



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED

PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2020. GODINU

Zagreb, listopad 2019.

Program rada i financijski plan za 2020. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2020. godinu, svim utvrđenim zadaćama novim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakonom o turističkoj pristojbi, Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama, potrebama grada Zagreba, posebnim uputama Hrvatske turističke zajednice te Odlukom Grada Zagreba o visini turističke pristojbe za 2020. godinu, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada i financijski plan za 2020. godinu.

Sadržaj

Uvod.....	03
1. Struktura marketing miksa	
I. Administrativni rashod.....	10
II. Dizajn vrijednosti.....	11
III. Komunikacija vrijednosti.....	15
IV. Distribucija i prodaja vrijednosti.....	19
V. Interni marketing.....	21
VI. Marketinška infrastruktura.....	22
VII. Transfer boravišne pristojbe gradu.....	23
2. Financijski plan	
VIII. Prihodi.....	25
IX. Rashodi.....	26
X. Rekapitulacija.....	28
3. Prilozi	
Prilog 1. Rashodi ureda.....	30
Prilog 2. Potpore događanjima.....	31
Prilog 3. Potpora razvoju DMO-a.....	39
Prilog 4. Brošure i suveniri.....	41
Prilog 5. Sajmovi	42
Prilog 6. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	43
Prilog 7. Kandidature za stručne skupove, potpore i projekte...44	
Prilog 8. Rashodi TIC – evi	46
Prilog 9. Potpore marketinškim projektima	48

UVOD

Grad Zagreb je administrativni i politički centar Republike Hrvatske te je već dugi niz godina profiliran kao krajnja destinacija, prvotno poslovna, 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 2019. godine pokazuju turističku orijentaciju, a optimistični pozitivni podaci se pokazuju na svako-mjesečnoj razini u 2019. godini.

Grad Zagreb posljednjih je godina unaprijedio i povećao ponudu smještajnih kapaciteta – 2016. godini grad je raspolagao s 7.397 kreveta u 57 hotela, 2.209 kreveta u 47 hostela, 5.191 krevetom u 1.304 privatnih iznajmljivača te 6.421 krevetom u različitim smještajnim objektima. U 2017. grad je nudio 7.387 kreveta u 61 hotelu, 2.344 kreveta u 51 hostelu, 7.103 krevet u 1.870 privatnih iznajmljivača te 6.436 kreveta u različitim smještajnim objektima, dok je u 2018. godini Zagreb raspolagao s 8.099 kreveta u 67 hotela, 2.347 kreveta u 51 hostelu, 8.685 kreveta u 2.333 privatnih iznajmljivača te 6.336 kreveta u različitim smještajnim objektima. U rujnu 2019. godine u Zagrebu je bilo 67 hotela (8.497 kreveta), zatim 53 hostela (2.394), 2.468 privatna iznajmljivača (koji upravljaju s 3.844 smještajna objekta s ukupno 9.248 kreveta), 4 seoska domaćinstva i 11 drugih smještajnih objekata.

Prosječna zauzetost hotelskih kapaciteta u prvih 9 mjeseci 2019. godine iznosi 54,98% u hotelima s 5*, 51,61% u hotelima s 4*, 43,31% u hotelima s 4/3*, 54,13% u hotelima s 3*, 38,25% u hotelima s 2* i u nekategoriziranim hotelima 34,70%. Prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci svih kategorija hotelskih kapaciteta iznosi 52,25%, u hostelima 25,96%, a u privatnom smještaju 22,66%. Posebno se ističe porast otvaranja privatnog smještaja i to 13% u odnosu na prvih 9 mjeseci 2018. godine (480 novootvorenih privatnih iznajmljivača, dok je zatvoreno 320 privatna iznajmljivača).

Posljednji pokazatelji ukazuju na rast i stabilnost hrvatske i svjetske ekonomije uz oprez predviđanja za 2020. godinu, no za očekivati je da će, nakon turistički pozitivnih pokazatelja u 2019. godini, i 2020. godina biti kvalitetnija od 2019. 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. Cjelogodišnja turistička ponuda grada Zagreba uključuje brojne sportske, eno i gastronomske te kulturne projekte i manifestacije te rezultira raznolikošću turističke ponude i privlači mnoge domaće i strane turiste. Stoga je potrebno kontinuirano podizati razinu kvalitete i izvedbe postojećih projekata i manifestacija te s posebnom pažnjom razvijati nove, usklađujući pritom najnovije svjetske trendove u razvoju turističkih destinacija s lokalnom zajednicom. Poseban naglasak i dalje će se stavljati na razvoj kulturnog turizma te na kvalitativni razvoj Adventa u Zagrebu kroz brojne kulturno-umjetničke programe te prezentaciju gastronomske ponude Zagreba brojnim posjetiteljima. Uspjeh Adventa u Zagrebu ukazuje na važnost i ulogu turizma (turističkih dolazaka i noćenja) i turističkog proizvoda u gradu Zagrebu i u zimskom dijelu godine. U daljnjem razvoju kulturnog turizma, kroz pojedine turističke projekte, više će se koristiti i prezentirati zagrebačka i hrvatska kulturno-povijesna baština. Prezentacija hrvatske eno i gastronomske

scene je također vrlo važna u promociji turizma te se i u tom segmentu planira kontinuirani razvoj kvalitete i sadržaja projekata. Razvoj Zagreba kao održive destinacije glavna je odrednica planiranja i daljnjeg razvoja svih turističkih i kulturnih projekata, što podrazumijeva održivost u ekološkom smislu te uvažavanje lokalne zajednice kao važnog dionika razvoja turizma. Shodno navedenom i dalje se nastavlja s projektom Kultura turizma u srednjim školama na području grada Zagreba, kako bi se, edukacijom učenika srednjih škola podigla svijest o vlastitom gradu te upoznalo 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 turističke pristojbe za poboljšanje uvjeta boravka turista za 2020. 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 68. mjesto na svijetu za 2018. 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. I nadalje se bilježi trend porasta interesa za Zagreb kao incentive destinacije, osobito s dalekih tržišta poput SAD-a, Indije i drugih tržišta s kojima su uspostavljene bolje veze u zračnom prijevozu. Kontinuirano se izgrađuju i adaptiraju hotelsko-kongresni kapaciteti, što doprinosi ukupnoj kvaliteti ponude.

U 2017. godini otvoreni terminal Međunarodne zračne luke Zagreb kontinuirano bilježi rast putnika te 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 putovanja. Važno je istaknuti i mogućnosti otvaranja i povezivanja kao i održavanja postojećih novo otvornih linija s dalekih tržišta (Seul, Dubai, Doha, Toronto), a izuzetno je važna i dobra suradnja s nacionalnom aviokompanijom Croatia Airlines.

S obzirom da se Zagreb već profilirao kao „city break“ destinacija potrebno je nastaviti s razvojem turističkih proizvoda koji će i dalje privlačiti takav profil turista. Stoga TZGZ stavlja poseban naglasak na daljnji kvalitativni razvoj projekta Festival svjetla Zagreb, koji predstavlja turistički proizvod i projekt koji se razvija s ciljem privlačenja posjetitelja u periodu kada je smanjena popunjenost smještajnih

kapaciteta. S fokusom na kulturne programe koji će oplemeniti turističku ponudu, TZGZ će kontinuirano razvijati nove projekte samostalno i u suradnji s partnerima. Jedan od primjera takve suradnje je i projekt Dubrovačkih ljetnih igara u Zagrebu, koji se, nakon uspješnog prvog ostvarenja u rujnu ove godine, planira i za sljedeću godinu. Projekti i događanja koji se iz godine u godinu nadograđuju i nadopunjuju novim sadržajima, prateći nove trendove u prezentiranju zabave, kulture i tradicije na svjetskom turističkom tržištu doprinose razvoju Zagreba kao prepoznatljive urbane i moderne turističke destinacije s mediteranskim šarmom i bogatom kulturno-povijesnom baštinom.

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 i nadalje se radi na kvalitativnom profiliranju i stavljanju naglaska na komparativne prednosti. 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 2020. godine i nadalje 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 2020. 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, novom paketu Zakona u sustavu upravljanja 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 2020. godine očekuje se porast prihoda od turističke pristojbe zbog nove Odluke o visini turističke pristojbe za 2020. godinu. U 2020. godini očekuje se i prilagodba općih akata, metoda i standarda rada Turističkog ureda novom uređenju zakonskog okvira – novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakonu o članarinama u turističkim zajednicama i Zakonu o turističkoj pristojbi.

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
- 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 te destinacije zdravstvenog i kulturnog turizma
- 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

Turistička zajednica grada Zagreba u 2020. godini planira provesti istraživanje pod nazivom Grad Zagreb kroz oči i iskustvo posjetitelja: Big data analiza društvenih medija i ostalih online izvora podataka o imidžu grada Zagreba pomoću eDEST inovativnog sustava za upravljanje imidžom turističke destinacije Ovo istraživanje pružit će TZGZ sljedeće rezultate:

- uvid u sveobuhvatan imidž destinacije
- analizu atributa ponude koje turisti percipiraju pozitivno
- analizu atributa ponude koje turisti percipiraju negativno
- identifikaciju proizvoda na temelju kojih turisti percipiraju destinaciju
- uvid u percepciju atmosfere u destinaciji.

Također u 2020. godini planira se i izrada novog Strateško operativnog marketinškog plana s obzirom da je postojeći ostvaren za razdoblje od 2017. do 2020. godine.

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 2020. 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 2020. godini nastaviti će se s aktivnostima koje su započete tijekom 2018. godine, odnosno koje su dodatno osuvremenjene kako bi bolje odgovarale novim potrebama. Važno je istaknuti i sveobuhvatan online i offline pristup ljetnoj i zimskoj oglašivačkoj kampanji – Zagreb Summer Tour (kampanja koja prikazuje Zagreb kao grad koji živi na otvorenom tijekom ljetnih mjeseci), Advent u Zagrebu, ali i Festivalu svjetla Zagreb, kao događanju koje obilježava početak proljeća.

U svrhu povećavanja efikasnosti dodatno će se usavršavati 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 2020. godini planira se potpuni redizajn Internet stranica TZGZ-a i preuzimanje novih internet tehnologija.

U 2020. godini nastaviti 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 profiliranih za zdravstveni turizam. Posebna pažnja bit će posvećena predstavljanju Zagreba kao grada medicinske izvrsnosti i to kroz konferencijske aktivnosti predstavljanja i umrežavanja medicinske industrije Zagreba i okolice.

Također, u 2020. godini nastaviti će se i sa tijekom 2019. godine započetom uspješnom kampanjom Zagreba kao kulturne destinacije za čije potrebe su izrađene i podstranice Zagreb Culture and Arts na tržištu SAD u suradnji sa Smithsonian.com.

Program rada i financijski plan za 2020. godinu proveden je sukladno javnom pozivu za prikupljanje prijave za sufinanciranje projekata, manifestacija, marketinških projekata, skupova i kandidatura u 2020. godini i sada po prvi puta zajedno s usvojenim Programom dodjele *de minimis* potpora za razvoj turističkog proizvoda. Sukladno navedenom, kao dio programa rada je odluka o dodjeli *de minimis* potpora, a sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice, Zakonu o državnim potporama te Uredbi Komisije br. 1407/2013 o primjeni članka 107. i 108. Ugovora o funkcioniranju Europske unije na *de minimis* potpore.

Turistička zajednica, slijedom analize dolazaka i noćenja za prvih 9 mjeseci 2019. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 1.430.000 dolazaka i 2.600.000 noćenja pri čemu bi premašili procjenu iz Strateško operativnog marketinškog plana TZGZ 2018.-2020 (1.275.397 dolazaka i 2.459.684 noćenja). Za 2020. godinu je procjena ostvarenja prema strateškom dokumentu 1.350.346 dolazaka i 2.666.233 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 ostvare noćenje u Zagrebu i tako generiraju turističku potrošnju. U razdoblju siječanj – rujan 2019. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 1.092.173 dolazaka i 1.979.820 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 150.047 dolazaka te 286.552 noćenja (14,47% ukupnih noćenja), a strani turisti 942.126 dolazaka i 1.693.268 noćenja (85,53% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2018. godinu, ostvaren je porast broja dolazaka turista za 3% (domaći

dolasci su veći za 7 % i strani dolasci su veći za 2%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 4% (domaća noćenja su veća za 9%, a strana noćenja veća za 4%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: Koreja 77.994 (2% manje nego u istom razdoblju 2018. godine), SAD 67.454 (2% više nego 2018.g.), Njemačka 56.292 (3% više), Italija 48.025 (6% više), Kina 46.509 (11% više), a potom slijede turisti iz Španjolske, Bosne i Hercegovine, Francuske, Ujedinjenog Kraljevstva i Kanade. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz SAD-a 145.310 (3% više nego 2018.g.), Njemačke 105.316 (1% više), Koreje 99.131 (6% više), Italije 95.459 (7% više), Španjolske 67.878 (4% više), a potom slijede turisti iz Kine, Ujedinjenog Kraljevstva, Bosne i Hercegovine, Australije i Francuske. Unutar prvih 25 tržišta po broju dolazaka, značajan porast broja turista u Gradu Zagrebu s obzirom na postotak povećanja (indeks), tijekom razdoblja siječanj – rujan 2019. godine, u odnosu na isto razdoblje 2018. godine, ostvarili su turisti iz Ukrajine (32% više), Čilea (29% više), Tajvana (28% više), Meksika (24% više), Portugala (22% više), Indonezije (21% više), ostalih zemalja Južne i Srednje Amerike (21% više) te Hong Konga (17% više). Na isti način, ali sagledavajući noćenja, unutar prvih 25 tržišta po broju noćenja, ostvaren je i značajan porast s obzirom na postotak povećanja (indeks) iz Ukrajine (40% više), Čilea (34% više), Slovačke (27% više), ostalih zemalja Južne i Srednje Amerike (24% više), Tajvana (23% više), Portugala (20% više), Brazila (17% više) te Kine (17% više).

Stoga je važno napomenuti kako se i u prvih 25 zemalja prema najvećem broju dolazaka ističu promjene u poretku broja dolazaka i to turista iz Francuske (s 13. mjesta u 2018. godini na 8. mjesto u 2019. godini), Srbije (s 16. mjesta na 13. mjesto), Tajvana (s 25. mjesta na 20. mjesto) i Švicarske (s 26. mjesta na 24. mjesto), a značajni pomaci u poretku prema najvećem ostvarenom broju noćenja su iz Nizozemske (s 17. mjesta na 15. mjesto), Indije (s 22. mjesta na 20. mjesto), Švicarske (s 25. mjesta na 22. mjesto) i Brazila (s 26. mjesta na 23. 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 2020. godinu.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA
ZA 2020. 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: 11.440.000

2. Rashodi ureda

Ured Turističke zajednice grada Zagreba će koordinirati izvršenje Programa rada i provoditi sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Zagreba. Prilog 1.

Planirana sredstva: 3.973.400

3. Rashodi TIC – evi

Cjelogodišnje prikupljanje, obrada i davanje informacija o svim relevantnim događanjima na području grada Zagreba, odvijat će se tijekom 2020. godine putem svih pet Turističkih informativnih centara - TIC (Trg bana J. Jelačića, kula Lotrščak, Glavni kolodvor i Autobusni kolodvor te Zračna luka Franjo Tuđman).

Distribucija informacija odvijat će se u izravnim susretima s posjetiteljima (njihovim dolaskom u neki od TIC-eva) te putem elektronske i telefonske komunikacije. Svih pet TIC-eva bit će (u svojem 10-12 satnom radnom vremenu) dostupno posjetiteljima svakoga dana te nedjeljom i državnim blagdanima. Iznimka su svega četiri državna blagdana (Nova godina, Uskrs, Dan mrtvih i Božić), kad su svi TIC-evi zatvoreni za posjetitelje.

Osim navedenih načina distribucija informacija, svi TIC-evi će tijekom cijele godine dio prikupljenih i obrađenih informacija tiskati u mjesečniku „Program priredaba“.

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

Za neka specifična događanja i priredbe tijekom 2020. godine, bit će potrebe za uspostavljanjem privremenih info-punktova, kako bi informacije sudionicima istih bile što dostupnije. Za navedene poslove primarno će biti angažirani zaposlenici TIC-eva ili po potrebi za to osposobljeni studenti (posredstvom studentskih centara).

Kao i tijekom prethodnih 20-ak godina, evidencija o broju domaćih i inozemnih posjetitelja vodit će se u svim TIC-evima na dnevnoj bazi tijekom cijele 2020. godine. Prilog 8.

OD i ostala primanja radnika: 3.540.000

Ostali troškovi: 1.060.000

Planirana sredstva: 4.600.000

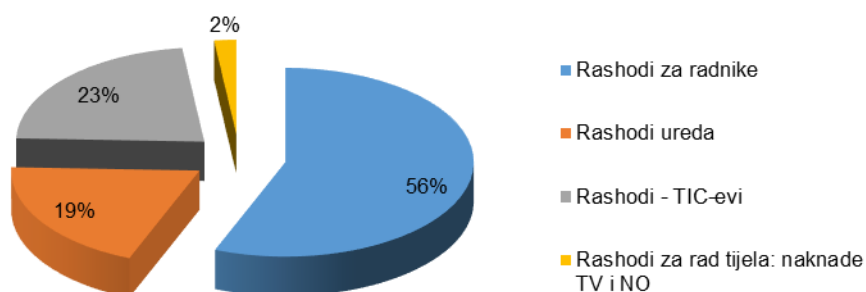
4. Rashodi za rad tijela: Naknada TV i NO

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

Planirana sredstva: 385.000

I. UKUPNO ADMINISTRATIVNI RASHODI 20.398.400

Administrativni rashodi



II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

Postavljanjem cvjetnih košarica na ulične lanterne i zidove palača Gornjeg i Donjeg grada oplemenjuju se turistički atraktivne lokacije i time turistima čine boravak u Zagrebu ugodnijim, doprinoseći ugođaju kontinentalnog grada s mediteranskim, opuštenim šarmom. S projektom se nastavlja i u ovoj godini.

Planirana sredstva:

200.000

2. Potpora događanjima

Zagreb predstavlja jedinstven spoj kontinentalne i mediteranske Hrvatske. Kulturno je znanstveno, gospodarsko, političko i administrativno središte te turistička destinacija u kojoj se tijekom cijele godine održavaju brojne manifestacije i projekti lokalnog i međunarodnog karaktera. TZGZ je usmjerena na poticanje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i sličnih manifestacija pri čemu partnerima, organizatorima pruža podršku u promidžbenom, financijskom i savjetodavnom smislu, sukladno svojim zadaćama i ciljevima.

Prilikom odlučivanja o dodjeli potpora naglasak je na poticanju razvoja postojećih i kreiranju novih projekata kojima se povećava broj dolazaka i noćenja u destinaciji, obogaćuje turistička ponuda destinacije te promovira turistički proizvod Zagreba. Na ovaj način želi se razviti turistički proizvod grada Zagreba - kako onaj koji generira dolaske, tako i onaj koji stvara ugođaj prilikom boravka u destinaciji. Izuzetno dobru prihvaćenost od strane posjetitelja ima već tradicionalni Floraart - međunarodna vrtna izložba, zatim projekti poput Design Weeka Zagreb, ZGodionice, Plac Mljaca - ljeta na Trešnjevačkom placu, Gentleman's Faira Zagreb i mnogih drugih. Podržavaju se i različiti tematski razgledi grada - od onih temeljenih na legendama ili povijesnim likovima poput Secret Zagreba, Šetnje s M. J. Zagorkom, onih koji su vezani uz gastronomsku ponudu do, sukladno najnovijim trendovima, razgleda najrazličitijim ekološki prihvatljivim prijevoznim sredstvima kao što su biciklističke ture, Segway City Tour, Zelene oaze grada Zagreba - ture s e-romobilima, itd.

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 autohtonu kuhinju.

U Zagrebu se održavaju i mnoga domaća i međunarodna sportska natjecanja i sportske manifestacije koje osim što doprinose daljnjem razvoju sporta svakako utječu na povećanje broja dolazaka posjetitelja, boljoj popunjenosti smještajnih kapaciteta te povećanoj turističkoj potrošnji u vrijeme njihova održavanja. Brojne sportske manifestacije popraćene su od strane inozemnih medija što posebno doprinosi dodatnoj promociji Zagreba. Uz mnoga europska i svjetska prvenstva kojima je Zagreb gotovo svake godine domaćin posebno se ističe već poznati Zagrebački maraton, međunarodno klizačko natjecanje Zlatna pirueta, hrvačko natjecanje Zagreb Open Grand Prix te međunarodno dječje natjecanje International Dance Open.

Tri puta dobivena titula „Best Christmas Market“ u okviru natjecanja od strane nezavisnog portala European Best Destinations kao i sve brojniji posjetitelji adventskih lokacija samo su neki od pokazatelja uspješnosti Adventa u Zagrebu. Zagreb se pozicionirao kao nezaobilazno turističko odredište u vrijeme Adventa, što je rezultat 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 iz godine u godinu sve su atraktivniji, uključuju kreativne koncepte i interpretiraju gradske lokacije na zanimljiv način, šireći na taj način prepoznatljivu kulturu dnevnog boravka i na zimski period. Nastavno postignutim uspjesima, u ovoj godini nastavlja se kvalitativna nadogradnja postojećih sadržaja te daljnja promocija ovog turističkog proizvoda uz naglasak na razvoju i kreiranju kulturnih programa i dodatnih održivih sadržaja u okviru Adventa u Zagrebu.

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

U skladu s nastojanjima TZGZ-a za razvijanjem kulturne ponude, podržavaju se projekti koji predstavljaju iskorak iz institucija, i kulturu i baštinu približavaju posjetiteljima izvan muzejskih prostora kroz projekt „Muzeji izvan muzeja“ te projekti vezani za popularnu street art scenu kao što je Art Park Zagreb i projekt OKOLO.

Isto tako, podržat će se Design district Zagreb koji ima namjeru stimulirati izgradnju 'kreativne

zone Martićeva' prvenstveno kroz umrežavanje i suradnju dionika postojeće lokalne kreativne scene i osnaživanje njihovih kapaciteta, kao i kroz oživljavanje brojnih neiskorištenih prostora, te poticanje stvaranja novih stalnih i povremenih sadržaja.

Nastavlja se s prošle godine odlično prihvaćenim projektom Dubrovačke ljetne igre u Zagrebu koji je u jesenskoj sezoni predstavio kazališne i glazbene programe s Dubrovačkih ljetnih igara i izazvao velik interes zagrebačke publike. Pruža se značajnija potpora Ljeto u MSU, multimedijalnom projektu koji uključuje glazbeni, filmski, scenski i literarni program s tendencijom uključivanja i novih rodova i žanrova pop-kulture i umjetnosti i koji će ove godine dovesti inozemnog izvođača od interesa za regiju.

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

Mnogi festivali koji se održavaju tijekom cijele godine svojom atmosferom i programima kontinuirano privlače tisuće posjetitelja, kako domaćih tako i stranih, a utječu i na percepciju Zagreba kao zabavne, zanimljive i živopisne destinacije. Ulični, glazbeni, filmski, kazališni, gastro i drugi 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 poput Pop Up Summer Garden, Zagreb Beer Fest, Ljeto kod Matoša i mnogi drugi koji obogaćuju ponudu tijekom ljetnih mjeseci za raznoliku publiku. 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 ove godine nastavlja se suradnja s turističkim zajednicama unutar sustava kojima se pruža podrška prilikom prezentacije njihove turističke ponude u Zagrebu. Predstavljanje turističkih zajednica iz drugih krajeva Hrvatske u Zagrebu doprinosi upoznavanju građana grada Zagreba i turista s bogatstvom i raznolikošću kulturne, povijesne i tradicijske baštine tih područja, a s ciljem očuvanja bogate kulturno umjetničke tradicije i običaja njihovog kraja.

Podupire se rad kulturno umjetničkih društva s područja grada Zagreba kao i suradnja s brojnim udrugama na području Grada Zagreba koje njeguju i promoviraju tradicijske vrijednosti i doprinose promociji Zagreba.

Kulturne ustanove i razne institucije, ansambli i kulturni centri koji su od značaja za turističku ponudu Zagreba podržavaju se u okviru donacija u kulturi. Od kulturnih ustanova to su primjerice Umjetnički paviljon, Galerija Klovićevi dvori, Muzej suvremene umjetnosti, Muzej grada Zagreba, Tehnički muzej, Etnografski muzej, Arheološki muzej, Muzej iluzija, Muzej za umjetnost i obrt i dr. Spomenutim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnji program rada ili za posebne projekte ili izložbe od posebnog značaja poput izložbe u Umjetničkom paviljonu u Zagrebu koji svake godine priređuje jednu veliku međunarodnu izložbu poznatih svjetskih umjetnika. U 2020. godini to je suradnja s Johannesburg Art Gallery iz Johannesburga koja će predstaviti vodeće europske i južnoafričke umjetnike kao i izložba Zagreb - grad umjetnica. Podržan je Arheološki muzej u Zagrebu s programima Festival EU arheologije, Glazbeni Salon AMZ-a i muzejska akcija „Zagreb dok ga još ni bilo - prije 1094“. Suradnja se ostvaruje i s URK Močvara i Tvornicom kulture koji prate urbanu i alternativnu scenu.

Dio potpora projektima i manifestacijama TZGZ-a dodjeljuje se 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.

Planirana sredstva:

11.390.500

3. **Potpoma razvoju DMO-a**

Pod projektima TZGZ-a podrazumijeva se čitav niz manifestacija i događanja koje su nastale kao rezultat promišljanja i ideja djelatnika unutar TZGZ-a kao i sugrađana. Projekti se iz godine u godinu nadograđuju i nadopunjuju novim sadržajima te na taj način i razvijaju prateći nove trendove u prezentiranju zabave, kulture i tradicije na svjetskom turističkom tržištu. Projekti TZGZ se provode u suradnji sa stručnim organizacijama, društvima i udrugama uz pomno praćenje provedbe od strane djelatnika TZGZ-a pri tom sustavno radeći na kvaliteti postojećih ili na uvođenju i osmišljavanju novih projekata. Rezultat ovakvog pristupa je mogućnost konzumiranja najrazličitijih zabavnih, ali i edukativnih sadržaja vezanih za povijest i kulturu Zagreba, baziranih na povijesnim činjenicama, pričama i legendama unutar Zagrebačkog vremeplova od kojih se ističu Smjena straže i Plesne večeri na Zrinjercu, folklorna događanja, glazbena ulična događanja itd. a od ostalih projekata značajniji su Dvorišta, Tanceraj i sl. Svake godine TZGZ prigodno obilježava neke značajne datume, kao što su Uskrs, Dan grada Zagreba i Svjetski dan turizma.

Spomenuta događanja stvaraju pozitivno ozračje u Gradu te izazivaju pozitivne reakcije kako lokalnog stanovništva tako i turista koji prepoznaju ovakav način prezentacije kulturnog, povijesnog i folklornog nasljeđa Zagreba

Festival svjetla Zagreb turistički je proizvod i projekt na koji TZGZ stavlja poseban naglasak zadnjih godina, a razvija se s ciljem privlačenja posjetitelja u periodu kada je smanjen intenzitet dolazaka u Zagreb, a sukladno tome i popunjenost smještajnih kapaciteta. Ovaj festival održat će se četvrtu godinu za redom na različitim lokacijama Gornjeg grada i šire s naglaskom na atraktivnim idejnim rješenjima i vrhunskim izvedbenim tehnologijama. Festival raste kvalitetom sadržaja, brojem lokacija kao i nastupima inozemnih sudionika što mu daje i međunarodni karakter. U tom se smjeru nastavlja i nadalje s pomnim planiranjem programa i lokacija. S fokusom na kulturne programe koji će oplemeniti turističku ponudu u jesen, razvija se i ideja o umjetničkom projektu Zagreb Art Fair čiji je cilj popularizirati umjetnost i kulturu te široj javnosti i turistima prezentirati što u ovom trenutku nudi vibrantna hrvatska umjetnička scena. Prilog 3.

Planirana sredstva:

7.800.500

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

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

Direktnom suradnjom s touroperatorima i putničkim agencijama potiče se kreiranje novih turističkih proizvoda ili stvaranje dodatne vrijednosti na temelju već postojeće turističke ponude. Od velikog značaja je i suradnja s avioprijevoznicima te promocija direktnih avionskih linija za Zagreb. Stoga je neophodno pružiti potporu nacionalnom avioprijevozniku, ali i sve prisutnijem broju ostalih avioprijevoznika, kao i touroperatorima/turističkim agencijama koje organiziraju charter letove za Zagreb. Sredstva su raspoređena kako slijedi:

Agencije i touroperatori: 140.000

Croatia Airlines 1.100.000

Ostali avio prijevoznici: 700.000

Planirana sredstva:

1.940.000

5. **Kandidature za stručne skupove, potpore skupovima i projekti / kongresni odjel**

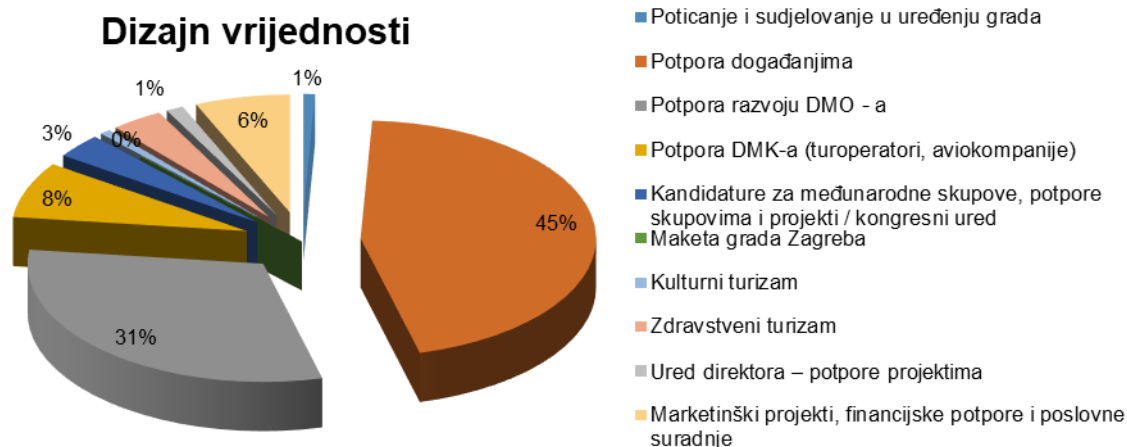
Kandidature za međunarodne skupove, kao i potpore za održavanje skupova i posebnih događanja uključuju savjetodavnu pomoć i financijska sredstva. Prema potrebi, a kada to predstavlja obvezu budućeg grada domaćina, sudjeluje se u organizaciji posebnih prezentacija. Osim potpora za candidature i dobivene skupove, planiraju se sredstva za organizaciju posebnih projekata. U 2020. godini planira se organizacija Meetex-a, koja predstavlja kombinaciju radionice i networking događanja. Meetex je vrlo uspješno organiziran u 2019. godini, okupio je brojne međunarodne kupce zainteresirane za organizaciju kongresa i incentive putovanja u Hrvatskoj. Za razliku od sličnih događanja, Meetex je u potpunosti orijentiran prezentaciji domaće ponude, te kao takav predstavlja središnje događanje koje okuplja kongresno-incentive ponudu Hrvatske.

Planiraju se potpore za candidature međunarodnih skupova i potpore značajnijim dobivenim skupovima i projektima. Prilog 7

Planirana sredstva:

835.000

- 6. 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
- 7. Kulturni turizam**
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 gostujuću izložbu Ivana Meštrovića u Pragu (Muzeji Ivana Meštrovića - Atelijer Meštrović), Etnografskog muzeja Zagreb u Ljubljani te za Festival hrvatske glazbe u Beču.
Planirana sredstva: 190.000
- 8. Zdravstveni turizam**
S obzirom na značajni razvojni potencijal zdravstvenog turizma, u 2020. godini će se nastaviti s ranije započetim aktivnostima vezanima za razvoj i pozicioniranje Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma. U 2019. godini izrađena je specijalizirana brošura zdravstvenog turizma Zagreba na pet jezika, a u 2020. godini će se ona otisnuti u svim jezičnim varijantama. Planiraju se i marketinške aktivnosti kao što je oglašavanje u specijaliziranim publikacijama te dvije offline kampanje u Zagrebu i drugim najposjećenijim hrvatskim gradovima. 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. Planirane su dvije de minimis potpore :
Anti-aging and Aesthetics Congress Zagreb 2020 - Hrvatsko društvo
za estetsku kirurgiju 100.000
Sajam Dentex - Hrvatska komora dentalne medicine 100.000
Planirana sredstva: 900.000
- 9. Ured direktora – potpore projektima**
Tijekom godine pojavljuju se zamolbe za potporama koje nije moguće predvidjeti. Prema odluci Turističkog vijeća, direktor ureda ima mogućnost odobravanja određenog iznosa za događanja od turističkog značaja za Zagreb.
Planirana sredstva: 300.000
- 10. Marketinški projekti, financijske potpore i poslovne suradnje**
TZGZ u 2020. godini sufinancirat će, po zaprimljenim Prijavama za marketinške projekte, projekte u smislu aplikacija za mobilne uređaje, interaktivne vodiče te platforme koje će, po njenoj ocjeni, uvelike pridonijeti obogaćivanju turističke ponude te promociji turističkog proizvoda Zagreba i njegove raznolikosti. U sklopu sufinanciranja projekata prema zaprimljenim prijavama, TZGZ u 2020. godini nastavit će podupirati projekte koji su od važnosti za kvalitetnu prezentaciju grada kako u tiskanim izdanjima tako i dodatnim promotivnim oblicima koji će uvelike doprinijeti još većoj pojavnosti grada Zagreba na svjetskoj razini. Prilog 9.
Planirana sredstva: 1.647.000
- II. UKUPNO DIZAJN VRIJEDNOSTI 25.218.000**



III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje, društvene mreže i aplikacije

U 2020. godini TZGZ posebnu pažnju u svojim marketinškim online kampanjama posvetit će kulturnim i umjetničkim sadržajima. Tako se nastavlja u 2019. godini započeta kampanja za američko tržište na Smithsonian Magazine-ovim portalima putem native članaka, banner oglašavanja i putem newsletter kampanja, a planira se i proširivanje kulturnih kampanja na europsko tržište. Također, planira se i destinacijska kampanja na kineskom tržištu. U planu je i kampanja zdravstvenog turizma na tržištima Njemačke (Bavarska), Belgije (Bruxelles) i sjeverne Italije putem native članaka i mobilnog oglašavanja. U suradnji s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije planira se i kampanja okolice Zagreba s naglaskom na kulturne i eno i gastro sadržaje također putem native oglašavanja. Planira se i kampanja za promociju Festivala svjetla Zagreb. Osim storytelling-a, native oglašavanja na portalima i mrežama portala, u 2020. godini TZGZ nastavit će i s kreiranjem i praćenjem kampanja putem Google Ads-a, sustava za oglašavanje na Internet tražilici i sadržajnoj mreži, kao i na optimizaciji svojih stranica za iste. Nastavit će se i s oglašavanjem putem video servisa YouTube gdje TZGZ promovira svoje video sadržaje u smislu tzv. Pre-roll oglasa koristeći i remarketing alate. I u 2020. godini provest će se online oglašavanje kroz dva godišnja razdoblja na Internet portalima i mrežama portala (Zagreb Summer Tour i Advent u Zagrebu) putem banner, 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, Instagram, Pinterest i YouTube na kojima će TZGZ nastaviti s kvalitetnom prezentacijom turističkih informacija i sadržaja. Na Facebook-u će se nastaviti s oglašavanjem stranice i odabranih postova vezanih za najvažnije projekte TZGZ-a kako bi se povećao doseg i interakcija korisnika. Također, planira se i pojačana promocija putem društvenih mreža Twitter i Instagram. Za potrebe kongresne promocije grada, TZGZ ima otvorene profile na LinkedIn i Facebook-u gdje je u planu pojačana promocija stranica (profila) i pojedinih postova. Na web stranicama www.lovezagreb.hr, kreiranim od strane lokalnih blogera, nastavit će se prezentirati Zagreb kroz tematske blog i vlog postove. Posebna pažnja bit će i dalje posvećena prezentiranju posjetiteljima manje poznatih atrakcija, kulturnih i gastro sadržaja u Zagrebu i njegovoj okolici. U 2020. godini ovaj portal i dalje će se obogaćivati tzv. vlogovima (video blogovima). Uz vlogove TZGZ planira obogaćivanje portala dodatnim video sadržajima te pojačanu promociju istog. Aplikacija Zagreb Be There za iOS i Android bit će obogaćena novim rutama (kulturna i adventska) gdje će i dalje ulogu imati lokalni poznavatelji urbane kulture Zagreba. Korisniku je kroz aplikaciju omogućeno biranje njemu zanimljivih lokacija i kreiranje tzv. vlastite rute.

Planirana sredstva:

6.800.000

1.2. Newsletter TZGZ

Putem newslettera TZGZ komunicira s novinarima, ali i ostalim ciljnim skupinama poput veleposlanstava, putničkih agencija, hotela, predstavništava Hrvatske turističke zajednice itd. Newsletter se šalje jednom mjesečno. U 2020. godini TZGZ će slati i posebni convention newsletter namijenjen kongresnoj industriji. Sadržaj newslettera obuhvaćat će poslovne vijesti, novosti o kongresnim kapacitetima i izvještaje s održanih skupova, tekstove o događanjima u Zagrebu, a posebna pažnja bit će posvećena i mladim poduzetnicima te predstavljajući Zagreb kao poslovne destinacije usmjerene razvoju poduzetništva i novih tehnologija.

Planirana sredstva:

160.000

1.3. Razvoj i upravljanje internet stranicama

Internetske stranice Turističke zajednice grada Zagreba obuhvaćaju turističku (www.infozagreb.hr) i kongresnu (www.meetinzagreb.hr) ponudu kao i posebnu stranicu vezanu za adventska događanja www.adventzagreb.com, internet stranicu www.zagrebplaces.com te web stranicu www.tzgz.hr vezanu za ustroj i rad Turističke zajednice grada Zagreba, mikro internetske stranice www.betherezagreb.com za mobilnu aplikaciju ZagrebBeThere, internet stranice Festivala svjetla Zagreb: www.festivalsvjetlazagreb.hr i www.festivaloflightszagreb.com te blog stranicu www.lovezagreb.hr.

U 2020. godini planira se kompletni redizajn turističkih stranica www.infozagreb.hr (tehnički i vizualno na React platformi, sa SSR implementacijom za bolji SEO i "SEO awareness"). Na

stranicama Festivala svjetla Zagreb i adventskih stranica također se planira redizajn koji koristi nove, gore spomenute, tehnologije. Planira se i nadogradnja postojećeg CMS-a V3 (sustav za upravljanje sadržajem na stranicama). Također, tijekom cijele godine održavat će se i nadograđivati postojeći digitalni obrazac za Prijavu za sufinanciranje projekata, skupova, kandidatura i manifestacija. Kongresne stranice www.meetinzagreb.hr obogaćivat će se novim sadržajem na mjesečnoj bazi. Tzv. „social hub www.lovezagreb.hr bit će nadopunjavane novim tekstovima, kao i video sadržajima poput: Zagreb Loop, Zagreb Trivia, Zagreb Shortcuts i Around Zagreb. Također, za potrebe promoviranja kulturnih i eno i gastro sadržaja Zagreba i njegove okolice planira se kreiranje posebne podstranice naziva Around Zagreb.

Podstranice Zagreb Culture & Arts, kao i podstranice Zagreba – centra medicinske izvrsnosti bit će redovito ažurirane i nadopunjavane novim, atraktivnim sadržajima (tekstovi, fotografije, video) i informacijama kao i prijevodima. Kao i do sada, posebna pažnja bit će usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija te redovitim ažuriranjem, obogaćivanjem i optimiziranjem istih.

Planirana sredstva:

760.000

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, Zagreb Summer Tour, Festival svjetla, zdravstvena kampanja itd.).

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

HTZ će i u 2020. 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 2020. 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:

506.000

Slijedom dosadašnjih samostalnih marketinških aktivnosti, TZGZ u 2020. godini planira promociju događanja u Zagrebu s posebnim naglaskom na Festival svjetla Zagreb, prigodnu kampanju uskršnjih događanja u Zagrebu, proljetno-ljetnu ponudu (Zagreb Summer Tour), promociju jeseni u Zagrebu te projekt Advent u Zagrebu na tržištima u regiji (Slovenija, Srbija, BiH, Austrija, Italija) i Hrvatskoj putem integriranih marketinških kampanja koje će uključivati radijsko oglašavanje, vanjsko oglašavanje putem billboarda i city lighta te oglašavanja u/na sredstvima javnog prijevoza.

Promotivne kampanje TZGZ:

2.804.000

Planirana sredstva:

3.310.000

2.2. Promotivne kampanje s partnerima

U svrhu kvalitetnije prezentacije grada Zagreba potrebno je surađivati s ostalim dionicima turističkog, sportskog, kulturnog i glazbenog sektora u gradu Zagrebu čiji su projekti prepoznati diljem svijeta te zbog svoje prepoznatljivosti i uspjeha prenose glas o Zagrebu kao nezaobilaznoj europskoj turističkoj destinaciji.

Suradnja s HNS-om

530.000

Hrvatski olimpijski odbor

300.000

Snježna kraljica

4.875.000

INmusic

1.250.000

Planirana sredstva:

6.955.000

2.3. Promotivni panoji i displeji

U svrhu posebnih prezentacija i projekata u Hrvatskoj i inozemstvu izrađuju se tematski promotivni panoji (roll up banneri, rastezalice i sl.) s natpisima prilagođenim za pojedina tržišta. Također, planira se i izrada kongresnih materijala koji se koriste na kongresnim

radionicama i sajmovima. U 2020. godini se planira i brendiranje destinacije prikladnim promotivnim materijalima. Tako će u sklopu kampanje Zagreb Summer Tour biti izrađen novi kreativni koncept. Također, izradit će se i idejno rješenje 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: 200.000

2.4. 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.

2.4.1. 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, Advent), dok se na inozemnim tržištima velika važnost pridaje oglašavanju u specijaliziranim časopisima i katalozima.

Planirana sredstva: 616.600

2.4.2. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama / kongresni odjel

Aktivnosti vezane uz promociju Zagreba kao poslovne destinacije obuhvaćaju oglašavanje u specijaliziranim edicijama (online i offline) namijenjenim organizatorima kongresa, incentive putovanja i drugih skupova. Oglašavanje se najčešće provodi kao, ili uz objavu posebnih reportaža o Zagrebu, a s ciljem približavanja destinacije ciljanoj publici. Oglašavanje se planira u suradnji sa subjektima koji organiziraju događanja poput kongresnih burzi ili radionica na kojima okupljaju značajniji broj zainteresiranih kupaca. S ciljem postizanja snažnijeg učinka, planira se ostvarivanje sinergije s HTZ-om i eventualno drugim partnerima, bilo iz sustava TZ-a ili kongresne industrije grada.

Planirana sredstva: 123.000

2.4.3. TV Oglašavanje

Emitiranje posebnih reportaža o Zagrebu, na četiri strana jezika, putem satelitskog odašiljača EUTELSAT 16-A, na Z1 TV, nastavlja se i u 2020. godini kroz realizaciju posebnog TV programa. Distribucija signala pokriva područje cijele Europe, Bliskog istoka i Rusije.

Planirana sredstva: 700.000

2.5. Brošure i tiskani materijali

TZGZ u 2020. godini planira nastaviti s izradom tiskanih promotivnih materijala namijenjenih sve brojnijim turistima koji posjećuju Zagreb te promotivnim aktivnostima u inozemstvu - nastupima na sajmovima, poslovnim radionicama i prezentacijama. U planu su višekratne narudžbe opće brošure Dobrodošli u Zagreb koja je prevedena na 16 stranih jezika i vodiča-mape Korak po korak u 8 jezičnih varijanti, koje će se u prvoj polovici godine, za vrijeme predsjedanja RH Vijećem EU, tiskati s dodanim logotipom EU2020. U velikom broju naručivat će se planovi grada, a nastavlja se i sa izdavanjem Programa priredaba - tradicionalnog mjesečnog vodiča za raznovrsna događanja koji se tiska u hrvatskoj i engleskoj verziji. Za posebne projekte kao što su Festival svjetla i Advent u Zagrebu planira se izrada prigodnih tiskanih materijala u obliku mapa-letaka s popisom lokacija. Prilog 4.

Planirana sredstva: 2.047.000

2.6. Suveniri i promo materijali

U planu je nastavak nabave suvenira i ostalih promotivnih materijala koji u vizualima koriste logotipe TZGZ-a, mobilne aplikacije Zagreb Be There i prepoznatljivi zagrebački motiv licitarskog srca. Tako će se od suvenira naručivati licitarska srca, kemijske olovke, različite vrste magneti, privjesci, blokovi za pisanje i sl., koji će se koristiti prilikom promocije Zagreba u zemlji i inozemstvu te kao poklon visokim gostima. Za vrijeme predsjedanja RH Vijećem EU planira se izrada keksa paprenjaka s 2 vrste vizuala. U planu je narudžba dodatne količine USB stickova koji se ponajviše koriste za posebne prezentacije i radionice. Prilog 4.

Planirana sredstva: 1.605.000

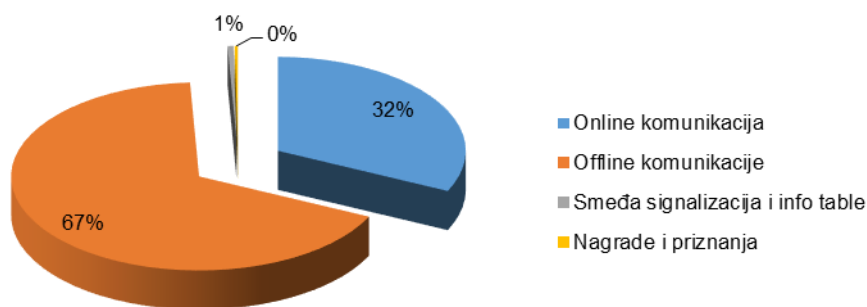
2.7. Zagreb Card

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) predviđena su sredstva za nadograđivanje sustava za online prodaju na tablet uređajima uz širenje sustava na preostale turističke informativne centre.

	Planirana sredstva:	100.000
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 2019. godini Turistička zajednica grada Zagreba osvojila je nekolicinu nagrada i priznanja tako da se i nadalje planira sudjelovati sa promotivnim materijalima (filmskim, elektronskim ili tiskanim) na međunarodnim stručnim natjecanjima i festivalima. U sklopu planiranih posebnih prezentacija Zagreba te promotivnih kampanja u inozemstvu, predviđa se i dodjeljivanje nagradnih putovanja u Zagreb što predstavlja dodatne poticaje marketinškim naporima da se Zagreb pozicionira i predstavi zahtjevnom svjetskom turističkom tržištu kao atraktivna destinacija.	
	Planirana sredstva:	65.000
III.	UKUPNO KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	23.561.600

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 2020. godini planira se nastup na 27 turističkih sajmova (12 samostalno, 5 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: WTM Latin America, Sao Paulo te UITT, Kijev. Prilog 5.

Planirana sredstva:

1.948.000

1.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

U suradnji s HTZ-om i samostalno, TZGZ će nastupiti na vodećim kongresno-incentive burzama. Planira se samostalan nastup na kongresnoj burzi Conventa, a s ciljem povećanja broja skupova i incentive putovanja, TZGZ će nastaviti s potporama svojim članicama kroz sufinanciranje zakupa izložbenog prostora. U 2020. godini, planira se sufinanciranje dijela troškova 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 6.

Planirana sredstva:

490.000

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, Zagreb kao City Break destinacija, Gastro Zagreb) kroz susret s novinarima i predstavnicima putničkih agencija u inozemstvu.

Planirana sredstva:

700.000

2.2. Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni odjel

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 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 Partance MICE roadshow-a, MCEE Foruma (Beč), Successful Meetings Univesity (New York), M&I Forum Summer (Oslo), M&I Forum America, EPEX WOW (New Delhi), MCE South Europe Forum (Algarve), MICE Business Day (Budimpešta), Partance Winter Workshop (Pariz) i dr.

Planirana sredstva:

490.000

2.3. EXPO 2020 Dubai

Sredstva se planiraju za moguće aktivnosti u promociju Zagreba tijekom EXPO 2020 Dubai.

Planirana sredstva:

1.000.000

3. Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima

Najznačajniji oblik promocije turističke destinacije, suradnja s medijima, kako stranim tako i s domaćim, odvija se kroz organizaciju studijskih putovanja, konferencija za novinare, slanje priopćenja, internet – web stranice, newsletter, press kutak.

Studijska putovanja inozemnih turističkih novinara organiziraju se samostalno i u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, slijedom određenih kriterija, po pozivu ili po samostalnoj ponudi pojedinih izdavačkih kuća. TZGZ podržava i tematska, grupna studijska putovanja novinara u organizaciji Hrvatske turističke zajednice ili partnerskih PR agencija.

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

Komunikacija s medijima putem interneta odvija se kroz dva kanala – putem web stranice na kojoj se nalaze odgovarajući podaci i fotografije u visokoj rezoluciji pogodne za tisak te putem mjesečnih newslettera.

Suradnja s domaćim novinarima je od posebne važnosti s ciljem stvaranja pozitivne percepcije javnosti o značaju turizma u gradu Zagrebu te se u tom smislu planira redovito slanje priopćenja za novinare te organizacija konferencija za novinare u okviru posebnih samostalnih

prezentacija turističke ponude grada Zagreba. Za potrebe konferencija priređuje se prigodni press materijal.

Planirana sredstva: 300.000

4. Studijska putovanja agenata

I u 2020. 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, u suradnji sa stranim touroperatorima i njihovim partnerima u RH, s aviokompanijama te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i njezinim predstavništvima u inozemstvu.

Planirana sredstva: 380.000

5. Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni odjel

TZGZ 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 2020. godini planiraju se studijska putovanja u partnerstvu sa specijaliziranim agencijama, HTZ-om, te organizatorima pojedinih kongresnih burzi (Conventa, IMEX, IBTM i dr.).

Planirana sredstva: 300.000

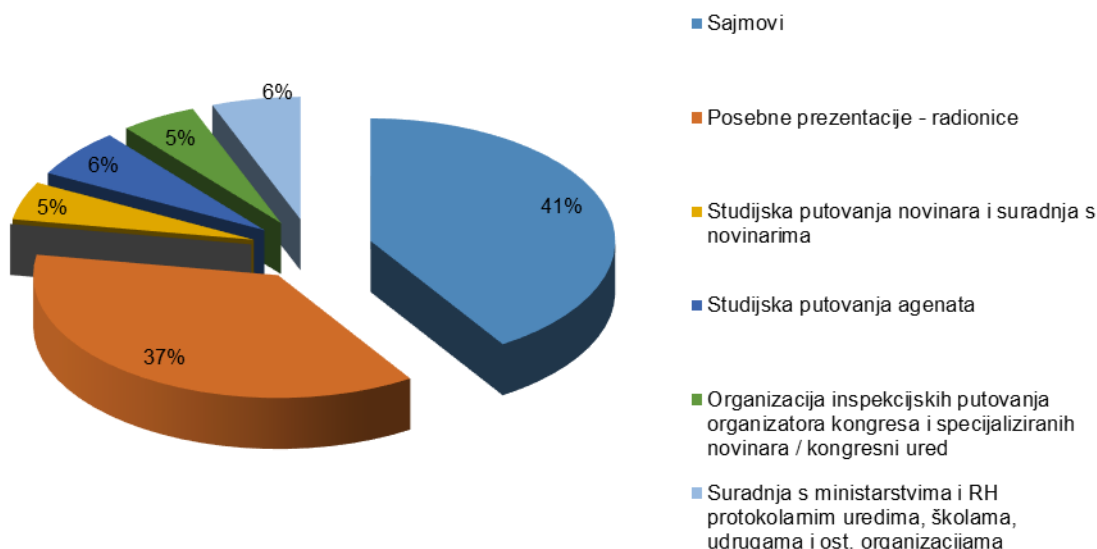
6. Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organizacijama

Temeljem dosadašnje suradnje s ministarstvima RH, protokolarnim službama Ureda predsjednika, Gradom Zagrebom te ostalim institucijama od značaja, i u 2020. godini će se organizirati razgledi Zagreba i dodatne aktivnosti za brojne strane diplomate, visoke dužnosnike i značajne osobe u svrhu promocije Zagreba s naglaskom na početak godine kada Hrvatskoj predstoji predsjedanje Vijećem Europske unije u čemu će TZGZ, po potrebi, aktivno sudjelovati.

Planirana sredstva: 350.000

IV. UKUPNO DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI 5.958.000

Distribucija i prodaja vrijednosti



V. INTERNI MARKETING

1. Edukacija

1.1. Obuka osoblja

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

Planirana sredstva: 100.000

1.2. 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.

1.2.1 Sastanci i okupljanja s predstavnicima turističke industrije/partnerima i edukativni seminari

200.000

1.2.2. Studijska putovanja TU TZGZ

250.000

1.3. 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. 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: 290.000

V. UKUPNO INTERNI MARKETING

840.000

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

U svrhu promocije Zagreba kao turističke destinacije putem različitih kanala oglašavanja kao i 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 i produkcija i kraćih video formata u trajanju do 30 sekundi. U 2020. godini planira se i izrada novog promotivnog destinacijskog filma kao i filma za promociju bogate kulturne ponude grada Zagreba.

Planirana sredstva:

600.000

2. Istraživanje tržišta

TZGZ u 2020. godini planira provesti istraživanje pod nazivom Grad Zagreb kroz oči i iskustvo posjetitelja: Big data analiza društvenih medija i ostalih online izvora podataka o imidžu grada Zagreba pomoću eDEST inovativnog sustava za upravljanje imidžom turističke destinacije. Ovo istraživanje pružit će TZGZ sljedeće rezultate: uvid u sveobuhvatan imidž destinacije, analizu atributa ponude koju turisti percipiraju pozitivno ili negativno, identifikaciju proizvoda na temelju kojih turisti percipiraju destinaciju te uvid u percepciju atmosfere destinacije.

Također u 2020. godini planira se i izrada novog Strateško operativnog marketinškog plana s obzirom da je postojeći napravljen za razdoblje od 2017. do 2020. godine.

Planirana sredstva:

700.000

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:

120.000

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 odjel

80.000

TZGZ je član 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 strukovnih udruga.

4.2. Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima

150.000

4.3. Članarina strukovnim udrugama

124.000

5. Dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala

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, online i offline oglašavanja, 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.

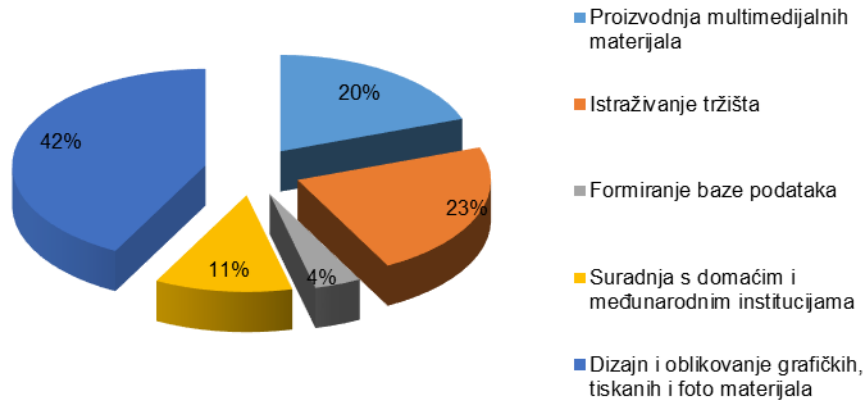
Planirana sredstva:

1.300.000

VI. UKUPNO MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

3.074.000

Marketinška infrastruktura



VII. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)

Sredstva na stavci nisu planirana sukladno novom Zakonu o turističkoj pristojbi (Narodne novine, br. 52/19) te uputi Ministarstva turizma RH prema kojima transfer gradu izravno raspoređuje financijska agencija.

1. UKUPNO STRUKTURA MARKETING MIKSA

79.050.000

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI
PLAN ZA 2020. GODINU**

I. PRIHODI

RB	Prihodi po vrstama	Plan 2019.	Plan 2020.	Indeks	Struktura
1.	Turistička pristojba	14.500.000	14.400.000	99,31	18,22
2.	Turistička članarina	64.000.000	59.000.000	92,19	74,64
3.	Višak prihoda prethodne godine	10.736.000	5.150.000	47,97	6,51
4.	Ostali nespomenuti prihodi	600.000	500.000	83,33	0,63
	UKUPNO	89.836.000	79.050.000	87,99	100,00

1. Boravišna pristojba

Planirani prihod od uplate turističke pristojbe u 2020. godini na razini je 2019. godine zbog novog uređenja uplate turističke pristojbe. Novim Zakonom o turističkoj pristojbi 30% sredstava koja su do sada turističke zajednice doznavačavale općinama ili gradovima, od 1.1.2020. godine doznajuje izravno FINA te ne čine više dio planiranih prihoda i rashoda turističkih zajednica. Predviđanjem daljnjih pozitivnih kretanja te sukladno povećanju turističke pristojbe temeljem Odluke o visini turističke pristojbe za 2020. godinu koju je usvojila Gradska skupština Grada Zagreba, očekuje se veći prihod od boravišne pristojbe.

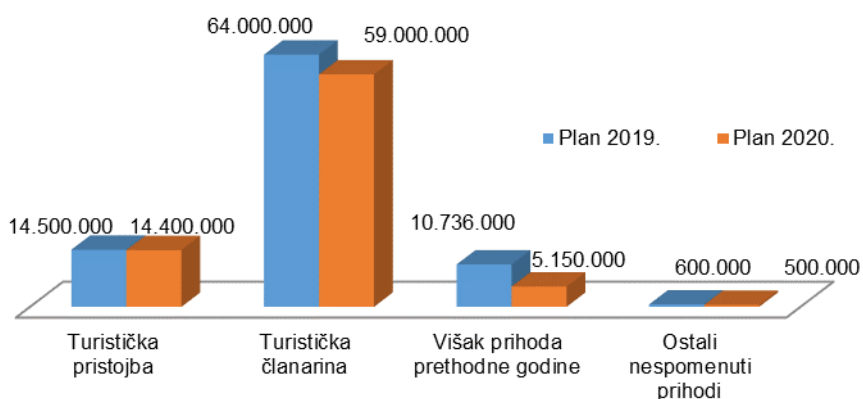
2. Turistička članarina

Jedan od ciljeva novog Zakona o članarinama u turističkim zajednicama (Narodne novine, br. 52/19) koji stupa na snagu 2020. godine je rasterećivanje gospodarstvenika. Sukladno tomu dio dosadašnjih obveznika plaćanja članarine brisan je iz Zakona od kojih bi istaknuli djelatnost Računalnog programiranja koja je činila znatan dio dosadašnjih prihoda. Temeljem navedenog opreznije je planiran prihod od turističke članarine.

3. Planirani višak prihoda prethodne godine iznosi 5.150.000 kn.

4. Planirani su ostali prihodi u iznosu od 500.000 kn.

Prihodi



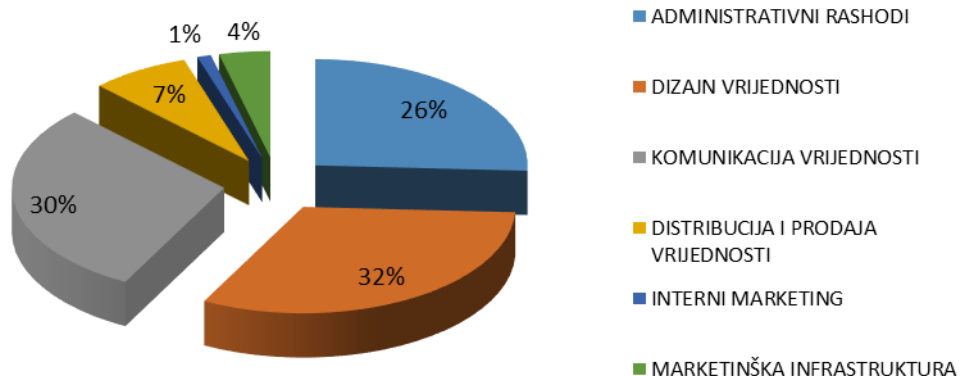
II. RASHODI

RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2019.	Plan 2020.	Indeks	Strukt.
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI				
1.	Rashodi za radnike				
1.1.	Bruto OD i ostala materijalna primanja radnika	10.500.000	11.000.000	104,76	13,92
1.2.	Izdaci za prijevoz na posao	290.000	290.000	100,00	0,37
1.3.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregled, zaštita na radu)	100.000	150.000	150,00	0,19
2.	Rashodi ureda	6.150.640	3.973.400	64,60	5,03
3.	Rashodi - TIC-evi	4.547.000	4.600.000	101,17	5,82
4.	Rashodi za rad tijela: naknade TV i NO	385.000	385.000	100,00	0,49
	UKUPNO I.	21.972.640	20.398.400	92,84	25,80
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI				
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	200.000	200.000	100,00	0,25
2.	Potpota događanjima	20.659.660	11.390.500	55,13	14,41
3.	Potpota razvoju DMO - a	6.499.700	7.800.500	120,01	9,87
4.	Potpota DMK - a (touroperatori, aviokompanije)	2.062.500	1.940.000	94,06	2,45
5.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti /kongresni odjel	1.262.000	835.000	66,16	1,06
6.	Maketa grada Zagreba	15.000	15.000	100,00	0,02
7.	Kulturni turizam				
7.1.	Seminari, studijska i stručna putovanja i susreti s partnerima	10.000	20.000	200,00	0,03
7.2.	Posebni projekti i prezentacije	170.000	100.000	58,82	0,13
7.2.1.	Festival Hrvatske glazbe u Beču - KIC		70.000		0,09
7.3.	Neplanirano	300.000			
	Ukupno 8.	480.000	190.000	39,58	0,24
8.	Zdravstveni turizam	600.000	900.000	150,00	1,14
9.	Ured direktora - potpore projektima	300.000	300.000	100,00	0,38
10.	Marketinški projekti, financijske potpore i poslovne suradnje	1.657.000	1.647.000	99,40	2,08
	Ukupno II.	33.735.860	25.218.000	74,75	31,90
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI				
1.	Online komunikacija				
1.1.	Internet oglašavanje, društvene mreže, aplikacije	5.875.000	6.800.000	115,74	8,60
1.2.	Newsletter TZGZ	160.000	160.000	100,00	0,20
1.3.	Razvoj i upravljanje internet stranicama	785.000	760.000	96,82	0,96
2.	Offline komunikacije				
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	3.100.000	3.310.000	106,77	4,19
2.2.	Promotivne kampanje s partnerima	5.705.000	6.955.000	121,91	8,80
2.3.	Promotivni panoji i displeji	80.000	200.000	250,00	0,25
2.4.	Opće oglašavanje				
2.4.1.	Oglašavanje u tisku	1.166.600	616.600	52,85	0,78
2.4.2.	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama /kongresni odjel	199.500	123.000	61,65	0,16

2.4.3.	TV oglašavanje	800.000	700.000	87,50	0,89
2.5.	Brošure i tiskani materijali	2.149.700	2.047.000	95,22	2,59
2.6.	Suveniri i promo materijali	1.762.700	1.605.000	91,05	2,03
2.7.	Zagreb Card	150.000	100.000	66,67	0,13
3.	Smeđa signalizacija i info table	120.000	120.000	100,00	0,15
4.	Nagrade i priznanja (nagradna putovanja, priznanja i festivalske prijave)	65.000	65.000	100,00	0,08
	Ukupno III.	22.118.500	23.561.600	106,52	29,81
	IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI				
1.	Sajmovi				
1.1.	Sajmovi - samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ - om	2.043.000	1.948.000	95,35	2,46
1.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	502.000	490.000	97,61	0,62
2.	Posebne prezentacije - radionice				0,00
2.1.	Posebne prezentacije - radionice	700.000	700.000	100,00	0,89
2.2.	Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama i radionicama / kongresni odjel	500.000	490.000	98,00	0,62
2.3.	EXPO 2020 Dubai		1.000.000		1,27
3.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	250.000	300.000	120,00	0,38
4.	Studijska putovanja agenata	380.000	380.000	100,00	0,48
5.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa i specijaliziranih novinara / kongresni odjel	300.000	300.000	100,00	0,38
6.	Suradnja s ministarstvima i RH protokolarnim uredima, školama, udrugama i ostalim organ.	300.000	350.000	116,67	0,44
	Ukupno IV.	4.975.000	5.958.000	119,76	7,54
	V. INTERNI MARKETING				
1.	Edukacija				
1.1.	Obuka osoblja	100.000	100.000	100,00	0,13
1.2.	Seminari klubova konkurentnosti i marketinga				
1.2.1.	Sastanci i okupljanja s predstavnicima turističke industrije/partnerima i edukativni seminari	400.000	200.000	50,00	0,25
1.2.2.	Studijska putovanja TU TZGZ	250.000	250.000	100,00	0,32
1.3.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	290.000	290.000	100,00	0,37
	Ukupno V.	1.040.000	840.000	80,77	1,06
	VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	600.000	600.000	100,00	0,76
2.	Istraživanje tržišta	70.000	700.000	1.000,00	0,89
3.	Formiranje baze podataka	150.000	120.000	80,00	0,15
4.	Suradnja s domaćim i međunarodnim institucijama				
4.1.	Aktivnosti u međunarodnim organizacijama i službeno putovanje. / kongresni odjel	30.000	80.000	266,67	0,10
4.2.	Sudjelovanje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima	150.000	150.000	100,00	0,19
4.3.	Članarine u strukovnim udrugama	124.000	124.000	100,00	0,16
5.	Dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala	1.100.000	1.300.000	118,18	1,64

	Ukupno VI.	2.224.000	3.074.000	138,22	3,89
VII.	TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBE GRADU (30%)	3.770.000		0,00	0,00
	Ukupno VII.	3.770.000	0	0,00	0,00
	UKUPNO:	89.836.000	79.050.000	87,99	100,00

STRUKTURA MARKETING MIKSA



IV. REKAPITULACIJA

UKUPNO PRIHODI: 79.050.000

UKUPNO RASHODI: 79.050.000

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN
ZA 2020.GODINU**

PRILOZI

PRILOG 1. - RASHODI UREDA

RB	Rashodi ureda	Plan 2019.	Plan 2020.	Indeks	Strukt.
1.	Potrošni materijal	75.000	80.000	106,67	2,01
2.	Materijal za održavanje čistoće	15.000	13.000	86,67	0,33
3.	Uredski materijal	80.000	80.000	100,00	2,01
4.	Potrošnja električne energije i plina	100.000	100.000	100,00	2,52
5.	Utrošak benzina	30.000	30.000	100,00	0,76
6.	Izdaci za sitan inventar	50.000	35.000	70,00	0,88
7.	Trošak telefona i telefaksa	210.000	210.000	100,00	5,29
8.	Trošak poštarine	70.000	70.000	100,00	1,76
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	400.000	400.000	100,00	10,07
10.	Usluge čišćenja	220.000	220.000	100,00	5,54
11.	Usluge najma poslovnog prostora	920.000	920.000	100,00	23,15
12.	Ostale komunalne usluge	30.000	30.000	100,00	0,76
13.	Odvjetničke i revizorske usluge	160.000	100.000	62,50	2,52
14.	Grafičke usluge	10.000	10.000	100,00	0,25
15.	Ostale usluge	180.000	180.000	100,00	4,53
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	15.000	10.000	66,67	0,25
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	20.000	20.000	100,00	0,50
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000	1.000	100,00	0,03
19.	Trošak reprezentacije	180.000	180.000	100,00	4,53
20.	Premije osiguranja	70.000	70.000	100,00	1,76
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	65.000	100,00	1,64
22.	Stručna literatura i tisak	70.000	70.000	100,00	1,76
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	1.000.000	500.000	50,00	12,58
24.	Ostali troškovi poslovanja	74.000	75.000	101,35	1,89
25.	Neplanirani rashodi	5.640	4.400	78,01	0,11
	UKUPNO I.	4.050.640	3.473.400	85,75	87,42
II.	Poslovni prostor, adaptacija	2.100.000	500.000	23,81	12,58
	UKUPNO RASHODI UREDA	6.150.640	3.973.400	64,60	100,00

PRILOG 2. - POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Zagreb Pedicab - Pedicab d.o.o. / kroz godinu		10.000	
2.	Zagreb Truffle Garden - Truffle Garden d.o.o. / kroz godinu		10.000	10.000
3.	Obilazak grada putevima Augusta Šenoae "Vazda moj Zagreb - udruga Svi naši Šenoae / kroz godinu		10.000	10.000
4.	Secret Zagreb - obrt Kazivačica / kroz godinu		20.000	20.000
5.	Razgled zgrade Hrvatskoga glazbenog zavoda u Zagrebu - Hrvatski glazbeni zavod / kroz godinu		9.000	9.000
6.	Glazbene šetnje Zagrebom - Hrvatski glazbeni zavod			10.000
7.	Invisible Zagreb - Brodoto udruga / kroz godinu			10.000
8.	Interaktivna tura Šetnja s kolumbinama - Kolumba-tours d.o.o. / kroz godinu		8.000	10.000
9.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike Tours Zagreb j.d.o.o. / kroz godinu		10.000	10.000
10.	Šetnja s M.J. Zagorkom po Zagrebu - Društvo Marije Jurić Zagorke / ožujak - prosinac		10.000	
11.	Muzej realnosti - UNICEF ured za Hrvatsku			30.000
12.	Zelene oaze grada Zagreba - Bikini Scooters d.o.o. / ožujak - studeni			10.000
13.	Segway City Tour Zagreb - Exima grupa d.o.o. / ožujak - studeni		10.000	10.000
14.	Neznane junakinje - Omnes artes d.o.o. / travanj - lipanj			10.000
15.	DriveIN kino Zagreb - Hrvatska studentska asocijacija / travanj		10.000	
16.	Zagreb auto show - Zagrebački velesajam d.o.o. / travanj	30.000		30.000
17.	Mistične noći crne kraljice - udruga Gea / rujan		15.000	
18.	3. Zagreb Harley-Davidson Rally - udruga vlasnika Harleya, ogranak Pleter		20.000	20.000
19.	Design week Zagreb - Scuderia d.o.o. / svibanj	50.000		50.000
20.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj	50.000	50.000	50.000
21.	Turističko panoramsko razgledanje grada - Zagrebački električni tramvaj d.o.o. / lipanj - rujan			10.000
22.	Tjedan nacionalnih manjina grada Zagreba - Koordinacija vijeća i predstavnika nacionalnih manjina Grada Zagreba / lipanj			10.000
23.	Plac mljac, Ljeto na Trešnjevačkom placu - G.A.D. Produkcija d.o.o. / lipanj - srpanj		80.000	60.000
24.	35. Zagrebački Oldtimer rally - Oldtimer klub Zagreb / lipanj			10.000
25.	Karibu coffee fest - 365 Coffee d.o.o. - Karibu Kaaawa / lipanj		10.000	10.000
26.	Ljeto u Tehničkom - Scuderia d.o.o. / lipanj - rujan		40.000	30.000
27.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz		200.000	
28.	Mysterious Zagreb - game quest - Private Tours d.o.o.		10.000	
29.	ZGodionica - Udruga Legende Zagreb / kolovoz		30.000	30.000

30.	Gentlemen's fair Zagreb - Ponedjeljak d.o.o. / rujan		10.000	20.000
31.	Selska u pokretu - Elektrostrojarska obrtnička škola		5.000	
32.	Escape Room Baltazar - Kids Escape Room j.d.o.o.		20.000	
33.	NEPLANIRANO		20.000	50.000
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	130.000	617.000	529.000

RB	Eno i gastro	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Mali piknik - Udruga Mali plac / kolovoz		20.000	20.000
2.	Gastro dani i Gastro forum - Udruženje ugostitelja Zagreb / studeni		80.000	
3.	Vinart Grand Tasting - Vinart d.o.o. / veljača - ožujak	10.000	20.000	10.000
4.	3. Salon pjenušavih vina - Genius loci design d.o.o. / veljača		10.000	
5.	Le park: Grič - Udruga Mali plac		20.000	20.000
6.	Baš Naš' gourmet and music festival - FHR d.o.o.	20.000	30.000	20.000
7.	Gastro Music Fest - S2 d.o.o.		20.000	
8.	NEPLANIRANO		20.000	20.000
	UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO	30.000	220.000	90.000

RB	Sport	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Svjetski skijaški kup Audi FIS SKI World Cup Vip Snow Queen Trophy - Hrvatski skijaški savez / siječanj		3.500.000	
2.	29. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	50.000	50.000	50.000
3.	Svjetski kup juniorke floret pojedinačno i ekipno - Hrvatski mačevalački savez / siječanj			10.000
4.	15. Trofej zagrebačkih pahuljica - Klub sinkroniziranog klizanja Zagrebačke pahuljice / veljača		20.000	
5.	Europski kadetski judo kup - Zagrebački judo savez / ožujak		20.000	20.000
6.	Svjetsko juniorsko prvenstvo u umjetničkom klizanju - Hrvatski klizački savez / ožujak		25.000	
7.	Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj		10.000	10.000
8.	12. Paraswimming Zagreb Open - Plivački klub Natator			10.000
9.	Victor Croatia International - Hrvatski badmintonski savez / travanj		7.000	
10.	International Dance Open - udruga Bambi kids / svibanj		40.000	40.000
11.	Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj		10.000	10.000
12.	23. Međunarodna veslačka regata Jumbo - Veslački klub Jarun / lipanj		5.000	
13.	V. Hrvatske svjetske igre - Hrvatski svjetski kongres / srpanj			100.000
14.	Prvenstvo jugoistočne Europe i 20. Zagreb open u orijentacijskom trčanju - Orijentacijski klub Vihor / kolovoz			20.000

15.	Međunarodna biciklistička utrka Hrvatska - Slovenija - Biciklistički klub Zagreb / kolovoz		5.000	
16.	Božićni Jastreb Open - Kup Veleposlanika Republike Koreje, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastreb / prosinac		10.000	10.000
17.	28. memorijal Antuna Tove Stipančića - Stolnoteniski savez Zagreba / studeni		10.000	10.000
18.	Zagrebački noćni cener, utrka - Udruga Aktivan život / studeni	10.000	10.000	10.000
19.	53. Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac	25.000	25.000	25.000
20.	SMA CroatiaRun - Društvo distrofičara Zagreb		8.000	9.000
21.	Zagreb Open Grand Prix - Savez hrvatskih športova Grada Zagreba	20.000	30.000	20.000
22.	Malonogometni turnir Kutija šibica - Ustanova Upravljanje sportskim objektima / studeni - prosinac	10.000	15.000	10.000
23.	Sanjkaški kup Cmrok - ZGH Upravljanje sportskim objektima		5.000	
24.	Croatia Grand Chess Tour - Šahovski klub e4		100.000	
25.	Tough Mudder 5K Urban - Genio leopardo genijalci d.o.o.		20.000	
26.	Pet Trekking - Mavi kreativni tim d.o.o.		10.000	
27.	Rafting na Savi - obrt Rekreacija-avanturizam		14.000	
28.	Hrvanje na pijesku - Hrvatski hrvački savez		5.000	
29.	ABA Superkup u Zagrebu - KK Cibona		100.000	
30.	NEPLANIRANO		30.000	50.000
	UKUPNO SPORT	115.000	4.084.000	414.000

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM	70.000	4.278.500	3.592.500

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
	UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA	1.345.000	5.199.000	2.320.000

RB	Kultura	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Art park Zagreb - udruga Preuredi moju pumpu / svibanj - rujan		100.000	70.000
2.	Muzeji izvan muzeja MIM - Hrvatski prirodoslovni muzej / svibanj		250.146	250.000
3.	Design District Zagreb - Superstudio Design Projects d.o.o. / lipanj		200.000	300.000
4.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz-rujan			200.000
5.	Zagreb Classic - Centar za kulturu i informacije Maksimir / lipanj - srpanj		50.000	

6.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj	100.000	40.000	100.000
7.	54. Međunarodna smotra folklor - KC Travno / srpanj		60.000	60.000
8.	Ljetne noći teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - kolovoz		50.000	50.000
9.	Dan otvorenog trga - Hrvatsko narodno kazalište		40.000	40.000
10.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu		15.000	15.000
11.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih		10.000	10.000
12.	Klinci s Ribnjaka, programi kroz godinu - KUD Vedra Nota		10.000	
13.	29. Svečanosti Pasionske baštine - Udruga pasionska baština / ožujak		30.000	70.000
14.	Međunarodno saksofonističko natjecanje Josip Nočta - Muzička akademija Sveučilišta u Zagrebu / svibanj			10.000
15.	Pop up drama - Umjetnička organizacija Teatrum		50.000	70.000
16.	Svjetski dan glazbe - Hrvatska glazbena unija / lipanj		10.000	
17.	Međunarodno baletno natjecanje Mia Čorak Slavenska - Hrvatsko društvo profesionalnih baletnih umjetnika / srpanj			10.000
18.	Ljetne večeri scene Amadeo - Udruga Scena Amadeo / srpanj - rujan		110.000	50.000
19.	Biljke i svirke - Biljke i svirke d.o.o. / lipanj - srpanj		40.000	20.000
20.	Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / svibanj - listopad		30.000	30.000
21.	Noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava / studeni		15.000	
22.	Orgulje u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad		25.000	25.000
23.	Glazba u crkvi Sv. Marka - Oratorijsko društvo crkve Sv. Marka / travanj - listopad		25.000	25.000
24.	Festival orgulje Zagrebačke katedrale - Udruga zvuci tišine / srpanj - rujan		25.000	40.000
25.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista - Zagrebački solisti / kolovoz - rujan		60.000	80.000
26.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj		20.000	20.000
27.	6. Reli po galerijama - Udruga za poticanje kreativnosti Atanor / svibanj		13.000	
28.	Dubrovačke ljetne igre u Zagrebu - Javna ustanova u kulturi Dubrovačke ljetne igre / rujan		403.014	200.000
29.	Gornjogradski glazbeni putokaz - Akademija dramske umjetnosti / lipanj		30.000	
30.	31. muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj		50.000	20.000
31.	Međunarodni dan jazza - Hrvatska glazbena unija		26.250	
32.	7. međunarodno natjecanje mladih dirigenata Lovro von Matačić - Fond Lovro i Lilly Matačić		30.000	
33.	KIC izložba Ivan Posavec		5.000	
34.	Ivo Gamulin, koncert, RTL produkcija		30.000	
35.	HOERSPIEL: mala igra za slušanje (i gledanje) - RadioTeatar Bajsić i prijatelji			25.000

36.	FUN THAT WE NEED INDEED – ZABAVA KOJU FAKAT TREBAMO, otvoreni dani s lutkarskom umjetnosti - umjetnička organizacija LOFT			10.000
37.	Umjetničko modno scenski projekt Hippy Garden - Rabuzin - HMU kombinat / svibanj			100.000
38.	NEPLANIRANO		30.000	70.000
	UKUPNO KULTURA	100.000	1.882.410	1.970.000

RB	Moda	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Modna revija 83. Zlatna igla Zagreba - Udruženje obrtnika grada Zagreba / listopad		50.000	
2.	Elfs modna revija		15.000	
3.	Sajam mode BIPA FASHION, FHR d.o.o.		20.000	
4.	NEPLANIRANO		20.000	
	UKUPNO MODA		105.000	0

RB	Festivali	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
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	60.000	60.000	60.000
3.	Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj - lipanj		220.000	200.000
4.	Ljeto na Štrosu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca / svibanj - rujan		130.000	90.000
5.	Pop Up Summer Garden - Urban Entertainment j.d.o.o. / lipanj - rujan		80.000	80.000
6.	Zagreb Beer Fest - Hashtag d.o.o. / svibanj	100.000	150.000	100.000
7.	39. Večeri na Griču - KD Vatroslav Lisinski / srpanj		50.000	50.000
8.	INmusic festival - Vibro limes d.o.o. / lipanj		1.093.750	
9.	Festival svjetskog kazališta - HNK / rujan		200.000	200.000
10.	Reflektor festival - Hashtag j.d.o.o. / listopad - studeni		40.000	
11.	Be your own hero, Zagreb karneval - Hashtag j.d.o.o.			20.000
12.	13. Festival tolerancije, JFF Zagreb - udruga Festival suvremenog židovskog filma Zagreb / travanj		50.000	30.000
13.	Zagreb Guitar Festival - Glazbena škola Bonar / ožujak - travanj		20.000	20.000
14.	22. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / svibanj		25.000	25.000
15.	Festival Ilica - Art Q'uart - HKKKKI / svibanj		30.000	
16.	Festival umjetničkih zastavica Zagreb - Dobra nota udruga / svibanj			50.000
17.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj		15.000	20.000
18.	Rockabilly Ribnjak Fest - Didi sound d.o.o. / lipanj		30.000	
19.	Luftanje - Pepermint d.o.o. / lipanj - rujan		30.000	20.000

20.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj		30.000	30.000
21.	Croatia International Choir Festival - Djevojački zbor Mozartine / srpanj			15.000
22.	Zagreb wind & bras festival - Zagrebački orkestar ZETA / srpanj			10.000
23.	Festival Mediterana - agencija Proglas, obrt / srpanj	20.000		20.000
24.	Crossover festival Ribnjak - Katapult promocija d.o.o. / srpanj	40.000	50.000	40.000
25.	Ljeto kod Matoša - Udruga Legende Zagreb /srpanj-rujan		70.000	70.000
26.	Međunarodni festival suvremene fotografije Novi svijet - Fotografska udruga Organ vida / rujan		40.000	
27.	Musica maxima X, festival komorne glazbe - Zagrebački komorni orkestar / rujan		30.000	30.000
28.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan		20.000	
29.	52. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan		20.000	30.000
30.	Zagrebački harfistički festival - Umjetnička organizacija Hathor / listopad			20.000
31.	14. Međunarodni festival komorne glazbe ZAGREB KOM 14 - Umjetnička organizacija Zagrebački međunarodni festival komorne glazbe / listopad		20.000	
32.	More knjiga - Lumen izdavaštvo d.o.o. / lipanj -srpanj		30.000	
33.	11. Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT (Blind in Theatre - slijepi u kazalištu) - Dramski studio slijepih i slabovidnih "Novi život"		15.000	
34.	#WELOVESOUND - B.E.T. d.o.o.		70.000	
35.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o. / studeni		200.000	100.000
36.	R'N'B Weekend u Zagrebu - Pepermint d.o.o.		70.000	
37.	Festival folklor - FA Turopolje		10.000	10.000
38.	Crovespa 2019 - Vespa klub Zagreb		10.000	
39.	NEPLANIRANO		30.000	50.000
	UKUPNO FESTIVALI	220.000	2.998.750	1.450.000

RB	Filmski projekti	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / veljača		50.000	40.000
2.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / svibanj - lipanj		20.000	20.000
3.	Ljetno kino Gradec - Udruga Kadenca / kolovoz - rujan		50.000	40.000
4.	Fantastic Zagreb film festival - Udruga Rudolf / lipanj - srpanj		40.000	30.000
5.	Fil(m)harmonija: Zagrebačka filharmonija u kinu Europa - Umjetnička organizacija Zagreb Film Festival i Zagrebačka Filharmonija / studeni - prosinac		20.000	
6.	17. Zagreb Film Festival - UO Zagreb Film Festival / studeni		20.000	20.000

7.	Međunarodni filmski festival dizajna, arhitekture i umjetnosti - Pari pikule		20.000	
8.	Croatian cinema - Hrvatski filmski savez / kroz godinu			20.000
9.	Revija europskog fima - Umjetnička organizacija Metropolis / srpanj			10.000
10.	NEPLANIRANO			10.000
	UKUPNO FILMSKI PROJEKTI		220.000	190.000

RB	Suradnja s TZ, udrugama i KUD-ovima	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	TZ Lepoglave / kolovoz		10.000	
2.	TZ Ogulina - predstavljanje manifestacija u Zagrebu		15.000	10.000
3.	TZ Delnice			10.000
4.	TZ Kutine - Škrletfest Zagreb, predstavljanje regije Moslavina			10.000
5.	TZ Županje - predstavljanje manifestacija u Zagrebu		10.000	10.000
6.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima / prosinac		5.000	5.000
7.	Kulturno - umjetničke manifestacije u Sesvetama - Narodno sveučilište Sesvete / kroz godinu		70.000	70.000
8.	Hrvatska etno kuća Materina priča - Udruga hrvatska kuća Materina priča / kroz godinu		10.000	10.000
9.	Društvo turističkih vodiča Zagreba i Srednjohrvatske makroregije / kroz godinu		15.000	15.000
10.	I reći ću vam samo još jednu stvar ZAPAMTITE VUKOVAR		10.000	
11.	Međunarodni koncert puhačkih orkestara		5.000	
12.	Croatia '91, izložba - Udruga veterana domovinskog rata		10.000	
13.	Martinje (Martin je u Zagrebu) - KUD Prepuštovec / studeni		10.000	
14.	Zvuci Opatovine - SKUD Ivan Goran Kovačić		20.000	
15.	NEPLANIRANO			30.000
	UKUPNO SURADNJA S TZ, UDRUGAMA I KUD- OVIMA		190.000	170.000

RB	Donacije u kulturi	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Muzej za umjetnost i obrt		25.000	20.000
2.	Muzej grada Zagreba		25.000	20.000
3.	Etnografski muzej		25.000	20.000
4.	Galerija Klovićevi dvori		25.000	20.000
5.	Muzej suvremene umjetnosti		25.000	
6.	Tehnički muzej Nikola Tesla		25.000	20.000
7.	Arheološki muzej		25.000	40.000
8.	Umjetnički paviljon		200.000	80.000
9.	Muzeji Ivana Meštrovića - Atelijer Meštrović Zagreb		25.000	
10.	Muzej iluzija - Metamorfoza d.o.o.	25.000	25.000	25.000
11.	Koncertna dvorana Tvornica kulture	20.000	20.000	20.000

12.	Javna ustanova Park prirode Medvednica		25.000	20.000
13.	Zagrebačke mažoretkinje		35.000	20.000
14.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado		50.000	50.000
15.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika		25.000	20.000
16.	Kuća Lauba - događanja kroz godinu	65.000	65.000	65.000
17.	Centar za kulturu i film Augusta Cesarca - Ljetna pozornica Tuškanac		25.000	20.000
18.	Ustanova Zoološki vrt grada Zagreba		20.000	20.000
19.	Muzej 80 - tih - Brandnewretro d.o.o.		50.000	25.000
20.	Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović		20.000	20.000
21.	Udruženje za razvoj kulture URK Močvara		20.000	20.000
22.	Centar kulture na Peščenici		10.000	20.000
23.	Kazalište Luda kuća - Luda kuća d.o.o.		25.000	25.000
24.	Javna ustanova Maksimir - 225. obljetnica parka Maksimir		20.000	
25.	Muzej čokolade			25.000
26.	NEPLANIRANO		30.000	50.000
	UKUPNO DONACIJE	110.000	865.000	665.000
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	2.120.000	20.659.660	11.390.500

PRILOG 3. - POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane		35.000	35.000
2.	Uskrsne pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj		48.500	50.000
3.	Uskršnja događanja (Ladarice)		10.000	30.000
4.	Uskršnji koncert u crkvi Sv Marije na Dolcu		10.000	
5.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV			
5.1.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / travanj - listopad		340.000	340.000
5.2.	Tajne Griča, noćna gornjogradska interaktivna tura - Udruga Katapult / svibanj - rujan		200.000	100.000
5.3.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / travanj - listopad		110.000	110.000
5.4.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad		650.000	650.000
5.5.	Vergl na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / travanj - listopad		30.000	30.000
5.6.	Folklorna ljetna scena za turiste		162.000	180.000
5.7.	Kumice s Dolca, ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / travanj - listopad		20.000	20.000
5.8.	Promenadni koncerti u Maksimirskom perivoju - Ansambli salonske i promenadne glazbe Strauss i udruga Etnoteka / nedjeljom travanj - listopad		120.000	100.000
5.9.	Promenadni koncerti Puhačkog orkestra ZET-a u Maksimiru i Gornjem gradu - Puhački orkestar ZET-a / nedjeljom svibanj - listopad		80.000	80.000
5.10.	Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - Unison, udruga Cestagram i udruga Zagrebački cinkuši / lipanj - rujan		201.000	300.000
5.11.	Plesne večeri na Zrinjevcu - Udruga Cestagram i Katapult event d.o.o. / petkom / kolovoz		250.000	200.000
5.12.	Tanceraj - udruga Etnoteka / kolovoz		40.000	40.000
5.13.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult event d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / srpanj		90.000	70.000
6.	Dan grada Zagreba, posebni kulturni programi i besplatni razgledi grada, / svibanj		7.500	10.000
7.	Zagreb Tourfilm Festival, međunarodni festival turističkog filma - Balduči film d.o.o. / listopad		250.000	
8.	Opatovina Music Jam, glazbeni nastupi na Opatovini		90.000	40.000
9.	Festival svjetla Zagreb		3.470.000	4.000.000
10.	Svjetski dan turizma		30.000	30.000
11.	Art Fair Zagreb / rujan			1.000.000
12.	Korištenje prostora HNK za koncert Valceri, polke i druge špelancije		80.000	
13.	Projekt kosina za kretanje invalida		20.000	
14.	Projekt uklanjanja umjetničkog murala s pročelja zgrade		39.000	

15.	Ekološko edukativna zaštita podsljemenskih potoka, SRU Bukovac - Maksimir / svibanj - rujan		10.000	
16.	Dani dječjih vrtića i podjela sadnica vrtićima u proljeće - Gradski ured za obrazovanje / svibanj		11.000	11.000
17.	Dan ljubaznosti u prometu - PU Zagrebačka / svibanj		9.500	9.500
18.	Natječaj za naj likovno i literarno djelo / siječanj - svibanj		26.200	15.000
19.	Jane's Walk šetnje i seminar - Centar za kulturu Trešnjevka		20.000	
20.	Mali grad Agram – Udruga Mali grad / kroz godinu		10.000	
21.	Prezentacija Hrvatske kult. baštine u Oktogonu			250.000
22.	NEPLANIRANO		30.000	100.000
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ		6.499.700	7.800.500

PRILOG 4. – BROŠURE I SUVENIRI**BROŠURE I TISKANI MATERIJALI**

RB	Naziv	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Mapa Korak po korak	80.000	100.000
2.	DVD Zagreb turistički	51.000	
3.	Monografije i knjige - razno	10.000	20.000
4.	Program priredaba	520.000	530.000
5.	Plan grada – letak	300.000	315.000
6.	Zagreb Culture & Events Guide	128.000	
7.	Brošura Dobrodošli u Zagreb	935.000	950.000
8.	Zagrebački vremeplov - brošura/letak	23.000	
9.	Letak "Sigurni na odmoru"	2.700	2.000
10.	Adventska karta	50.000	50.000
11.	Festival Svjetla karta		30.000
12.	NEPLANIRANO	50.000	50.000
	UKUPNO	2.149.700	2.047.000

SUVENIRI I PROMOTIVNI MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Kalendari	10.000	10.000
2.	Kemijske olovke - razne	55.000	50.000
3.	Licitarska srca	450.000	450.000
4.	Magneti	220.000	200.000
5.	Privjesci - licitar	125.000	125.000
6.	Vezice za akreditacije	80.000	80.000
7.	Oznaka (name tag) za prtljagu	120.000	
8.	Promotivne vrećice - razne	200.000	200.000
9.	Lepeze s dotiskom	43.000	45.000
10.	Narukvica Festival svjetla Zagreb	3.700	
11.	Jakne Festival svjetla Zagreb	59.000	60.000
12.	Blokovi za pisanje	19.000	20.000
13.	USB stick licitarsko srce	83.000	100.000
14.	Promotivni konditorski proizvodi	120.000	120.000
15.	Adventski lončić	50.000	
16.	Adventske svijeće i mirisi	50.000	50.000
17.	Rokovnici	25.000	30.000
18.	Stolne zastavice		15.000
19.	NEPLANIRANO	50.000	50.000
	UKUPNO	1.762.700	1.605.000

PRILOG 5. – SAJMOVI I PREZENTACIJE

SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2019.	Plan 2020.
		ARGENTINA				
1.	Buenos Aires	FIT Buenos Aires	5.-8.10.	15	120.000	
		BRAZIL				
2.	Sao Paulo	WTM Latin America	31.3.-2.4.	12		150.000
		BUGARSKA				
3.	Sofija	Holiday and SPA Expo	13.-15.2.	12	39.000	40.000
		FRANCUSKA				
4.	Pariz	MAP	12.-15.3.	6	51.000	70.000
		HRVATSKA				
5.	Zagreb	Place2go	15-17.3.		45.000	
		ITALIJA				
6.	Milano	BIT Milano	10.-12.2.		40.000	
		IRSKA				
7.	Dublin	Holiday World	25.-27.1.	9	32.000	
		IZRAEL				
8.	Tel Aviv	IMTM	11.-12.2.	9	90.000	90.000
		JAPAN				
9.	Tokio	JATA	rujan	18	70.000	70.000
		JUŽNA KOREJA				
10.	Seoul	HITS	lipanj	18	86.000	80.000
		KANADA				
11.	Montreal	Int. Tourism & Travel Show	listopad	9	60.000	60.000
		KINA				
12.	Hong Kong	ITE	11.-14.6.	12	95.000	110.000
13.	Shanghai	ITB China	13.-15.5.	5	70.000	75.000
		RUMUNJSKA				
14.	Bukurešt	Romanian Tourism Fair	20.-23.2.	12	47.000	50.000
		SAD				
15.	Atlanta	Travel and Adventure Show	29.2.-1.3.			55.000
16.	New York	Times Travel Show	24.-26.1.	7	91.000	95.000
17.	Los Angeles	Travel and Adventure Show	15.-16.2.	9	38.000	45.000
		SRBIJA				
18.	Beograd	International Fair of Tourism	20.-23.2.	12	46.000	50.000
		ŠPANJOLSKA				
19.	Barcelona	B-Travel	27.-29.3.	12	59.000	60.000
		ŠVEDSKA				
20.	Stockholm	Senior Massan	1.-3.10.	9	50.000	
		ŠVICARSKA				
21.	St. Gallen	Grenzenlos	18.-20.1.		99.000	

		SINGAPUR				
22.	Singapore	ITB Asia	21.-23.10.	18	152.000	150.000
		UKRAJINA				
23.	Kijev	UITT Kijev	25.-27.3.			60.000
24.	NEPLANIRANO				100.000	100.000
UKUPNO					1.480.000	1.410.000

NASTUPI S HTZ-om

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2019.	Plan 2020.
		AUSTRIJA				
1.	Beč	Ferienmesse	16.-19.1.	3,5	32.000	30.000
		FINSKA				
2.	Helsinki	Matka	15.-19.1.	3,5	32.000	28.000
		FRANCUSKA				
3.	Pariz	IFTM Top Resa	22.-24.9.	5	70.000	55.000
		ITALIJA				
4.	Milano	BIT Milano	9.-11.2.	5		40.000
5.	Rimini	TTG	14.-16.10.	5	55.000	50.000
		NJEMAČKA				
6.	Munchen	f.r.e.e.	19.-23.2.	5	33.000	40.000
7.	Berlin	ITB	4. -8.3.	7	78.000	80.000
		RUSIJA				
8.	Moskva	MITT	12.-14.3.	5	44.000	
		ŠPANJOLSKA				
9.	Madrid	FITUR	22.-26.1.	5	33.000	35.000
		UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI				
10.	Dubai	ATM	19.4. -22.4.	5	81.000	80.000
		VELIKA BRITANIJA				
11.	London	WTM	studeni	7	105.000	100.000
UKUPNO NASTUPI S HTZ-om					563.000	538.000
UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ-om					2.043.000	1.948.000

PRILOG 6. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Ljubljana	Conventa	21. - 23. 1.	4	26.500	30.000
2.	Frankfurt	IMEX	12. - 14. 5.	4	185.500	180.000
3.	Las Vegas	IMEX America	15. - 17. 9.	4	100.000	100.000
4.	Barcelona	IBTM World	stud/prosinac	4	190.000	150.000
5.	Neplanirano					30.000
UKUPNO					502.000	490.000

PRILOG 7. – KANDIDATURE ZA STRUČNE SKUPOVE, POTPORE SKUPOVIMA I PROJEKTI

RB	Kandidature za stručne skupove, potpore skupovima i projekti	De minimis potp.2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Adria Hotel Forum, Proficisor d.o.o , 18. - 19. 2.	30.000		30.000
2.	4. Zagrebački sigurnosni forum, Udruga Sv. Jurja, 14. - 16. 3.		15.000	
3.	Kongres poduzetnica 2020, Udruga Zagrebinfo, 8.3.		20.000	10.000
4.	LEAP Summit 2020, Hrvatski ured za kreativnost i inovacije		30.000	30.000
5.	Kandidatura za ZG STRONG - Svjetski kup u obaranju ruke 2021., Hrvatski savez za obaranje ruke, 9.-12. 7.		20.000	20.000
6.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društava distrofičara Hrvatske, 22.- 24. 5.		5.000	10.000
7.	Animafest Scanner, Hulahop d.o.o., 8.- 10. 6.		10.000	
8.	7. europski pikološki kongres-7EPC 2019, Hrvatsko botaničko društvo, 25.-30.8.		40.000	
9.	6. europski žanrovski forum, Robot 22, d.o.o., 9. - 12. 7.	10.000	10.000	10.000
10.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, 9.-11.7.		15.000	10.000
11.	TEDxZagreb, Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 10. 10.	10.000	15.000	10.000
12.	Meeting G 2.5, Udruga za poslovno povezivanje domovinske i iseljene Hrvatske - Meeting G2, 26. - 27. 7.		15.000	
13.	XXIII. kongres hotelijera, UPUHH, 26.-27.11.	15.000	30.000	15.000
14.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca u kongresnom turizmu, 10.12.		10.000	10.000
15.	18. svjetski kongres o pričama i propovijedanju - ISFRN, Institut za etnologiju i folkloristiku, 21. - 26. 6.	40.000	15.000	40.000
16.	29. međunarodni IASJ Jazz Meeting, Glazbena škola Ladislav Račić, 29.6. - 5. 7.		30.000	
17.	Međunarodni skup o romskom jeziku, Savez Roma u Republici Hrvatskoj "KALI SARA", 3. - 6. 11.		10.000	10.000
18.	Konferencija Future Tense, Komunikacijski laboratorij, 3. 3.	20.000		20.000
19.	Konferencija o medicinskom i zdravstvenom turizmu, veljača		212.000	
20.	Konferencija: Može li hrvatski turizam 365? - 3. korak, Julius Rose d.o.o., 2. 10.		20.000	
21.	3. investicijski forum zdravlja i turizma Adriatic regije - AHT Forum, Medicinska grupa, 9. - 11. 10.		10.000	
22.	Međunarodna konferencija o arheološkom turizmu, Arheološki muzej u Zagrebu, 6. - 10.5		20.000	
23.	Skup flautista Muzičkih akademija regije, Zagrebački ansambl flauta, 27. - 28. 4.		10.000	
24.	Kongres Europske motociklističke asocijacije - FIM Europe, Hrvatski motociklistički savez, 4. - 7. 7.		15.000	
25.	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	
26.	Godišnja skupština International Internet Preservation Consortium i međunarodna konf. o arhiviranju weba, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 5. - 7. 6.		10.000	
27.	Međunarodna konferencija Extreme Value Analysis - EVA 2019, Prirodoslovno-matematički fakultet, 1. - 5. 7.		30.000	

28.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni eventi d.o.o., 9. - 11. 3.	130.000	100.000	130.000
29.	11th Symposium for European Freshwater Sciences - SEFS11, Hrvatsko udruženje slatkovodnih ekologa, 30. 6. - 5. 7.		20.000	
30.	Godišnja skupština Europske udruge ustanova za veterinarsku naobrazbu, Veterinarski fakultet, 30. 5. - 1. 6.		20.000	
31.	Završna konferencija EDU-LAB projekta, Zaklada Znanje na djelu, 15. - 17. 5.		10.000	
32.	1. hrvatski kongres jednodnevne kirurgije, Hrvatsko društvo za jednodnevnu kirurgiju, HLJZ, 5. - 7. 12.		10.000	
33.	New European Media Summit, ATI d.o.o., 22. - 24. 5.		10.000	
34.	4. međunarodna konferencija nogometnih trenera, Prime time film j. d.o.o. 5.-7.6.		15.000	
35.	10. Europski kongres pedijatar 2020, A.T.I. do.o.o., 3. - 5. 9.	50.000	15.000	50.000
36.	Nederlandistička ljetna škola, Udruga Totalno dobro, 1.-13. 7.		5.000	
37.	43. Europska konferencija o vidnoj percepciji, ECVP 2020., Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci, 23. - 27. 8.	25.000	8.000	25.000
38.	Godišnja skupština EAAE (Eu Association for Architectural Education), Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu		5.000	
39.	Konferencija b.creative, HKKKI, listopad		20.000	
40.	Adria Space Conference 2020, Jadranska aero-svemirska asoc.		10.000	10.000
41.	Global Green Destination Days, TZ Grada Malog lošinja, 8.-12.10.		32.000	
42.	Znanstveni skup o hrvatskoj dijaspori - HRVAT S.A.M., Međunarodna udruga Gradišćanskih Hrvata 12. - 13. 10.		40.000	
43.	NEM, Zagreb, Mediji - sve o d.o.o.		100.000	
44.	Međunarodna konferencija Iter Vitis, Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj, 23. - 24. 4.	15.000		15.000
45.	Godišnja skupština i konferencija European Disability Forum, Zajednica saveza osoba s invaliditetom Hrvatske – SOIH, 9. - 10. 5.			10.000
46.	Kongres ESTETICA DEMIK o antiage medicini, Start design, d.o.o., 6. - 7. 11.	10.000		10.000
47.	Konferencija ICDHS 12 Zagreb 2020, (International Committee for Design History and Design Studies), Institut za istraživanje avangarde, 16. - 18. 10.	20.000		20.000
48.	Konferencija „Meteorologija kao podrška tijelima javne uprave“, Hrvatsko meteorološko društvo, 1. - 3. 4.			10.000
49.	Hairstyle News 2020., Obrt Kvarner kongresi, 28.-29.3.	15.000		15.000
50.	Seminar "Potencijali pristupačnog turizma za ugostitelje", Travabled, 14. 4.			20.000
51.	DARIAH Annual Event (digitalna humanistika i umjetnost), Institut za etnologiju i folkloristiku, 26. - 29. 5.			20.000
52.	Međunarodni skup RESHAPE Intensive Zagreb, Pogon - Zagrebački centar za nezavisnu kulturu i mlade, 9. - 13. 3.			10.000
53.	12th International Conference on Third Language Acquisition and Multilingualism, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 9.- 12. 9.			15.000
54.	Winter Holidays Open 2020, međunarodni debatni turnir, Hrvatsko debatno društvo, 18. - 20. 12.	20.000		20.000

55.	EAZA Conservation Forum, Ustanova Zoočoški vrt grada Zagreba, 19.-23.5.	20.000		20.000
56.	ARS CHORALIS, 6. međunarodni simpozij, Hrvatska udruga zborovođa			10.000
57.	ATG SALES CONFERENCE			100.000
58.	Potpore za kandidature - neraspoređeno		210.000	100.000
	UKUPNO:	430.000	1.262.000	835.000

PRILOG 8. – RASHODI TIC - evi

TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA

RB	Opis	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Usluge student servisa	80.000	80.000
2.	Usluge najma	100.000	110.000
3.	Radna odjeća	8.000	10.000
4.	Potrošnja električne energije i plina	40.000	50.000
5.	Usluge održavanja	20.000	20.000
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	10.000	10.000
7.	Komunalne usluge	20.000	20.000
8.	Uređenje prostora	100.000	15.000
9.	Troškovi reprezentacije	12.000	15.000
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	6.000	6.000
11.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	5.000
	Ukupno:	401.000	341.000

TIC - ZRAČNA LUKA

RB	Opis	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Usluge student servisa	100.000	100.000
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.	Usluge održavanja	4.000	4.000
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	7.000	7.000
7.	Komunalne usluge	4.000	4.000
8.	Uređenje prostora	5.000	5.000
9.	Literatura (glasila, časopisi..)	6.000	6.000
10.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000	2.000
	Ukupno:	163.000	163.000

TIC - GLAVNI KOLODVOR

RB	Opis	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Usluge student servisa	53.000	60.000
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..)	6.000	6.000
6.	Komunalne usluge	3.000	3.000
7.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	3.000
	Ukupno:	147.000	154.000

TIC - AUTOBUSNI KOLODVOR

RB	Opis	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Usluge student servisa	35.000	40.000
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	15.000	17.000
6.	Usluge održavanja	40.000	40.000
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000	5.000
8.	Komunalne usluge	9.000	9.000
9.	Uređenje prostora	5.000	5.000
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	6.000	6.000
11.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	5.000
	Ukupno:	265.000	272.000

TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Usluge student servisa	45.000	50.000
2.	Usluge najma	60.000	60.000
3.	Radna odjeća	5.000	5.000
4.	Tekuće i investicijskog održavanje	3.000	3.000
5.	Uređenje prostora	50.000	3.000
6.	Literatura (glasila, časopisi..)	5.000	6.000
7.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000	3.000
	Ukupno:	171.000	130.000

PRILOG 9. - MARKETINŠKI PROJEKTI, FINANCIJSKE POTPORE I POSLOVNE SURADNJE

RB	Marketinški projekti	De minimis potp. 2020.	Plan 2019.	Plan 2020.
1.	Mobilna aplikacija Zagreb, Udruga branitelj Domovinskog rata	10.000		10.000
2.	Blue line, Plavi telefon			50.000
3.	Putevima Lijepe naše, Kulturni centar Klanjec			30.000
4.	Hrvatski zvukopis APP - Umjetnička organizacija 'Yelo, za interdisciplinarni umjetnički proces'		20.000	
5.	Fun Zagreb - obiteljska putna aplikacija - Udruga Arts		20.000	
6.	360 Zagreb Stories - MDM Studio		20.000	
7.	Vodič kroz židovski Zagreb - Židovska općina Zagreb		30.000	40.000
8.	Zagreb Gay Guide		13.000	
9.	Novine Zagreb4You		253.000	253.000
10.	Zagreb Times novine		630.000	500.000
11.	Time Out Zagreb		394.000	619.000
12.	Fotofestival u Argentini		15.000	15.000
13.	Hello Zagreb		112.000	
14.	Place2Go	30.000		30.000
15.	NEPLANIRANO		150.000	100.000
	UKUPNO:	40.000	1.657.000	1.647.000