usluge	30.000	30.000	100,00	0,60
13.	Odvjetničke i revizorske usluge	45.000	45.000	100,00	0,91
14.	Grafičke usluge	12.000	10.000	83,33	0,20
15.	Ostale usluge	180.000	180.000	100,00	3,63
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	12.600	15.000	119,05	0,30
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	10.000	20.000	200,00	0,40
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000	1.000	100,00	0,02
19.	Trošak reprezentacije	200.000	180.000	90,00	3,63
20.	Premije osiguranja	70.000	70.000	100,00	1,41
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	65.000	100,00	1,31
22.	Stručna literatura i tisak	70.000	70.000	100,00	1,41
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	200.000	500.000	250,00	10,08
24.	Ostali troškovi poslovanja	120.500	74.000	61,41	1,49
25.	Neplanirani rashodi	10.000	10.000	100,00	0,20
	<b>UKUPNO I.</b>	<b>3.216.100</b>	<b>3.460.000</b>	<b>107,58</b>	<b>69,76</b>
II.	Poslovni prostor, adaptacija	800.000	1.500.000	187,50	30,24
	<b>UKUPNO RASHODI UREDA</b>	<b>4.016.100</b>	<b>4.960.000</b>	<b>123,50</b>	<b>100,00</b>

**PRILOG 2. - POTPORA DOGAĐANJIMA**

RB	Potpore projektima	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Zagreb Pedicab - Pedicab d.o.o. / kroz godinu	10.000	10.000
2.	Pozdrav iz Zagreba / Zagreb nekad i sad digitalizacija razglednica - Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu / kroz godinu	20.000	
3.	Zagreb Truffle Garden - Truffle Garden d.o.o. / kroz godinu	20.000	10.000
4.	Obilazak Zagreba putevima A. Šenoe - udruga Svi naši Šenoe / kroz godinu	10.000	10.000
5.	Tematske vožnje Gornjim Gradom (Oldtimer elektro vozilo) - Eco Group d.o.o. / kroz godinu	15.000	
6.	Secret Zagreb - obrt Kazivačica / kroz godinu	20.000	20.000
7.	Music Tech Hackathon & Croatian Music Showcase - Netko d.o.o. / ožujak	30.000	
8.	Šetnja s M.J. Zagorkom po Zagrebu - Društvo Marije Jurić Zagorke / ožujak - prosinac	10.000	10.000
9.	Segway City Tour Zagreb - Exima grupa d.o.o. / ožujak - studeni	10.000	10.000
10.	Zagreb Auto Show - Zagrebački holding d.o.o., podružnica Zagrebački velesajam / svibanj	50.000	
11.	DriveINkino Zagreb - Hrvatska studentska asocijacija / travanj	10.000	10.000
12.	Mistične noći crne kraljice - udruga Gea / rujan	15.000	15.000
13.	Wine and Gourmet Tour Zagreb - Wayoudo d.o.o. / travanj - prosinac	10.000	
14.	Mural Kuća šenoe - udruga Svi naši Šenoe / svibanj	10.000	
15.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj	70.000	50.000
16.	Zagrebački piknik u Maksimiru - Katapult event j.d.o.o. / svibanj - lipanj	30.000	
17.	Discover Zagreb - AIESEC Zagreb / lipanj	10.000	
18.	2'nd Zagreb H-D Rally - Udruga Vlasnika Harleya ogranak Pleter / lipanj	20.000	
19.	Plac mljac, Ljeto na Trešnjevačkom placu - G.A.D. Produkcija d.o.o. / lipanj - srpanj	50.000	30.000
20.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz	90.000	100.000
21.	Jesen u prolazu - udruga Priroda za sve / listopad	15.000	
22.	Storytelling festival - udruga Laboratorij zabave	5.000	
23.	Šetnja s kolumbinama - Kolumba - tours d.o.o.	8.000	
24.	Mysterious Zagreb - game quest - Private Tours d.o.o.		10.000
25.	Neznane junakinje - Omnes artes d.o.o.		10.000
26.	Global Love Museum - Europska udruga za baštinu / veljača		32.000
27.	ZGodionica - Udruga Legende Zagreb / kolovoz		30.000
28.	Srkni guc kave - Anabor projekti d.o.o. - Karibu Kaaawa / lipanj		10.000
29.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike Tours Zagreb j.d.o.o.		10.000
30.	Ljeto u Tehničkom - Scuderia d.o.o. / lipanj - rujan		40.000
31.	Razgled zgrade Hrvatskoga glazbenog zavoda u Zagrebu - Hrvatski glazbeni zavod		9.000
32.	NEPLANIRANO	50.000	50.000
	<b>UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA</b>	<b>588.000</b>	<b>476.000</b>

RB	Eno i gastro	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Plac Food Festival, Dolac Zagreb - Henry Stag d.o.o. / svibanj	20.000	
2.	Slatki gušti, festival slastica - Dobra vibra komunikacije d.o.o. / svibanj	20.000	
3.	Winelover's Street, vinoljupci u Kurelčevoj ulici - Udruga Vinoljupci / lipanj	10.000	10.000
4.	Mali piknik - Udruga Mali plac / kolovoz	20.000	20.000
5.	Gastro dani i Gastro forum - Udruženje ugostitelja Zagreb / studeni	80.000	80.000
6.	Vinart Grand Tasting - Vinart d.o.o. / veljača - ožujak	20.000	20.000
7.	International Wine&Spirits Fair - Wine International Expo d.o.o / siječanj - veljača		300.000
8.	3. Salon pjenušavih vina - Genius loci design d.o.o. / veljača		10.000
9.	Le park: Grič - Udruga Mali plac		20.000
10.	NEPLANIRANO	20.000	30.000
	<b>UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO</b>	<b>190.000</b>	<b>490.000</b>

RB	Sport	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Svjetski skijaški kup Audi FIS SKI World Cup Vip Snow Queen Trophy - Hrvatski skijaški savez / siječanj	3.500.000	3.500.000
2.	27. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	50.000	50.000
3.	Svjetsko prvenstvo u hrvanju za kadete - Hrvatski hrvački savez / srpanj	50.000	
4.	15. Svjetski kup juniorke floret - Hrvatski mačevalački savez / siječanj	7.000	
5.	15. Trofej zagrebačkih pahuljica - Klub sinkroniziranog klizanja Zagrebačke pahuljice / veljača		20.000
6.	Europski kadetski judo kup - Zagrebački judo savez / ožujak		20.000
7.	Svjetsko juniorsko prvenstvo u umjetničkom klizanju - Hrvatski klizački savez / ožujak	30.000	25.000
8.	Supermaraton Od Kaptola do Kaptola - Športska zajednica grada Čazme / ožujak	8.000	
9.	Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj	10.000	10.000
10.	Festival plivanja - Plivački klub Dubrava / travanj	5.000	
11.	Victor Croatia International - Hrvatski badmintonski savez / travanj	7.000	7.000
12.	International Dance Open - udruga Bambi kids / svibanj	25.000	40.000
13.	3. Međunarodni Kup grada Zagreba u kajakaškom maratonu, SUP-u, Zagreb Open Water Festival - Kajak kanu klub Matija Ljubek / svibanj	10.000	
14.	Svjetski kup ZG Strong - Hrvatski savez za obaranje ruku / srpanj	10.000	
15.	12th ICO Speedminton Croatia Open - Hrvatski crossmintonski team / svibanj	5.000	
16.	Holi Run & Fest - Zdrave ideje j.d.o.o. / svibanj	20.000	10.000
17.	Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj	10.000	10.000
18.	33. Zagrebački rally - Oldtimer klub Zagreb / lipanj	6.000	

19.	20. Međunarodna veslačka regata Jumbo - Veslački klub Jarun / lipanj	5.000	5.000
20.	Međunarodna biciklistička utrka Hrvatska - Slovenija - Biciklistički klub Zagreb / kolovoz	7.000	5.000
21.	Europski kup u triatlonu - Zagrebački triatlonski savez / rujan	10.000	
22.	Božićni Jastreb Open - Kup Veleposlanika Republike Koreje, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastreb / prosinac	15.000	10.000
23.	Zlatni medvjed, međunarodno prvenstvo u umjetničkom klizanju za juniore - Klizački klub Medveščak / listopad	7.000	
24.	26. memorijal Antuna Tove Stipančića - Stolnoteniski savez Zagreba / studeni	10.000	10.000
25.	Zagrebački noćni cener, utrka - Udruga Aktivan život / studeni	10.000	10.000
26.	Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac	25.000	25.000
27.	Europsko prvenstvo u rukometu - Hrvatska 2018. - Informatori	6.100	
28.	Veteranski košarkaški turnir - Udruga Old Stars Zagreb '89 /	20.000	
29.	Zagreb Runs with Twins - Udruga DSR In Motu	10.000	
30.	European Team Shield Championship - Hrvatski golf savez	10.000	
31.	Svjetsko prvenstvo tabletop igara - ETC - Kaos d.o.o.	10.000	
32.	Nogometni turnir bankara - Studentski centar i Društvo vodiča grada Zagreba	15.000	
33.	SMA CroatiaRun - Društvo distrofičara Zagreb		8.000
34.	UWW Zagreb Open Grand Prix 2019 - Savez hrvačkih športova Grada Zagreba		30.000
35.	Malonogometni turnir Kutija šibica - Ustanova Upravljanje sportskim objektima / studeni - prosinac		15.000
36.	NEPLANIRANO	20.000	50.000
	<b>UKUPNO SPORT</b>	<b>3.933.100</b>	<b>3.860.000</b>

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	HK Medveščak	250.000	250.000
2.	NK Dinamo	462.500	462.500
3.	RK Zagreb	500.000	500.000
4.	VK Mladost	480.000	480.000
5.	KK Cibona	480.000	480.000
6.	KK Cedevita	150.000	150.000
7.	I.A.A.F. - Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting – Atletski klub Dinamo Zrinjevac / rujan	1.200.000	1.000.000
8.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni	150.000	100.000
9.	Minoranze, dvojezični časopis – Agencija Roma d.o.o.	96.000	96.000
10.	Zagreb Children Trophy i FIS Zagreb Open - Zagrebački skijaški savez / siječanj - veljača	20.000	20.000
11.	Ljetni Karoca cup – Konjički klub Karoca	42.000	40.000
12.	Tour of Croatia - CRO Race - Top sport events d.o.o. / travanj	70.000	50.000
13.	Lisinski pleše pod maskama – KD Vatroslava Lisinskog	50.000	30.000

14.	Ja BIH...- Udruga za promicanje kulture i umjetnosti Ja BIH...Zagreb i Udruženje za promociju kulture i umjetnosti "jabih"...Sarajevo / svibanj - lipanj i rujan	10.000	20.000
15.	Miss Universe Hrvatske - Media produkcija d.o.o.	20.000	
16.	Tjedan dizajna Zagreb - Scuderia d.o.o.	150.000	100.000
17.	Originalni Bečki bal u Zagrebu - Lions klub Zrinjevac	30.000	
18.	44. Ina Delta Rally - Auto Klub INA Delta Zagreb	40.000	30.000
19.	Dani satire Fadila Hadžića - Satiričko kazalište Kerempuh	70.000	50.000
20.	EU - China Light Bridge - Status grupa d.o.o.	23.000	
21.	Popratne aktivnosti - Zagreb Auto Show - Auto klub brzina	50.000	
22.	Lađarska utrka Zagreb - udruga Lađara Neretve / svibanj	40.000	
23.	Miss Sporta Hrvatske - obrt Mrvec / srpanj	15.000	
24.	Festival Zagreb Classic - Zagrebačka filharmonija / srpanj	400.000	
25.	Ljeto na Zrinjevcu - obrt Deno / srpanj	50.000	
26.	Časopis Hrvatski glasnik - Hrvatsko građansko Društvo Crne Gore	20.000	20.000
27.	Sandra Perković Promotion d.o.o.	100.000	
28.	Festival hrvatske glazbe u Beču - KD Vatroslava Lisinskog	90.000	70.000
29.	Izložba Vlaho Bukovac - Umjetnički paviljon	150.000	
30.	Emisija Zagonetno putovanje - udruga Tonkica Palonkica	20.000	20.000
31.	Spomenik ženama optuženim, mučenim i spaljenim kao vještrice na autentičnoj povijesnoj lokaciji Zvezdišću - Jadran film production service		50.000
32.	Neraspoređeno	500.000	700.000
	<b>UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM</b>	<b>5.728.500</b>	<b>4.718.500</b>

<b>RB</b>	<b>Božićna i novogodišnja događanja</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Plan 2019.</b>
	<b>UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA</b>	<b>4.610.000</b>	<b>2.360.000</b>

<b>RB</b>	<b>Kultura</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Plan 2019.</b>
1.	Art park Zagreb, revitalizacija parka pored Tomićeve - udruga Preuredi moju pumpu / svibanj - rujan	100.000	50.000
2.	Muzeji izvan muzeja MIM - Hrvatski prirodoslovni muzej / svibanj	251.000	250.000
3.	Design District Zagreb - Superstudio Design Projects d.o.o. / lipanj	300.000	200.000
4.	Zagreb Classic - Centar za kulturu i informacije Maksimir / lipanj - srpanj	100.000	50.000
5.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj	40.000	40.000
6.	53. Međunarodna smotra folklor - KD Vatroslava Lisinskog / srpanj	60.000	60.000
7.	Ljetne noći teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - kolovoz	50.000	50.000
8.	Dan otvorenog trga - Hrvatsko narodno kazalište	40.000	40.000
9.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu	15.000	15.000
10.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih	10.000	10.000
11.	Klinci s Ribnjaka, programi kroz godinu - KUD Vedra Nota	5.000	10.000
12.	Zagreb80 - Brandnewretro d.o.o. / kroz godinu	20.000	
13.	28. Svečanosti Pasijske 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	
16.	Pop up drama - Umjetnička organizacija Teatrum /	70.000	50.000
17.	Svjetski dan glazbe - Hrvatska glazbena unija / lipanj	10.000	10.000
18.	Ljeto u Laubi - udruga Lauba / lipanj - rujan	40.000	
19.	Program ljetne scene AMADEO - Udruga Scena Amadeo / srpanj - rujan	50.000	90.000
20.	Biljke i svirke - Biljke i svirke d.o.o. / lipanj - srpanj	40.000	40.000
21.	Croatia International Choir Festival - Djevojački zbor Mozartine / lipanj - srpanj	20.000	
22.	Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / svibanj - listopad	30.000	30.000
23.	Međunarodno baletno natjecanje Mia Čorak Slavenska - Hrvatsko društvo profesionalnih baletnih umjetnika / srpanj	20.000	
24.	Noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava / studeni	15.000	15.000
25.	Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad	25.000	25.000
26.	Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad	25.000	25.000
27.	Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan	25.000	25.000
28.	Zvuci orgulja Zagrebačke katedrale - Umjetnička organizacija Cadenza / travanj - studeni	15.000	
29.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista - Zagrebački solisti / kolovoz - rujan	60.000	60.000
30.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj	10.000	20.000
31.	Koncerti u crkvi Svetog Blaža - Župa sv. Blaža / ožujak	5.000	
32.	Think Freedom - Udruženje Radio Kameleon	50.000	
33.	Izložba Koralj izvađen iz mora - Hrvatski prirodoslovni muzej - tunel Grič / srpanj - listopad		100.000
34.	6. Reli po galerijama - Udruga za poticanje kreativnosti Atanor / svibanj		13.000
35.	Dubrovnik u Zagrebu - Javna ustanova u kulturi Dubrovačke ljetne igre / rujan		400.000
36.	Gornjogradski glazbeni putokaz - Akademija dramske umjetnosti / lipanj		30.000
37.	30. muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj		50.000
38.	NEPLANIRANO	30.000	70.000
	<b>UKUPNO KULTURA</b>	<b>1.601.000</b>	<b>1.858.000</b>

RB	Moda	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Modna revija 83. Zlatna igla Zagreba - Udruženje obrtnika grada Zagreba / listopad	60.000	50.000
2.	Fashion Week Zagreb - S2 d.o.o. / svibanj	40.000	
3.	NEPLANIRANO	10.000	20.000
	<b>UKUPNO MODA</b>	<b>110.000</b>	<b>70.000</b>

RB	Festivali	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Festival Sv. Marka, Međunarodni festival komorne i sakralne glazbe - Markofest d.o.o. / travanj - svibanj	60.000	60.000
2.	Međunarodni festival vatrometa - Mirnovec pirotehnika d.o.o. / lipanj	80.000	60.000
3.	Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj - lipanj	220.000	220.000
4.	Ljeto na Štrošu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca / svibanj - rujan	160.000	130.000
5.	Pop Up Summer Garden - Urban Entertainment j.d.o.o. / lipanj - rujan	100.000	80.000
6.	Zagreb Beer Fest - Hashtag d.o.o. / svibanj	30.000	150.000
7.	38. Večeri na Griču - KD Vatroslav Lisinski / srpanj	51.000	50.000
8.	INmusic festival - Vibro limes d.o.o. / lipanj	800.000	800.000
9.	Festival svjetskog kazališta - HNK / rujan	150.000	200.000
10.	Reflektor - Art & Music festival - Ustanova Koncertna dvorana tvornica kulture	40.000	40.000
11.	13. Festival tolerancije, JFF Zagreb - udruga Festival suvremenog židovskog filma Zagreb / travanj	50.000	50.000
12.	Zagreb Guitar Festival - Glazbena škola Bonar / ožujak - travanj	20.000	20.000
13.	Međunarodni festival mažoretkinja - Zagrebačke mažoretkinje / travanj	20.000	
14.	22. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / svibanj	15.000	15.000
15.	Festival Ilica - Art Quart - HKKKKI / svibanj	30.000	30.000
16.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj	15.000	15.000
17.	Rockabilly Ribnjak Fest - Didi sound d.o.o. / lipanj		30.000
18.	Međunarodni festival koreografiranog folklora Zagreb - Velika Gorica – FA Turopolje / srpanj	10.000	
19.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj	30.000	30.000
20.	Crossover festival Ribnjak - Katapult event j.d.o.o. / srpanj	70.000	50.000
21.	Međunarodni festival suvremene fotografije Novi svijet - Fotografska udruga Organ vida / rujan	70.000	40.000
22.	14. Međunarodni festival komorne glazbe ZAGREB KOM 14 - Umjetnička organizacija Zagrebački međunarodni festival komorne glazbe / listopad	20.000	20.000
23.	Musica maxima X, festival komorne glazbe - Zagrebački komorni orkestar / rujan	15.000	30.000
24.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan	10.000	20.000
25.	52. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan	15.000	20.000
26.	Dance inn - Umjetnička organizacija Defacto / listopad	10.000	
27.	Chansonfest - Umjetnička organizacija Chansonfest / studeni	5.000	
28.	Zagrebački harfistički festival - Umjetnička organizacija Hathor / studeni	40.000	
29.	Festival Tko pjeva zlo ne misli - Pepermint d.o.o.	30.000	
30.	Ljeto kod Matoša - Udruga Legende Zagreb / srpanj - rujan	150.000	70.000

31.	More knjiga - Lumen izdavaštvo d.o.o. / lipanj -srpanj	20.000	30.000
32.	11. Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT (Blind in Theatre - slijepi u kazalištu) - Dramski studio slijepih i slabovidnih "Novi život"		15.000
33.	#WELOVESOUND - B.E.T. d.o.o.		70.000
34.	LUFTANJE - Pepermint d.o.o. / lipanj - rujan		30.000
35.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o.		200.000
36.	NEPLANIRANO	20.000	60.000
	<b>UKUPNO FESTIVALI</b>	<b>2.356.000</b>	<b>2.635.000</b>

RB	Filmski projekti	Plan 2018.	Plan 2019.
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	
3.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / svibanj - lipanj	20.000	20.000
4.	Ljetno kino Gradec - Udruga Kadenca / kolovoz - rujan	50.000	50.000
5.	Noć hrvatskog filma i novih medija - Umjenička organizacija Noć hrvatskog filma i novih medija / listopad	15.000	
6.	Fantastic Zagreb film festival - Udruga Rudolf / lipanj - srpanj	40.000	40.000
7.	Fil(m)harmonija:Zagrebačka filharmonija u kinu Europa - Umjetnička organizacija Zagreb Film Festival i Zagrebačka Filharmonija / studeni - prosinac	25.000	20.000
8.	17. Zagreb Film Festival - UO Zagreb Film Festival / studeni		20.000
9.	NEPLANIRANO		20.000
	<b>UKUPNO FILMSKI PROJEKTI</b>	<b>195.000</b>	<b>200.000</b>

RB	Suradnja s TZ - predstavljanje manifestacija u Zagrebu	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	TZG Lepoglave / kolovoz	7.000	10.000
2.	TZ Hrvatske Kostajnice	7.000	
3.	TZ Krapine	7.000	
4.	TZ Županje	7.000	
5.	TZ Ogulina		15.000
6.	TZ Delnice		10.000
7.	NEPLANIRANO	7.000	20.000
	<b>UKUPNO SURADNJA S TZ</b>	<b>35.000</b>	<b>55.000</b>

RB	Suradnja s udrugama	Plan 2018.	Plan 2019.
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	
6.	Izložba fotografija Zagrebački ulični protagonisti - Kajkavsko spravišće	3.000	
7.	I reći ću vam samo još jednu stvar ZAPAMTITE VUKOVAR		10.000
8.	NEPLANIRANO	10.000	20.000
	<b>UKUPNO SURADNJA S UDRUGAMA</b>	<b>118.000</b>	<b>130.000</b>

RB	Suradnja s KUD-ovima	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Fašnik v Zagrebu i Sesevski fašnik - KUD Prepuštovec / veljača - ožujak	10.000	10.000
2.	Martinje (Martin je u Zagrebu) - KUD Prepuštovec / studeni	10.000	10.000
3.	Manifestacije u Remetama - FIS Remetski mužikaši i puce - kroz godinu	10.000	
4.	Zvuci Opatovine - SKUD Ivan Goran Kovačić		20.000
	<b>UKUPNO SURADNJA S KUD-ovima</b>	<b>30.000</b>	<b>40.000</b>

RB	Donacije u kulturi	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Muzej za umjetnost i obrt	30.000	25.000
2.	Muzej grada Zagreba	30.000	25.000
3.	Etnografski muzej	30.000	25.000
4.	Galerija Klovićevi dvori	30.000	25.000
5.	Muzej suvremene umjetnosti	30.000	25.000
6.	Umjetnički paviljon, izložba Emanuel Vidović	30.000	
7.	Umjetnički paviljon, Vlaho Bukovac i njegov pariški prof. A. Cabanel	60.000	
8.	Umjetnički paviljon, Alexander Calder		80.000
9.	Hrvatski prirodoslovni muzej	58.000	
10.	Tehnički muzej	20.000	25.000
11.	Arheološki muzej	30.000	25.000
12.	Muzeji Ivana Meštrovića - Atelijer Meštrović Zagreb	25.000	25.000
13.	Muzeji Ivana Meštrovića - Atelijer Meštrović Zagreb, izložba Meštrovićev znak u Zagrebu	30.000	
14.	Muzej iluzija - Metamorfoza d.o.o.	30.000	25.000
15.	Muzej prekinutih veza - MBR kolektiv d.o.o.	50.000	
16.	Koncertna dvorana Tvornica kulture	20.000	20.000
17.	Javna ustanova Park prirode Medvednica	30.000	25.000
18.	Zagrebačke mažoretkinje	25.000	35.000
19.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado	50.000	50.000
20.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika	30.000	25.000
21.	Udruga Lauba - kroz godinu i Ljeto u Laubi	30.000	65.000
22.	Centar August Cesarec - Ljetna pozornica Tuškanac	20.000	25.000
23.	Arheološki muzej - Izložba Zagreb dok ga još ni bilo	10.000	
24.	Moderna galerija	10.000	25.000
25.	Zoološki vrt	20.000	20.000

26.	Muzej 80 - tih - Brandnewretro d.o.o.		20.000
27.	Muzejsko - memorijalni centar dražen Petrović		20.000
28.	Muzej empatije - Udruga Boli me		20.000
29.	Udruženje za razvoj kulture URK Močvara		20.000
30.	Centar kulture na Peščenici		10.000
31.	Kazalište Luda kuća - Luda kuća d.o.o.		25.000
32.	NEPLANIRANO	40.000	50.000
	<b>UKUPNO DONACIJE</b>	<b>768.000</b>	<b>760.000</b>
	<b>SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA</b>	<b>20.262.600</b>	<b>17.652.500</b>

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

RB	Projekti TZGZ	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane	35.000	35.000
2.	Uskrsne pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj	45.800	50.000
3.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
3.1.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / travanj - listopad	340.000	340.000
3.2.	Tajne Griča, noćna gornjogradska interaktivna tura - Udruga Katapult / svibanj - rujan	200.000	150.000
3.3.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / travanj - listopad	110.000	110.000
3.4.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad	650.000	650.000
3.5.	Vergl na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / travanj - listopad	30.100	30.000
3.6.	Folklorna ljetna scena za turiste		
	HSPD Podgorac	10.000	9.000
	FA Turopolje	10.000	9.000
	FA Vrapčanci	10.000	9.000
	FIS Remetski muzikaši i puce	10.000	9.000
	KUD Frankopan – Remete	10.000	9.000
	KUD Bukovac	10.000	9.000
	FA SKUD-a Ivan Goran Kovačić	10.000	9.000
	KUD Stenjevec	10.000	9.000
	HKUD Bosiljak	10.000	9.000
	KUD Klas Podsused	10.000	9.000
	KUD Sv. Ana	10.000	9.000
	FA Zagreb - Markovac	10.000	9.000
	KUD Prigorski zdenec	10.000	9.000
	KPD Sv. Klara	10.000	9.000
	KUD Prepuštovec	10.000	
	KUD Orač	10.000	9.000
	FIS Remete	10.000	9.000
	HKUD "PRIGOREC" Markuševec		9.000
	KUD Valentinovo		9.000
3.7.	Kumice s Dolca, ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / travanj - listopad	20.000	20.000
3.8.	Promenadni koncerti u Maksimirskom perivoju - Ansambl salonske i promenadne glazbe Strauss i udruga Etnoteka / nedjeljom travanj - listopad	120.000	120.000
3.9.	Promenadni koncerti Puhačkog orkestra ZET-a u Maksimiru - Puhački orkestar ZET-a / nedjeljom svibanj - listopad	80.000	80.000
3.10.	Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - udruga Cestagram i udruga Zagrebački cinkuši / lipanj - rujan	200.100	200.000
3.11.	Plesne večeri na Zrinjvcu - Udruga Cestagram i Katapult event d.o.o. / petkom / kolovoz	193.300	250.000

4.	Tanceraj - udruga Etnoteka / kolovoz	30.000	40.000
5.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult event d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / srpanj	100.000	80.000
6.	Novogodišnji koncert tamburaškog orkestra u HNK za turiste	100.000	
7.	Uskrсни koncert folklornih društava za turiste GK Komedija / travanj	57.800	
8.	Dan grada Zagreba, posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada, / svibanj	8.000	20.000
9.	Zagreb Tourfilm Festival, međunarodni festival turističkog filma - Balduči film d.o.o. / listopad	300.000	250.000
10.	Opatovina Music Jam, glazbeni nastupi na Opatovini	90.000	90.000
11.	Festival svjetla Zagreb	2.850.000	2.800.000
12.	Svjetski dan turizma	200.000	150.000
13.	Zagreb Art Fair - Katapult promocija d.o.o. / rujan		500.000
14.	NEPLANIRANO	50.000	200.000
	<b>UKUPNO PROJEKTI TZGZ</b>	<b>5.980.100</b>	<b>6.327.000</b>

#### PRILOG 4. - VOLIM ZAGREB

RB	Volim Zagreb	Plan 2018.	Plan 2019.
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	11.000	11.000
3.	Dan ljubavnosti u prometu - PU Zagrebačka / svibanj	8.500	8.500
4.	Podsusedske svečanosti - Udruga za zaštitu okoliša EKO-2000 / rujan-studeni	7.000	
5.	Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj - svibanj	8.600	12.000
6.	Festival Pozdrav proljeću - udruga Priroda za sve	5.000	
7.	Mislimo zeleno - OŠ Dr. Ivan Merz	5.000	
8.	Zidovi koji spajaju - udruga 3/5/8	30.000	
9.	Jane's Walk šetnje i seminar - Centar za kulturu Trešnjevka		20.000
10.	Mali grad Agram – Udruga Mali grad / kroz godinu		10.000
	<b>UKUPNO VOLIM ZAGREB</b>	<b>85.100</b>	<b>71.500</b>

**PRILOG 5. – OGLAŠAVANJE**

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	In Your Pocket	vodič+karta	Zagreb	38.000	30.000
2.	In Your Pocket	vodič+karta	Austrija (Beč)		14.800
3.	In Your Pocket	vodič+karta	Njemačka (Berlin)		14.800
4.	Jutarnji list	dnevne novine	Hrvatska	55.000	60.000
5.	Restaurant & Hotel	revija	Hrvatska	5.000	
6.	UT magazin + City break	revija	Hrvatska	10.000	
7.	CHT magazin (UTM revija)	revija	Hrvatska, svijet		10.000
8.	UHPA	godišnji katalog	inozemstvo	9.000	9.000
9.	Zagreb moj grad	mjesečnik	Hrvatska	50.000	40.000
10.	Virtuoso Life	revija	SAD		165.000
11.	Esplanade Magazine	mjesečnik	Hrvatska	25.000	25.000
12.	Oglasi - Večernji list	prilog dnevnih novina	Hrvatska	40.000	40.000
13.	Oglas u Slobodnoj Dalmaciji	prilog dnevnih novina	Hrvatska	15.000	15.000
14.	Oglas Tip Travel	on-line magazin	Hrvatska/svijet	15.000	
15.	Place2Go	revija	Slovenija	20.000	10.000
16.	Hrvaška 2018. Fokus plus	prilog dnevnih novina	Slovenija	61.000	
17.	Dnevnik	prilog dnevnih novina i on line portal	Slovenija	5.000	
18.	Insight Design Guide	vodič	Hrvatska	30.000	38.250
19.	Insight Design Guide Roma	vodič	Italija		24.800
20.	World Horizons (Place2Go Njemačka)	revija	Njemačka	16.000	16.000
21.	Advertoriali u Velikoj Britaniji - zakup od strane agencije Hills Balfour	revije, časopisi+ online	Velika Britanija	40.000	
22.	Adriatic News	revija	Rusija	27.000	
23.	FTI	godišnji katalog	Njemačka, Austrija		27.000
24.	TUI	godišnji katalog	Njemačka, Austrija	23.000	28.000
25.	Horizon Monde (Place2Go Francuska)	magazin	Francuska	16.000	16.000
26.	Advertoriali u Italiji - zakup od strane agencije	revije, časopisi+ online	Italija	150.000	150.000
27.	Acta Turistica	stručni časopis	Hrvatska, svijet		10.000
28.	Le Quotidien du Tourisme	časopis	Francuska	9.000	
29.	Petit Fute	vodič	Francuska	10.000	
30.	Omnibus Revue	specijalizirani B2B časopis za autobusere	Njemačka, Austrija	19.000	
31.	Reise Aktuell	specijalizirani časopis	Njemačka, Austrija	31.000	41.250
32.	Zagreb Insider	vodič	Zagreb	10.000	10.000

33.	Zdrave novice	vodič za nautičare	Hrvatska i regija	110.000	
34.	Meridijani	časopis	Hrvatska	15.000	15.000
35.	PLACE2GO	časopis	Hrvatska	7.000	10.000
36.	ITB Berlin News	specijalizirani dnevni list sajma	Njemačka	21.000	21.000
37.	Zagreb shopping guide book	vodič	Hrvatska	4.000	
38.	Gault & Millau	gastro vodič	Hrvatska	17.000	
39.	Hello Zagreb sweet spots	karta	Hrvatska	3.000	
40.	Hello Zagreb 7	karta	Hrvatska	5.000	
41.	Diplomacy&Commerce	magazin	Hrvatska	8.000	
42.	Morski vodiči	vodič za nautičare	Hrvatska, Europa		25.000
43.	Lust auf Kroatien	magazin	Njemačka, Austrija, Švicarska		14.100
44.	Putovanja za dvoje (Place2Go Srbija)	magazin	Srbija		10.000
45.	Apartment plus				12.500
46.	NEPLANIRANO			50.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>			<b>969.000</b>	<b>952.500</b>

#### OGLAŠAVANJE U KONGRESNO-INCENTIVE PUBLIKACIJAMA

RB	Naziv medija	Vrsta publikacije	Jača tržišna zastupljenost	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Croatian Convention & Incentive Magazine	stručni časopis	Hrvatska, kong. burze	30.000	20.000
2.	Kongres Magazine	stručni časopis	Slovenija, regija	10.000	10.000
3.	Biz direkt	stručni časopis	Hrvatska	7.800	8.000
4.	Poslovni dnevnik	info. gospod.	Hrvatska	20.000	20.000
5.	Poslovni turizam	online	Hrvatska	15.000	
6.	Conventa katalog	burz. katalog	svijet	3.000	5.000
7.	Master Meeting Italy's Best	stručni časopis	Italija	9.300	10.000
8.	SEEBtm magazin	stručni časopis	regija	14.000	15.000
9.	"PUNTO MICE" Croatia Report	stručni časopis	Španjolska	17.000	17.000
10.	Meetings International Magazine	BIR (Business Intelligence Report)	svijet	20.000	20.000
11.	Lider	časopis	Hrvatska	10.000	10.000
12.	Partance MICE Magazin	stručni časopis	Francuska	15.000	30.000
13.	Privredni vjesnik: Business & Lifestyle	specijalizirano izdanje	Hrvatska + regija	7.200	8.000
14.	Neplanirano			30.000	150.000
	<b>UKUPNO</b>			<b>208.300</b>	<b>323.000</b>

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

<b>RB</b>	<b>Naziv</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Plan 2019.</b>
1.	Brošura i mapa Korak po korak	170.000	170.000
2.	DVD Zagreb turistički	100.000	50.000
3.	Monografije i knjige - razno	7.000	22.000
4.	Program priredaba	500.000	500.000
5.	Plan grada – letak	340.000	350.000
6.	Zagreb Culture & Events Guide	128.000	130.000
7.	Brošura Dobrodošli u Zagreb	500.000	600.000
8.	Zagrebački vremeplov - brošura/letak	54.000	30.000
9.	Letak "Sigurni na odmoru"	2.000	2.000
10.	Kongresna brošura		50.000
11.	Adventska karta	30.000	50.000
12.	NEPLANIRANO	50.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.881.000</b>	<b>2.004.000</b>

**SUVENIRI**

<b>RB</b>	<b>Naziv</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Plan 2019.</b>
1.	Kalendari - razni	15.000	15.000
2.	Kemijske olovke - razne	45.000	40.000
3.	Licitarska srca	372.000	380.000
4.	Magneti	145.000	152.000
5.	Majice sa dotiskom	53.000	
6.	Privjesci - licitar	165.000	100.000
7.	Rokovnici	80.000	
8.	Vezice za mobitel	78.000	80.000
9.	USB stick	61.000	
10.	Oznaka (name tag) za prtljagu	135.000	100.000
11.	Promotivne vrećice - razne	185.000	170.000
12.	Lepeze s dotiskom	17.000	30.000
13.	Adventske svijeće i mirisi	50.000	
14.	Adventski kalendari	35.000	
15.	Adventski balzam za usne	29.000	
16.	Dekica (Zagreb Be There)	18.000	40.000
17.	Narukvica Festival svjetla Zagreb	12.000	10.000
18.	Jakne Festival svjetla Zagreb		52.000
19.	Blokovi za pisanje		15.000
20.	Mirisne kartice za prostor		63.000
21.	NEPLANIRANO	50.000	50.000
	<b>UKUPNO</b>	<b>1.545.000</b>	<b>1.297.000</b>

**PRILOG 7. – SAJMOVI I PREZENTACIJE**

**SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ**

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m <sup>2</sup>	Plan 2018.	Plan 2019.
		<b>AUSTRALIJA</b>				
1.	Sydney i Melbourne	Travel Industry Expo	kolovoz	4	120.000	150.000
		<b>BUGARSKA</b>				
2.	Sofija	Holiday and SPA Expo	14.-16.2.	12	36.000	40.000
		<b>FRANCUSKA</b>				
3.	Pariz	IFTM Top Resa	1.-4.10.	6	90.000	85.000
		<b>HRVATSKA</b>				
4.	Zagreb	Place2go	15-17.3.		40.000	40.000
		<b>INDIJA</b>				
5.	Mumbai	OTM	18.-20.1.	12	60.000	
		<b>ITALIJA</b>				
6.	Milano	BIT Milano	10.-12.2.			70.000
		<b>IRSKA</b>				
7.	Dublin	Holiday World	25.-27.1.	9	33.000	45.000
		<b>IZRAEL</b>				
8.	Tel Aviv	IMTM	12.-13.2.	9		75.000
		<b>JAPAN</b>				
9.	Tokyo	JATA	rujan	18	90.000	90.000
		<b>JUŽNA KOREJA</b>				
10.	Seoul	HITS	lipanj	18	58.000	68.000
		<b>KANADA</b>				
11.	Montreal	Int. Tourism & Travel Show	listopad	9	70.000	70.000
		<b>KINA</b>				
12.	Hong Kong	ITE	13.-16.6.	12	82.000	92.000
13.	Shanghai	ITB China	15.-17.5.	5	70.000	79.000
		<b>RUMUNJSKA</b>				
14.	Bukurešt	Romanian Tourism Fair	21.-24.2.	15	34.000	47.000
		<b>SAD</b>				
15.	New York	Times Travel Show	25.-27.1.	7	39.000	80.000
16.	San Francisco	Travel and Adventure Show		20	9.000	
17.	Los Angeles	Travel and Adventure Show	16.-17.2.	9	60.000	70.000
		<b>SRBIJA</b>				
18.	Beograd	International Fair of Tourism	21.-24.2.	12		60.000
		<b>ŠPANJOLSKA</b>				
19.	Barcelona	B-Travel	22.-24.4.	12	43.000	55.000
		<b>ŠVEDSKA</b>				
20.	Stockholm	Senior Massan	listopad	9	60.000	50.000

		<b>ŠVICARSKA</b>				
21.	St. Gallen	Grenzenlos	18.-20.1.			105.000
		<b>SINGAPUR</b>				
22.	Singapore	ITB Asia	16.-18.10.	18	150.000	152.000
		<b>SLOVENIJA</b>				
23.	Ljubljana	Narava-Zdravje	29.11.-2.12.			50.000
		<b>RUSIJA</b>				
24.	Moskva	Medtravelexpo		8	45.000	50.000
25.	NEPLANIRANO				50.000	100.000
	<b>UKUPNO</b>				<b>1.239.000</b>	<b>1.723.000</b>

#### NASTUPI S HTZ-om

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2018.	Plan 2019.
		<b>AUSTRIJA</b>				
1.	Beč	Ferienmesse	10.-13.1.	5	30.000	37.000
		<b>FINSKA</b>				
2.	Helsinki	Matka	17.-20.1.	5	32.000	40.000
		<b>FRANCUSKA</b>				
3.	Pariz	MAP	14.-17.3.	5	45.000	55.000
		<b>ITALIJA</b>				
4.	Rimini	TTG	listopad		45.000	50.000
		<b>NJEMAČKA</b>				
5.	Munchen	f.r.e.e.	20.-24.2.	5	49.000	50.000
6.	Berlin	ITB	6. -10.3.	7	71.000	90.000
		<b>RUSIJA</b>				
7.	Moskva	MITT	12.-14.3.	5	46.000	55.000
		<b>ŠPANJOLSKA</b>				
8.	Madrid	FITUR	23.-27.1.	5	34.000	41.000
		<b>UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI</b>				
9.	Dubai	ATM	28.4. -1.5.	5	68.000	70.000
		<b>VELIKA BRITANIJA</b>				
10.	London	WTM	studeni	7	100.000	100.000
	<b>UKUPNO NASTUPI S HTZ-om</b>				<b>520.000</b>	<b>588.000</b>
	<b>UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ-om</b>				<b>1.759.000</b>	<b>2.311.000</b>

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

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Ljubljana	Conventa	23. - 24. 1.	4	26.700	28.000
2.	Frankfurt	IMEX	21. - 23. 5.	4	160.600	200.000
3.	Las Vegas	IMEX America	9. - 12. 9.	4	80.000	100.000
4.	Barcelona	IBTM World	stud/prosinac	4	163.000	190.000
5.	Neplanirano					50.000
	<b>UKUPNO</b>				<b>430.300</b>	<b>568.000</b>

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

RB	Kandidature za stručne skupove, potpore skupovima i projekti	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	8th Annual MCE Central&Eastern Eu Forum, Europe Congress	60.000	
2.	Adria Hotel Forum, Proficisor d.o.o , 20. - 21. 2.	20.000	20.000
3.	4. Zagrebački sigurnosni forum, Udruga Sv. Jurja, 14. - 16. 3.	15.000	15.000
4.	Kongres poduzetnica 2019, Udruga Zagrebinfo, 8.3.	20.000	20.000
5.	LEAP Summit 2019, Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 27.-30.3.	30.000	30.000
6.	Međunarodni simpozij ARS CHORALIS, Hrvatska udruga zborovođa, 5.-7.4.	10.000	
7.	Svjetski kup u obaranju ruke 2019., Hrvatski savez za obaranje ruke, 5.-8. 7.	20.000	20.000
8.	Međunarodni skup: City-making:space, culture and identity, Institut za etnologiju i folkloristiku, 17. - 18. 5.	5.000	
9.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društava distrofičara Hrvatske, 24.- 26. 5.	5.000	5.000
10.	Svjetski kongres poduzetnika, Međ.ekon.forum "Perspektive", 24. - 27.10.	50.000	
11.	25.kongres "Svetost života", Hrvatsko liječničko katoličko društvo, 30. 5. - 3. 6.	40.000	
12.	Animafest Scanner, Hulahop d.o.o., 4.- 5. 6.	10.000	10.000
13.	7. europski pikološki kongres-7EPC 2019, Hrvatsko botaničko društvo, 25.-30.8.	8.000	40.000
14.	5. europski žanrovski forum, Libertas udruga građana, 4.-7.7.	10.000	10.000
15.	International Summer School 2019, Visoko učilište Algebra, 7.- 27. 7.	10.000	
16.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, 9.-11.7.	15.000	15.000
17.	18. svjetski kongres saksofonista, Muzička akademija, 10. - 14. 7.	50.000	
18.	Svjetsko prvenstvo u debati, Hrvatsko debatno društvo, 17. - 21. 9.	40.000	
19.	22. kongres Europske asocijacije za paleopatologiju, Institut za antropologiju, 28. 8. - 1. 9.	40.000	
20.	9. kongres o mineralima glina, Hrvatsko geološko društvo, 29. 9.	10.000	
21.	Konferencija Vrtna umjetnost svijeta, Hrvatsko društvo krajobraznih arhitekata, 20.9.	5.000	
22.	TEDxZagreb, Udruga Ideje Vrijedne Širenja, 14. 9.	15.000	15.000
23.	International Charter Expo - ICE'19, Jadranski skiperi d.o.o., 1. - 3.11.	20.000	20.000
24.	Meeting G 2.5, Udruga za poslovno povezivanje domovinske i iseljene Hrvatske - Meeting G2, 26. - 27. 7.	15.000	15.000
25.	Konferencija: Meteorološki izazovi 6, Hrvatsko meteorološko društvo, 15. - 16. 11.	5.000	

26.	XIX. kongres hotelijera, UPUHH, 29.-30.11.	30.000	30.000
27.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca u kongresnom turizmu, 11.12.	10.000	10.000
28.	CETS - Central European Tourism Summit Zagreb, Cent Euro, 7.- 8. 5.	272.000	700.000
29.	Arheološki turizam, Generalna skupština Feničanske rute, Libertas međunarodno sveučilište, 9. - 11. 10.	20.000	
30.	18. svjetski kongres o pričama i propovijedanju - ISFRN, Institut za etnologiju i folkloristiku (dodatna prezentacija za 2020.); 14. - 17. 4.	7.000	15.000
31.	4. međunarodna konferencija ekspresivne art terapije, Hrvatska udruga za ekspresivnu art terapiju, 12. - 14. 10.	10.000	
32.	Međunarodna konferencija Hrvatske paneuropske unije, Hrvatska paneuropska unija, 19. - 21. 10.	5.000	
33.	3. hrvatski iseljenički kongres, (dodatna promocija za 2020.) Centar za istraživanje hrvatskog iseljeništva, 29. 6.- 1. 7.	10.000	
34.	29. međunarodni IASJ Jazz Meeting, Glazbena škola Ladislav Račić, 29.6. - 5. 7.	5.000	15.000
35.	Seminar iz kanadskih studija: Stranica, pozornost, ekran glas, Hrvatsko-kanadsko akademsko društvo, 12. 5.	5.000	
36.	Simpozij: Međunarodno pozicioniranje romskog jezika, Savez Roma u Republici Hrvatskoj "KALI SARA", 2. - 6. 11.	20.000	10.000
37.	Konferencija Future Tense, Komunikacijski laboratorij, 3. 10.	30.000	30.000
38.	Konferencija o medicinskom i zdravstvenom turizmu, veljača	200.000	200.000
39.	Konferencija: Može li hrvatski turizam 365? - 3. korak, Julius Rose d.o.o., 2. 10.	20.000	20.000
40.	3. investicijski forum zdravlja i turizma Adriatic regije - AHT Forum, Medicinska grupa, 9. - 11. 10.	10.000	10.000
41.	Međunarodna konferencija o arheološkom turizmu, Arheološki muzej u Zagrebu, 6. - 10.5		20.000
42.	Skup flautista Muzičkih akademija regije, Zagrebački ansambl flauta, 27. - 28. 4.		10.000
43.	Kongres Europske motociklističke asocijacije - FIM Europe, Hrvatski motociklistički savez, 4. - 7. 7.		15.000
44.	Stručni skup Turistički potencijal suradnje Zagreba, Sarajeva i Beograda kroz implementaciju kulturne rute židovske baštine, Hrvatska udruga za turističke i kulturne rute Tur Kultur, travanj		15.000
45.	Godišnja skupština International Internet Preservation Consortium i međunarodna konferencija o arhiviranju weba, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 5. - 7. 6.		10.000
46.	Međunarodna konferencija Extreme Value Analysis - EVA 2019, Prirodoslovno-matematički fakultet, 1. - 5. 7.		30.000
47.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni eventi d.o.o., 19. - 21. 3.		100.000
48.	11th Symposium for European Freshwater Sciences - SEFS11, Hrvatsko udruženje slatkovodnih ekologa, 30. 6. - 5. 7.		20.000
49.	Godišnja skupština Europske udruge ustanova za veterinarsku naobrazbu, Veterinarski fakultet, 30. 5. - 1. 6.		20.000
50.	Završna konferencija EDU-LAB projekta, Zaklada Znanje na djelu, 15. - 17. 5.		10.000
51.	1. hrvatski kongres jednodnevne kirurgije, Hrvatsko društvo za jednodnevnu kirurgiju, HLJZ, 5. - 7. 12.		10.000
52.	Potpore za candidature - neraspoređeno	110.000	150.000
	<b>UKUPNO:</b>	<b>1.292.000</b>	<b>1.685.000</b>

**PRILOG 10. – RASHODI TIC - evi****TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA**

<b>RB</b>	<b>Opis</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Plan 2019.</b>
1.	Usluge student servisa	50.000	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	1.300	
6.	Usluge održavanja	15.000	15.000
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	20.000	20.000
8.	Komunalne usluge	25.000	25.000
9.	Uređenje prostora	15.000	15.000
10.	Troškovi reprezentacije	15.000	15.000
11.	Literatura (glasila, časopisi..)	5.000	6.000
12.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	5.000
	<b>Ukupno:</b>	<b>321.300</b>	<b>321.000</b>

**TIC - ZRAČNA LUKA**

<b>RB</b>	<b>Opis</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Plan 2019.</b>
1.	Usluge student servisa	90.000	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	500	
6.	Usluge održavanja	4.000	4.000
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	7.000	7.000
8.	Komunalne usluge	4.000	4.000
9.	Uređenje prostora	5.000	5.000
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	5.000	6.000
11.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000	2.000
	<b>Ukupno:</b>	<b>152.500</b>	<b>113.000</b>

**TIC - GLAVNI KOLODVOR**

<b>RB</b>	<b>Opis</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Plan 2019.</b>
1.	Usluge student servisa	35.000	30.000
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	
7.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	3.000
	<b>Ukupno:</b>	<b>128.000</b>	<b>120.000</b>

**TIC - AUTOBUSNI KOLODVOR**

RB	Opis	Plan 2018.	Plan 2019.
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	200	
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>260.200</b>	<b>260.000</b>

**TIC – LOTRŠČAK**

RB	Opis	Plan 2018.	Plan 2019.
1.	Usluge student servisa	60.000	60.000
2.	Usluge najma	60.000	60.000
3.	Radna odjeća	5.000	5.000
4.	Troškovi telefona, internet		
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>138.000</b>

**PRILOG 11. - MARKETINŠKI PROJEKTI, FINACIJSKE POTPORE I POSLOVNE SURADNJE**

<b>RB</b>	<b>Marketinški projekti</b>	<b>Plan 2018.</b>	<b>Plan 2019.</b>
1.	Hrvatski zvukopis APP -Umjetnička organizacija 'Yelo, za interdisciplinarni umjetnički proces'	50.000	20.000
2.	SightRun, APP - Adventure Donkey d.o.o.	60.000	
3.	TimeWeb, platforma - Invariant d.o.o.	20.000	
4.	ZagrebTimeTrav.APP, turistička tura - Dare2dream d.o.o.	20.000	
5.	CBR APP, Croatia Bike Routes - Promeks kompjuter d.o.o.	20.000	
6.	FREEWA APP - Freewa project d.o.o.	40.000	
7.	Fun Zagreb - obiteljska putna aplikacija - Udruga Arts		20.000
8.	360 Zagreb Stories - MDM Studio		20.000
9.	Vodič kroz židovski Zagreb - Židovska općina Zagreb		30.000
10.	Zagreb Gay Guide	13.000	13.000
11.	Dotisak letaka Park prirode Medvednica	25.000	
12.	Promotivna knjižica Kuća Šenoa	15.000	
13.	Novine Zagreb4You	253.000	253.000
14.	Zagreb Times novine	623.000	630.000
15.	Time Out Zagreb		375.000
16.	Fotofestival u Koreji		15.000
17.	Hello Zagreb		112.500
18.	Muzej iluzija		500.000
19.	NEPLANIRANO		150.000
	<b>UKUPNO:</b>	<b>1.139.000</b>	<b>2.138.500</b>