



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED

PROGRAM RADA ZA 2021. GODINU

Zagreb, prosinac 2020.

Program rada za 2021. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2021. godinu, svim utvrđenim zadaćama Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakonom o turističkoj pristojbi, Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama, potrebama grada Zagreba, posebnim metodološkim uputama Ministarstva turizma i sporta RH te Odlukom Grada Zagreba o visini turističke pristojbe za 2021. godinu, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada za 2021. godinu.

Sadržaj

Uvod.....	03
-----------	----

Struktura aktivnosti

1. Istraživanje i strateško planiranje	10
2. Razvoj turističkog proizvoda.....	10
3. Komunikacija i oglašavanje.....	14
4. Destinacijski menadžment.....	23
5. Članstvo u strukovnim udrugama.....	25
6. Administrativni poslovi.....	26

I. Prihodi.....	28
II. Rashodi.....	29
III. Rekapitulacija.....	30

Prilozi

Prilog 1. Potpora razvoja DMO-a.....	32
Prilog 2. Potpore događanjima.....	33
Prilog 3. Kandidature za stručne skupove, potpore i projekte...	37
Prilog 4. Marketinški projekti.....	38
Prilog 5. Sajmovi	39
Prilog 6. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	40
Prilog 7. Brošure i suveniri.....	41
Prilog 8. Rashodi TIC – evi	42
Prilog 9. Materijalni troškovi – Turistički ured.....	44

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, čemu svjedoči turistička industrija, a u prilog se navode brojni napisi u inozemnim novinama i časopisima, kao i komentari zadovoljnih turista koji govore o zanimljivosti grada. Iako je analiza dolazaka i noćenja u 2019. godini ukazivala na izrazito optimističnu turističku 2020. godinu što se i počelo ostvarivati u prva tri mjeseca ove godine, globalna pandemija korona virusa imala je nezapamćen utjecaj na ukupni svjetski turizam pa tako i na Zagreb i Hrvatsku. Ujedno Zagreb je krajem ožujka pogodio i potres koji je dodatno utjecao na samu infrastrukturu, uzrokovavši veliku štetu na kulturnoj baštini, turističkoj ponudi, ali i na smještajnim objektima.

Grad Zagreb posljednjih je godina unaprijedio i povećao ponudu smještajnih kapaciteta – 2017. godini grad je raspolagao s 7.387 kreveta u 61 hotelu, 2.344 kreveta u 51 hostelu, 7.103 kreveta u 1.870 privatnih iznajmljivača te 6.436 kreveta u različitim smještajnim objektima. U 2018. godini je nudio 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, dok je u 2019. godini Zagreb raspolagao s 8.735 kreveta u 68 hotela, 2.401 krevetom u 54 hostela, 9.507 kreveta u 2.493 privatnih iznajmljivača te 5.421 kreveta u različitim smještajnim objektima. U rujnu 2020. godine u Zagrebu je, iako pod utjecajem pandemije, bilo 69 hotela (8.603 kreveta), zatim 44 hostela (2.088), 2.272 privatna iznajmljivača (8.763), 3 seoska domaćinstva i 11 drugih smještajnih objekata.

Statistički podaci za 2020. godinu u odnosu na zauzetost smještajnih objekata ukazuju na veliki utjecaj pandemije pa se tako prosječna zauzetost u hotelima u prvih 9 mjeseci 2020. godine, s rezultata od 52,25% u 2019. godini, smanjila za 40%. U hostelima se zauzetost u prvih 9 mjeseci 2020. godine, s rezultata od 25,96% u 2019. godini, smanjila za 17%, a kod privatnih iznajmljivača se zauzetost u prvih 9 mjeseci 2020. godine, s rezultata od 22,66% u 2019. godini, smanjila za 12%. Primjećuje se pad otvaranja privatnog smještaja i to 8% u odnosu na prvih 9 mjeseci 2019. godine (201 novootvorenih privatnih iznajmljivača, dok je zatvoreno 435 privatna iznajmljivača).

Trenutni pokazatelji ukazuju na mogućnost početka oporavka u turizmu što će uvelike ovisiti o razvoju i primjeni cjepiva te uspješnosti djelovanja istoga. Iz tog razloga se i očekuje slabiji početak godine i tek s dolaskom kasnijeg proljeća (5. i 6. mjesec) početak turističkih aktivnosti uz ukupan oprez za cijelu 2020. godinu.

Zbog svega navedenog, bit će potrebno koordinirano i sustavno reagirati u kratkom roku te planirati potrebnu pojačanu promociju u svim oblicima, na targetiranim tržištima koji će se oporavljati. Veliku ulogu u promociji, sukladno trenutnoj situaciji, svakako će zauzeti i domaće tržište. Promocija će obuhvatiti sve vidove oglašavanja od tiskanih medija i online oglašavanja, nastupa na sajmovima i sudjelovanja na radionicama i prezentacijama.

Grad Zagreb pozicionira se kao vodeća srednjoeuropska destinacija suvremene kulturne scene s bogatom ponudom inovativnih urbanih događanja tijekom cijele

godine i vibrantnom gradskom atmosferom. Uz poštivanje svih epidemioloških mjera i uz oporavak turizma, događanja različitog karaktera, od kulturnih, eno i gastronomskih do zabavnih i sportskih, ističu se kao turistički proizvod i temeljni element ponude te time privlače brojne domaće i strane turiste. Iako predstojeće razdoblje donosi izazove za turističku industriju, potrebno je razvijati najjače proizvode uz potrebne prilagodbe. S time u vezi, poseban naglasak stavit će se na razvoj i potpore kulturnom turizmu, inovativnim i kreativnim događanjima, zatim sportskim i gastronomskim događanjima koja su prepoznatljiva za Zagreb. Pored kulturne, zabavne i kreativne ponude kao osnovnog nositelja zagrebačke ljetne gradske scene dodatno će se raditi i na kvalitativnom razvoju i usmjerenju Adventa u Zagrebu kao ključnog događanja u destinaciji u zimskom razdoblju. S obzirom na zrelost proizvoda (te aktualne okolnosti povezane s pandemijom), u narednom razdoblju potrebno je razmotriti najvažnije odrednice te održivost proizvoda uz uvažavanje lokalnog stanovništva i prostornih kapaciteta kao i gradske infrastrukture. Zbog navedenog, Advent u Zagrebu se 2021. godine i nadalje profilira prema planski vođenoj i osmišljenoj manifestaciji s naglaskom na kulturni turizam, odnosno sadržaje i programe u kulturi.

U daljnjem razvoju kulturnog turizma, naglasak će se staviti na području suvremene kulture odnosno razvoja kulturne ponude i pozicioniranja grada Zagreba kao kreativnog središta i odredišta suvremene kulturne scene. Presentacija hrvatske eno i gastronomske scene je također vrlo važna u promociji turizma te se i u tom segmentu planira nositelje navedenih projekata usmjeravati na jačanje kvalitete interpretacije, kroz organizaciju boutique događanja koja više odražavaju imidž destinacije, poštujući pritom njene zakonitosti. Prilikom daljnjeg razvoja turističke ponude podržat će se događanja koja promoviraju Zagreb kao destinaciju znanosti, dizajna i tehnologije, a vodit će se računa i o razvoju Zagreba kao održive destinacije te o uvažavanju lokalne zajednice kao sve važnijeg dionika razvoja turizma.

U edukaciji lokalnog stanovništva kao važnog dionika razvoja turističke destinacije nastavlja se s projektom Kultura turizma u srednjim školama na području grada Zagreba, kako bi se, edukacijom učenika srednjih škola podigla svijest o vlastitom gradu kao turističkoj destinaciji te upoznalo mlade s turističkim, povijesnim, kulturnim i prirodnim potencijalima Zagreba.

U odnosu na kongresno-poslovni turizam u prilog govore objavljeni rezultati organizacije International Congress and Convention Association (ICCA), koji su u svibnju 2020. godine temeljem rezultata u 2019. pozicionirali Zagreb na 48. mjesto, što predstavlja do sada najbolji rezultat. Navedeno ukazuje na činjenicu da unatoč nedostacima u pogledu kapaciteta, Zagreb napreduje i postiže rezultate zahvaljujući zajedničkom djelovanju svih dionika kongresne industrije. Kongresno-poslovne aktivnosti izrazito su pod utjecajem globalne pandemije i kao takve su u potpunosti zaustavljene od ožujka ove godine. Dijelom su prebačene u virtualnu sferu što ne donosi izravnu korist destinaciji jer ne generira dolaske i noćenja i s time vezanu potrošnju. Slijedom navedenog, učinke pandemije na 2021. godinu još nije moguće u potpunosti sagledati. Putem sudjelovanja na virtualnim radionicama, konferencijama i sastancima tijekom 2020. godine, identificiran je snažan interes i želja organizatora za ponovnim pokretanjem redovnih aktivnosti te će se, s tim u vezi, nastaviti sa sudjelovanjem na svim relevantnim burzama i specijaliziranim događanjima, neovisno o tome hoće li se održati u fizičkom obliku ili virtualno. Jednako tako, nastavit će se s potporama organizatorima skupova i promotivnim aktivnostima u

skladu sa razvojem situacije. U pogledu rasta i razvoja kongresnih aktivnosti i snažnijeg iskoraka na tržište međunarodnih asocijacija i nadalje glavni izazov predstavlja nepostojanje suvremenog polivalentnog kongresnog centra s pratećim sadržajima. Takav bi kongresni centar, uz ostale usluge i ponudu, generirao interes i potražnju međunarodnih udruga za organizaciju velikih kongresa, te bi time, osim ostvarenja financijskog učinka, doprinio boljem pozicioniranju Zagreba kao značajne kongresne destinacije.

Snažan utjecaj na brži povratak u redovito poslovanje imat će i situacija na avio tržištu gdje su nastali značajni poremećaji. Redovite izravne avio linije, kao i dnevna povezanost s glavnim zrakoplovnim središtima – hubovima – temelj su za planiranje kongresno-poslovnih aktivnosti. U ovom dijelu posebno je značajno poticati suradnju s nacionalnim avioprijevoznikom koji je tijekom pandemije jedini kroz cjelokupno vrijeme održao povezivost Zagreba s Hrvatskom i Europom.

U 2021. godini nastavit će se s razvojem i pozicioniranjem Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma s posebnim naglaskom na medicinski turizam kroz poticanje suradnje svih uključenih dionika. Isto tako planirano je sudjelovanje na svjetskim sajmovima profiliranih za zdravstveni turizam ukoliko i na način kako će to biti moguće ostvariti.

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. Od ključnih turističkih proizvoda/događanja, pored Adventa u Zagrebu, TZGZ stavlja poseban naglasak na daljnji kvalitativni i kreativni razvoj projekta Festival svjetla Zagreb, koji predstavlja turistički proizvod i projekt koji se razvija s ciljem privlačenja posjetitelja u prvom dijelu godine, s ciljem promocije Zagreba kao destinacije suvremenih, inovativnih i kreativnih događanja te, posljedično, povećanja popunjenosti smještajnih kapaciteta u navedenom periodu. Budući da je 2020. godine Festival otkazan zbog pandemije koronavirusa pažljivo će se planirati isti uzimajući u obzir sve okolnosti u 2021. godini. U planu je i razvoj prepoznatljivog događanja u području suvremene kulture pod radnim nazivom Art Fair Zagreb, u jesenskom periodu, a sve u skladu s nastojanjima daljnjeg razvoja kulturne ponude te pozicioniranja grada Zagreba kao kreativnog središta i odredišta suvremene kulturne scene. 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.

Program rada za 2021. godinu Turističkog ureda Turističke zajednice grada Zagreba, baziran je na specifičnostima turističke industrije grada Zagreba, strateško marketinškom planu Zagreba, svim ovogodišnjim smjernicama Hrvatske turističke zajednice, 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 te se traži oprezno planiranje i poslovanje. U ovoj godini TZGZ je usvojila novi Statut te se sukladno tome provodi i novo konstituiranje tijela upravljanja kako bi se u potpunosti izvršilo usklađivanje s zakonskim aktivnostima upravljanja destinacijom. Za sljedeću godinu je potrebno planirati financijska očekivanja na drugačiji način – članarina turističkim zajednicama se smanjuje za 12% od sljedeće godine, očekuju se povrati preplaćene članarine u 2020. godini kod predaje završnog računa u 2021. godini, odgoda, umanjivanje ili ukidanje obveze plaćanja paušala turističke pristojbe što je bio slučaj i u ovoj godini. Program rada za 2021. godinu je ujedno i dokument koji je u potpunosti napravljen po novoj metodologiji za izradu programa rada koja je izrađena od strane Ministarstva turizma i sporta RH za cijeli sustav turističkih zajednica.

TZGZ je izradila potpuno novi Strateško operativni marketinški plan za radoblje 2021.-2023. kojim su usvojeni novi kvalitativni i kvantitativni ciljevi za sljedeće razdoblje i to kako slijedi :

Kvalitativni ciljevi:

1. Daljnji razvoj razloga dolaska u destinaciju
 - Aktivacija nedovoljno iskorištenih turističkih resursa i nastavak razvoja ključnih turističkih proizvoda destinacije, uključujući inicijative cjelogodišnjeg turizma
 - Poduzimanje aktivnosti koje pridonose snažnijem pozicioniranju Zagreba kao *city-break* i poslovno-kongresne destinacije na turističkom tržištu
 - Obogaćivanje turističke ponude kroz diversifikaciju motiva dolazaka i ciljnih tržišnih segmenata
2. Pružanje podrške razvoju suvremene kulturne scene
 - Potpora inovativnim i kreativnim kulturnim inicijativama koje doprinose diferenciranosti Zagreba na turističkom tržištu
 - Snažnija marketinška komunikacija elemenata suvremene kulturne scene destinacije
3. Daljnji razvoj turističkog brenda destinacije i sustava upravljanja destinacijom
 - Sustavno unaprjeđivanje ključnih elemenata turističkog brenda destinacije
 - Frekventnija upotreba ključnih elemenata brenda destinacije u marketinškoj komunikaciji
 - Aktivna komunikacija i suradnja s B2B segmentom tržišta s ciljem ostvarivanja integrativnog modela upravljanja destinacijom
 - Modernizacija i digitalizacija poslovnih procesa u kontekstu upravljanju destinacije kroz implementaciju inovativnih tehnoloških rješenja

Kvantitativni ciljevi:

4. Povećanje udjela tržišta iz okruženja u turističkom prometu

- Stavljanje primarnog fokusa marketinških aktivnosti na privlačenje gostiju s tržišta iz okruženja
 - Kreiranje i diseminacija fokusiranih online i offline marketinških kampanja prema ciljnim segmentima tržišta
 - Postizanje kontinuirane prisutnosti na definiranim tržištima iz okruženja
5. Produživanje boravka gostiju u destinaciji na 2 noći
- Daljnji razvoj turističke ponude destinacije s ciljem zadržavanja gostiju u destinaciji
 - Suradnja s turističkim destinacijama iz okruženja u kontekstu zajedničke promocije turističkih proizvoda i iskustava
 - Snažnija marketinška komunikacija turističkih proizvoda i iskustava koji doprinose produljenju boravka gostiju u destinaciji
6. Oporavak tradicionalnih emitivnih tržišta
- Kontinuirano održavanje vidljivosti destinacije na tradicionalnim emitivnim tržištima
 - Kreiranje i diseminacija fokusiranih marketinških kampanja prema ciljnim segmentima tržišta
 - Ponovno uspostavljanje tradicionalnih i definiranje novih marketinških kanala komunikacije za doseganje identificiranih emitivnih tržišta

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 kulturu, Gradskog ureda za obrazovanje, Gradskog ureda za sport i mlade te Gradskog ureda za gospodarstvo, energetiku i zaštitu okoliša.

Više nego ikad potrebno je i dalje sustavno raditi na unapređenju dosadašnje dobre suradnje s 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 Zagreba u okviru radionica ili samostalnih prezentacija. Potrebno je i nastaviti suradnju s veleposlanstvima RH u inozemstvu sukladno interesnim tržištima kao i dodatno učvrstiti suradnju i članstvo u međunarodnim asocijacijama koje mogu služiti kao izvor informacija, ali i pridonijeti promociji Zagreba.

Važno je istaknuti sveobuhvatan online i offline pristup kampanjama TZGZ poput *ad hoc* kampanja Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Summer Tour, Advent Zagreb, Around Zagreb, ali i *always on* kampanja koje se odvijaju kroz cijelu godinu, a predstavljaju Zagreb kao grad kreativne i kulturne ponude, inovativnih muzeja, grad za poslovne sastanke i grad gostoljubivih stanovnika.

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 2021. godini planira se nastavak rada na redizajnu i unaprjeđenju Internet stranica kao i preuzimanju novih internet tehnologija.

Također, TZGZ će nastaviti provoditi uspješnu kampanju 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 2021. godinu proveden je sukladno javnom pozivu za prikupljanje prijava za sufinanciranje projekata, manifestacija, marketinških projekata, skupova i kandidatura u 2021. godini i to 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 i Uredbi Komisije (EU) br. 2020/972 od 2. srpnja 2020. o izmjeni Uredbe (EU) br. 1407/2013 u pogledu njezina produljenja i o izmjeni Uredbe (EU) br. 651/2014 u pogledu njezina produljenja i odgovarajućih prilagodbi (SL L 215/3, 7.7.2020.).

Utjecaj pandemije na cjelokupno gospodarstvo, a posebno na turizam, je u potpunosti bilo nemoguće predvidjeti niti procijeniti. TZGZ, slijedom analize dolazaka i noćenja za prvih 9 mjeseci 2020. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 350.000 dolazaka (24% u odnosu na 2019. godinu) i 800.000 noćenja (30% u odnosu na 2019. godinu). Za 2021. godinu su sukladno Strateško operativnom marketinškom planu napravljena tri scenarija, a s obzirom na trenutnu situaciju – Pesimistični (ostvarenje 37% noćenja iz 2019. godine), Umjereni (ostvarenje 50% noćenja iz 2019. godine) te Optimistični (ostvarenje 65% noćenja iz 2019. godine)

U razdoblju siječanj – rujan 2020. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 283.100 dolazaka i 625.597 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 86.929 dolazaka te 183.759 noćenja (29,37% ukupnih noćenja), a strani turisti 196.171 dolazak i 441.838 noćenja (70,63% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2019. godinu, ostvareno je 26% broja dolazaka turista (58% domaćih dolazaka i 21% stranih dolazaka) dok je ostvareno 31% broja noćenja turista (64% domaćih noćenja, a 26% stranih noćenja). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: Njemačke 21.190 (37% ostvarenog turističkog prometa u odnosu na isto razdoblje 2019. godine), Italije 15.084 (31% ostvareno), Bosne i Hercegovine 13.334 (46% ostvareno), Poljske 11.521 (48% ostvareno), Srbije 10.812 (43% ostvareno), a potom slijede turisti iz Francuske, SAD-a, Austrije, Slovenije i Ujedinjenog Kraljevstva. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke 43.783 (41% ostvareno u odnosu na 2019. godinu), Italije 41.833 (44% ostvareno), Bosne i Hercegovine 30.502 (54% ostvareno), SAD-a 30.200 (21% ostvareno), Srbije 22.704 (46% ostvareno), a potom slijede turisti iz Francuske, Poljske, Ujedinjenog Kraljevstva, Austrije i Slovenije.

U cilju ostvarenja turističke politike u 2021. godini, a sukladno odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma o ciljevima i zadaćama turističkih zajednica, Strateško operativnom marketinškom planu TZGZ-a, metodologijom i uputama, Turistička zajednica grada Zagreba izradila je Program rada i financijski plan za 2021. godinu.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

PROGRAM RADA ZA 2021. GODINU

STRUKTURA AKTIVNOSTI

1. **ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**
 - 1.1. **Istraživanje i analiza tržišta**

U 2020. godini izrađen je Strateško operativni marketinški plan za naredno razdoblje 2021.-2023. godina koji je uključio i analizu trenutne situacije i oporavak turističkog tržišta. U narednom razdoblju rezerviraju se sredstva za moguću analizu ili istraživanje ukoliko se ukaže potreba za istim.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine
 - UKUPNO: 50.000**
2. **RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**
 - 2.1. **Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda**
 - 2.1.1. **Potpore razvoja DMO-a**

Projekti TZGZ-a podrazumijevaju turističke proizvode, odnosno događanja koja su nastala kao rezultat razvoja unutar TZGZ-a u suradnji s partnerima. Projekti se iz godine u godinu nadograđuju i razvijaju prateći nove trendove na turističkom tržištu. Provode se u suradnji sa stručnim organizacijama, društvima i udrugama uz pomno praćenje provedbe od strane djelatnika TZGZ-a pritom sustavno radeći na kvaliteti postojećih ili na uvođenju i osmišljavanju novih. Projekti su bazirani na povijesti, tradiciji i kulturnoj baštini unutar platforme Zagrebačkog vremenoplova od kojih se ističu Smjena straže, Gornji grad u prošlosti, folklorna događanja, glazbena ulična događanja itd., a od ostalih projekata ističe se projekt Dvorišta. Svake godine TZGZ prigodno obilježava neke značajne datume, kao što su Uskrs, Dan grada Zagreba i Svjetski dan turizma.

Osim projekata koji njeguju i prezentiraju kulturno i povijesno naslijeđe Zagreba, TZGZ razvija inovativna urbana događanja kao i događanja suvremene kulturne scene.

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. Planira se održati Festival po četvrti puta, i to na različitim lokacijama Gornjeg i Donjeg grada. Naime, zbog izuzetno velikog broja posjetitelja naspram mogućnostima infrastrukture Gornjeg grada logičan korak je bilo širenje, a navedeno je pokazatelj da festival raste kvalitetom sadržaja, brojem lokacija kao i nastupima inozemnih sudionika što mu daje i međunarodni karakter. Budući da je 2020. godine Festival otkazan zbog pandemije koronavirusa pažljivo će se planirati isti uzimajući u obzir okolnosti kao i moguće promjene tematike.

U planu je i razvoj prepoznatljivog događanja u području suvremene kulture pod radnim nazivom Art Fair Zagreb, a sve u skladu s nastojanjima razvoja kulturne ponude i pozicioniranja grada Zagreba kao kreativnog središta i odredišta suvremene kulturne scene. Art Fair Zagreb zamišljen je kao platforma za umjetnike i kreativce, a okupio bi niz partnera koji bi u okviru istog predstavili suvremenu kulturu kroz ambijentalne, urbane intervencije, izložbe i druga popratna događanja.

Sve aktivnosti se planiraju, a suradnja će se izvršavati sukladno svim epidemiološkim i ostalim mjerama koje će biti na snazi u trenutku provođenja aktivnosti. Prilog 1.

Nositelj aktivnosti: Prilog 1.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.190.000

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 1.
 - 2.1.2. **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), izložbu Strastvena ljepota u Udinama, Italija (Udruga Kultura46), te za Festival hrvatske glazbe u Beču (Kulturno informativni centar - KIC).

Sve aktivnosti se planiraju, a suradnja će se izvršavati sukladno svim epidemiološkim i ostalim mjerama koje će biti na snazi u trenutku provođenja aktivnosti.

Izložba Ivana Meštrovića 20.000

Izložba Strastvena ljepota 70.000

Festival hrvatske glazbe u Beču 70.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

160.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

2.2. Podrška razvoju turističkih događanja

2.2.1. Potpore događanjima

Grad Zagreb pozicionira se kao vodeća srednjoeuropska destinacija suvremene kulturne scene s bogatom ponudom inovativnih urbanih događanja tijekom cijele godine i vibrantnom gradskom atmosferom. TZGZ surađuje s partnerima, organizatorima različitih projekata i manifestacija kroz 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 događanja, a koja podržavaju navedeno pozicioniranje i kojima se povećava broj dolazaka i noćenja u destinaciji.

Podržavaju se jedinstveni razgledi grada temeljeni na legendama ili povijesnim likovima poput Secret Zagreba ili Zlatarevog zlata kroz šetnju i priču, do razgleda ekološki prihvatljivim prijevoznim sredstvima kao što su Segway City Tour i biciklističke ture.

Posebni projekti poput Muzza science week Zagreb i Design week Zagreb imaju za cilj približiti znanost i tehnologiju javnosti na interaktivan i pristupačan način, odnosno promoviraju Zagreb kao regionalno središte kreativnih industrija. Međunarodna vrtna izložba Floraart godinama kontinuirano privlači velik broj posjetitelja svojom dugogodišnjom tradicijom dok Plac mljac – Ljeto na Trešnjevci i Booksa u parku doprinose razvoju programa lokalne zajednice i aktiviraju četvrti u blizini centra grada.

Lokalna eno i gastro scena prezentira se kroz boutique događanja kao što su Le Grič i Mali piknik na Vranicanijevoj u kojima sudjeluju odabrana obiteljska poljoprivredna gospodarstva dok piknik u Maksimiru potiče boravak na otvorenom i aktivaciju zelene zone, parka Maksimir.

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 i noćenja posjetitelja, boljoj popunjenosti smještajnih kapaciteta te povećanoj turističkoj potrošnji u vrijeme njihova održavanja. 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, Svjetsko prvenstvo u sinkroniziranom klizanju, međunarodno dječje plesno natjecanje International Dance Open te IJF Judo Grand Prix Zagreb, olimpijsko kvalifikacijsko natjecanje Međunarodne judo federacije (IJF).

Zagreb se pozicionirao kao nezaobilazno turističko odredište u vrijeme Adventa, što potvrđuje tri puta za redom dobivena titula „Best Christmas Market“ u okviru natjecanja nezavisnog portala European Best Destinations. Sukladno sazrijevanju ovog turističkog proizvoda, u ovoj godini naglasak će se staviti na kreiranje kulturnih programa i dodatnih programskih sadržaja, a sve u cilju kvalitativnog razvoja proizvoda uz daljnju promociju na domaćem i međunarodnom tržištu

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 kulturnog turizma. Sukladno trendovima, rastućem značaju suvremene kulture i kreativnih sadržaja podržavaju se projekti vezani za popularnu street art scenu kojima je cilj revitalizirati gradske prostore, kao što su Art Park Zagreb, projekt OKOLO ili posebnih multimedijalnih, interdisciplinarnih projekata kao Ljeto u MSU te Hrvatska svijetu. Isto tako, njeguje se tradicija i kulturna baština, kroz podršku manifestacijama kao što je Međunarodna smotra folkloru te besplatni kulturni sadržaji na otvorenom poput Ljetnih večeri HNK u Zagrebu koji doprinose imidžu Zagreba kao kulturnog središta te privlače velik broj posjetitelja.

Osim gore spomenutih, važno je istaknuti i ostale vrijedne kulturno-turističke manifestacije poput Dana otvorenog trga, Ljetnih noći teatra Exit, Ljetnih večeri scene Amadeo, Glazbenog dvorišta Zagrebačkih solista te Svečanosti Pasijske baštine i mnogih drugih koje obogaćuju kulturno-turističku ponudu grada Zagreba.

Mnogi festivali koji se održavaju tijekom cijele godine, a posebno glazbeni, svojom atmosferom i programima kontinuirano privlače velik broj posjetitelja, kako domaćih tako i stranih, a utječu i na percepciju Zagreba kao vibrantne i mladima zanimljive destinacije. Ulični, glazbeni, filmski, kazališni, gastro i drugi festivali poput međunarodnog uličnog festivala Cest is d' Best, Ljeta na Štroso, Festivala vatrometa, Festivala svjetskog kazališta, Međunarodni festival kazališta lutaka kao i Večeri na Griču već su tradicionalni, a ističu se i

noviji festivali na sceni poput Zagreb Jazz festivala, Festivala umjetničkih zastavica, Pop Up Summer Garden, Zagreb Beer Fest, i mnogih drugih koji obogaćuju ponudu tijekom godine za raznoliku publiku.

Zagreb se tijekom godina profilirao i kao destinacija raznovrsnih filmskih festivala. To su već poznati Zagreb film festival, Fantastic Zagreb film festival, Animafest i ZagrebDox.

Kulturne ustanove i razne institucije, ansambli i kulturni centri koji su od značaja za turističku ponudu Zagreba podržavaju se u okviru suradnje s institucijama i ustanovama. Neke od kulturnih ustanova su: Umjetnički paviljon, Galerija Klovićevi dvori, Muzej suvremene umjetnosti, Muzej grada Zagreba, Tehnički muzej, Arheološki muzej, Muzej za umjetnost i obrt, Kuća LAUBA, Hrvatski glazbeni zavod, Ansambl LADO, URK Močvara i drugi. Spomenutim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnji program rada ili za posebne projekte. Posebno se ističe podrška Hrvatskom društvu likovnih umjetnika za izložbu pod nazivom Murtić 100 koja će se održati unutar Meštrovićevog paviljona. Multimedijalna izložba Murtić 100 obilježava stogodišnjicu rođenja umjetnika, a uz izložbu planiran je i bogat popratni program. Podržat će se i Akademija likovnih umjetnosti Sveučilišta u Zagrebu za izložbu na otvorenom Murali – Edo Murtić 100 godina rođenja. Riječ je o muralima na temu Murtićevog slikarstva pažljivo uklopljenima u odabrane urbane cjeline.

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 Zagreba. Dio aktivnosti se odnosi i na prijedloge oglašivačke suradnje s partnerima. 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.

Sve aktivnosti se planiraju, a suradnja će se izvršavati sukladno svim epidemiološkim i ostalim mjerama koje će biti na snazi u trenutku provođenja aktivnosti Prilog 2.

Nositelj aktivnosti: Prilog 2.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

7.710.750

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 2.

2.2.2 Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti

S ciljem poticanja organizacije skupova u gradu Zagrebu te povećanja broja sudionika, TZGZ kontinuirano provodi aktivnosti kojima se potiču kandidature za participaciju na međunarodnim skupovima te pružaju potpore za održavanje skupova i posebnih događanja. Spomenute potpore TZGZ-a se odnose na pružanje savjetodavne i financijske pomoći, a prema potrebi, ili kada to predstavlja obvezu budućeg grada domaćina, TZGZ sudjeluje i u samoj organizaciji posebnih prezentacija. Osim potpora za kandidature i dobivene skupove, planiraju se i sredstva namijenjena organizaciji posebnih projekata. U 2021. godini planira se organizacija Meetex-a, virtualne radionice namijenjene kongresnoj industriji. Meetex je vrlo uspješno organiziran u 2019. i 2020. godini, a okupio je brojne međunarodne kupce zainteresirane za organizaciju kongresa i incentive putovanja u RH. U potpunosti je orijentiran na prezentaciju domaće ponude te kao takav predstavlja centralno događanje koje okuplja dionike kongresno-incentive sustava u Republici Hrvatskoj. Obzirom na visoku razinu neizvjesnosti glede poslovanja čitave industrije, a vezano uz pandemiju koronavirusa, Meetex se u 2021. godini planira kao virtualno događanje. Planiraju se i potpore za kandidature na međunarodnim skupovima, kao i potpore skupovima i projektima od posebnog značaja.

Sve aktivnosti se planiraju, a suradnja će se izvršavati sukladno svim epidemiološkim i ostalim mjerama koje će biti na snazi u trenutku provođenja aktivnosti Prilog 3.

Nositelj aktivnosti: Prilog 3

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti

865.000

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 3.

2.2.3. Marketinški projekti

U sklopu sufinanciranja projekata prema zaprimljenim prijavama, TZGZ će i u 2021. godini nastaviti podupirati projekte od posebne važnosti za kvalitetnu promociju turističke ponude grada. Atraktivnom prezentacijom pojedinih elemenata turističke ponude grada Zagreba, a koja se primarno odnosi na sam sadržaj prijavljenog projekta, značajno doprinosi prepoznatljivosti grada na emitivnom tržištu, a promotivne aktivnosti se mogu realizirati kroz objave u tiskanim izdanjima te distribucijom sadržaja na različitim platformama promotivnog karaktera.

Sve aktivnosti se planiraju, a suradnja će se izvršavati sukladno svim epidemiološkim i ostalim mjerama koje će biti na snazi u trenutku provođenja aktivnosti Prilog 4.

Nositelj aktivnosti: Prilog 4.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti 815.100

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

2.2.4 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.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 250.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

2.3. Podrška turističkoj industriji

Neizostavni dio provođenja aktivne promocije grada Zagreba na odabranim turističkim tržištima, odnosi se i na uspostavu kvalitetne poslovne komunikacije na destinacijskoj razini, odnosno potiče se suradnja s turističkim agencijama, turoperatorima i ostalim predstavnicima turističke industrije. TZGZ će tijekom 2021. godine poticati međusobnu kooperaciju svih dionika u sustavu turizma, kao i donošenje zajedničkih smjernica razvoja na razini destinacije. Planirane aktivnosti TZGZ-a obuhvaćaju stvaranje dodatne vrijednosti, odnosno obogaćivanje postojeće turističke ponude, kreiranje novih turističkih proizvoda te uspostavu sinergije lokalne zajednice u kontekstu provođenja promotivnih aktivnosti te postavljanja zajedničkih ciljeva čije će ostvarenje imati brojne pozitivne učinke na sve dionike zagrebačkog turizma.

TZGZ će i u 2021. godini pružiti podršku svojim članicama prilikom nastupa na sajmovima i na kongresnim burzama u organizaciji HTZ-a ili u vlastitoj organizaciji. Podršku će pružiti sufinancirajući dio troška izlaganja na sajmu, a spomenute potpore smatraju se *de minimis* potporama.

Isto tako, planira se i realizacija projekta edukacije policijskih službenika. Edukaciju prati i izrada pratećeg udžbenika namijenjenog edukaciji policijskih djelatnika te svih dionika u sustavu turizma, a koji su u neposrednom kontaktu s posjetiteljima čiji je boravak u gradu Zagrebu realiziran kroz suradnju s Ministarstvom unutarnjih poslova RH.

Sve aktivnosti se planiraju, a suradnja će se izvršavati sukladno svim epidemiološkim i ostalim mjerama koje će biti na snazi u trenutku provođenja aktivnosti.

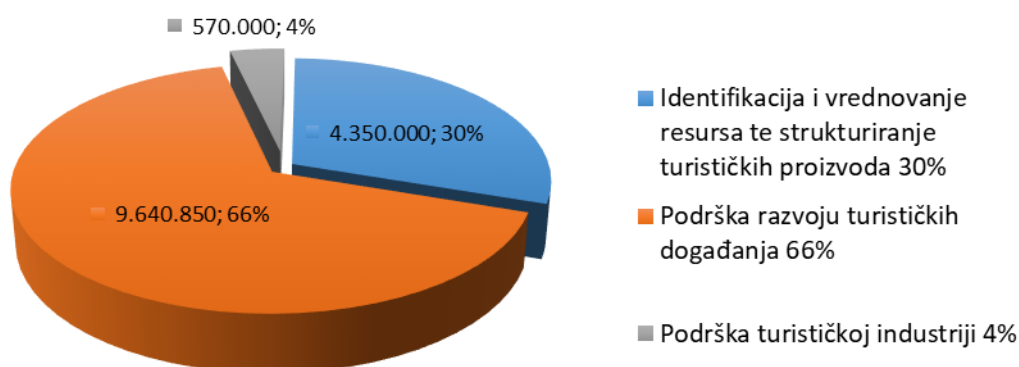
Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 570.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

UKUPNO RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 14.560.850

RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA



3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje *branding* sustava i brend arhitekture

Sukladno operativnom i marketinškom planu za razdoblje 2021. – 2023. godine planirano je ulaganje dodatnih sredstava u kreiranje branding sustava i razvoja brend arhitekture s ciljem repositioniranja Zagreba kao turističke destinacije i kreiranjem prepoznatljivijeg brenda.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

S ciljem što efikasnije provedbe promotivnih aktivnosti te pozicioniranja grada Zagreba kao poželjne i sigurne turističke destinacije, a koja je sadržajno bogata te pogodna za razvoj cjelogodišnjeg turizma, TZGZ će tijekom 2021. godine sustavno provoditi skup aktivnosti usmjerenih na ciljano informiranje potencijalnih posjetitelja o brandu, sastavnim elementima turističke ponude te proizvodima karakterističnim za destinaciju. Sukladno specifičnostima potražnje koji karakteriziraju pojedina emitivna tržišta, TZGZ će nastaviti s oglašavanjem u medijima putem cjelovitih marketinških kampanja koje uključuju TV i radio oglašavanje, oglašavanje u tiskovinama te na javnim površinama od promotivnog značaja. Posebno će se voditi briga o uspješnom savladavanju utjecaja pandemije na destinaciju kroz upravljanje oglašivačkim kanalima, pravodobnost te mogućnost oporavka pojedinih tržišta.

3.2.1. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam predstavlja važan dio strategije razvoja turizma RH, a sukladno tome TZGZ će nastaviti s kontinuiranim provođenjem aktivnosti koje će poticati njegov daljnji razvoj i promociju grada Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma, s posebnim fokusom na medicinski turizam. Isto tako, planirani su i nastupi na specijaliziranim sajmovima i konferencijama na temu zdravstvenog turizma te razni oblici potpore subjektima, odnosno dionicima zdravstvenog turističkog sustava grada Zagreba.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

384.500

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.2.2. Kampanje TZGZ

Pozitivna percepcija o pojedinim događanjima, odnosno projektima TZGZ-a od posebne važnosti, činit će stratešku okosnicu za planiranje, razvoj i provođenje promotivnih aktivnosti na domaćem i inozemnom turističkom tržištu i tijekom 2021. godine. TZGZ će fokus staviti na provođenje integriranih marketinških kampanja koje će biti orijentirane na dodatno podizanje razine kvalitete postojećih turističkih proizvoda (Festival svjetla Zagreb, Zagreb Summer Tour, Advent Zagreb), ali i na pozicioniranje grada Zagreba kao uspješne turističke destinacije čija ponuda objedinjuje inovativne, atraktivne te jedinstvene projekte koji privlače velik broj posjetitelja. Integrirane marketinške kampanje obuhvaćaju oglašavanje na javnim površinama (billboard, citylight plakati), oglašavanje na sredstvima javnog prijevoza (autobusi, tramvaji...), radio oglašavanje te relativno novi oblik provođenja aktivnosti s ciljem promocije projekata od posebnog značaja, oglašavanje na digitalnim medijima (digitalni citylight plakati). Kroz adekvatnu primjenu navedenih kanala oglašavanja tijekom 2021. godine, TZGZ planira realizirati aktivnosti koje se odnose na uspješno provođenje konceptualno različitih kampanja unutar poslovne godine.

TZGZ planira i dodatna sredstva namijenjena za razvoj novih projekata, odnosno razvoj projekata u domeni kulture, gastronomije i ostalih potencijalnih, a za grad Zagreb svojstvenih elemenata postojeće turističke ponude. Radi se o projektima čija je primarna funkcija stvaranje komplementarne turističke ponude u destinaciji, a okosnica njihova razvoja, kao i uspješnost realizacije istih, se temelji na kvalitetnoj komunikaciji vrijednosti na inovativan i atraktivan način te na poduzimanju konkretnih promotivnih aktivnosti i komuniciranje sadržaja koji će direktno utjecati na stvaranje željene percepcije turističke ponude destinacije. Potencijalno djelovanje TZGZ-a u toj domeni potaknulo bi i stvaranje imidža destinacije baziranog na prethodno definiranom i komuniciranom sadržaju, a sukladno strateškim odrednicama razvoja turizma grada Zagreba.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

2.385.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.2.3. Oglašavanje u tisku

TZGZ kontinuirano surađuje s brojnim predstavnicima medija kroz objavljivanje strateški osmišljenog sadržaja, odnosno tekstova i posebnih, tematski prilagođenih te atraktivnih reportaža. U 2021. godini nastavit će se s ciljanom komunikacijom pojedinih segmenata turističke ponude grada Zagreba radi ostvarivanja većeg dosega, odnosno podizanja razine svijesti o aktualnim poslovnim aktivnostima TZGZ-a.

Isto tako, objavom atraktivnih oglasa, a koji će sadržajno pratiti događanja od posebnog značaja za poslovanje u pojedinim razdobljima poslovne godine, nastojat ćemo stvoriti prepoznatljiv vizualni identitet te imidž grada, kako u domaćim, tako i u stranim tiskovinama.

Unatoč kontinuiranom porastu značaja online oglašavanja, tiskovine i dalje predstavljaju efikasan način komunikacije s trenutnim, ali i potencijalnim posjetiteljima grada Zagreba. Tijekom oglašavanja u tiskovnim medijima tijekom 2021. godine, TZGZ će fokus staviti na oglašavanje projekata od posebnog značaja. (Festival svjetla Zagreb, Zagreb Summer Tour, Advent Zagreb i sl.).

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

1.411.500

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.2.4. Online kampanje

U 2021. godini TZGZ će nastaviti u svojim marketinškim online kampanjama promovirati Zagreb kao destinaciju bogatu kreativnim i kulturnim događanjima kroz cijelu godinu, koncertnu destinaciju, grad koji živi na otvorenom, grad raznolike ugostiteljske ponude, grad za poslovne sastanke te destinaciju zdravstvenog turizma.

Posebna pažnja u online promociji posvetit će se kulturnim i umjetničkim sadržajima pa se tako nastavlja kampanja za američko tržište na Smithsonian Magazine, koji obrađuje teme popularne kulture, povijesti, umjetnosti i inovacija, a putem native članaka, banner oglašavanja i putem newsletter kampanja, a nastavljaju se i kulturne kampanje na europskom tržištu. Veliki naglasak bit će i na gastronomskoj ponudi Zagreba, stoga je u planu kampanja sa Michelin magazinom započeta u 2020. godini.

Isto tako, u planu je i kampanja zdravstvenog turizma na tržištima Njemačke (Bavarska), Belgije (Bruxelles) i sjeverne Italije putem native članaka i mobilnog oglašavanja, a za koju je kreirana posebna web stranica u suradnji s Time Out Croatia.

U suradnji s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije nastavit će se kampanja s ciljem promoviranja kulturne, eno i gastro ponude Zagreba i okolice putem native oglašavanja. Planira se i kampanja za promociju Festivala svjetla Zagreb te 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.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

5.262.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.2.5. TV oglašavanje

Emitiranje posebnih reportaža o Zagrebu, na četiri strana jezika, putem satelitskog odašiljača EUTELSAT 16-A, na Z1 TV, nastavlja se i u 2021. godini kroz realizaciju posebnog TV programa. Distribucija signala pokriva područje cijele Europe, Bliskog istoka i Rusije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.2.6. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama

TZGZ će tijekom 2021. godine nastaviti s kontinuiranom provedbom skupa aktivnosti usmjerenih na promociju grada Zagreba kao destinacije poslovnog turizma. Svoju kongresnu ponudu nastavit će oglašavati kroz objave u specijalnim edicijama, primarno namijenjenim organizatorima kongresa, incentive putovanja te drugih skupova orijentiranih na poslovni segment turističke potražnje. Objave će se oglašavati putem različitih online i offline komunikacijskih kanala, a oglašavanje će se provoditi i kroz objavu tematskih reportaža o gradu Zagrebu, a sve s ciljem približavanja destinacije ciljanoj publici.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

210.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.2.7. **Promotivni pano i displeji**

Kao dodatni alat za kvalitetnu promociju kampanja od posebnog značaja, TZGZ će i u 2021. godini koristiti razne promotivne panoe (roll up bannere, rastezalice i sl.), a koje će biti tematski prilagođene pojedinoj namjeni poput održavanja posebnih prezentacija, brendiranja pojedinih događanja, oglašavanja na javnim površinama i sličnih aktivnosti s ciljem prenošenja strateški osmišljene komunikacijske poruke na odabrane ciljane skupine. Planira se i izrada idejnih rješenja za odabrane lokacije koje se odnose na promociju kampanja TZGZ-a koje su bile ili će biti podložne promjeni kreativnog koncepta tijekom 2021. godine.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.3. **Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR**

3.3.1. **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.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

100.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.3.2. **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. Pandemija ostavlja značajne posljedice na organiziranje samih studijskih putovanja, no ona se i dalje planiraju provoditi sukladno mogućnostima i situaciji na emitivnim tržištima.

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 samostalno. Prema potrebi se organiziraju i posjete specijaliziranih novinara koji prate kongresno-incentive industriju.

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.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.3.3. **Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima**

Tijekom 2021. godine TZGZ planira nastaviti provoditi skup promotivnih aktivnosti kroz suradnju s influencerima i blogerima. Isto tako, planira se provođenje kampanje kojom će se grad Zagreb predstaviti kao poželjna destinacija za segment digitalnih nomada te idealna za njihov boravak i rad. Trendovi uvjetovani razvojem tehnologije i globalnom ekspanzijom interneta doveli su do pojave nove kategorije posjetitelja – digitalnih nomada. Digitalni nomadi su zaposlenici ili poduzetnici koji svoj posao obavljaju u mjestima s pristupom internetu neovisno o mjestu rada, a iskorištavajući sve prednosti moderne tehnologije. TZGZ će sustavno provoditi aktivnosti s primarnim ciljem privlačenja tog tržišnog segmenta na dolazak u destinaciju. Kvalitetom primarne i komplementarne ponude u destinaciji te osiguravanjem osnovnih preduvjeta za kvalitetan i ugodan boravak i rad digitalnih nomada u gradu Zagrebu, grad se želi uvrstiti na listu poželjnih nomadskih destinacija.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

850.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

- 3.3.4. Suradnja s državnim i ostalim institucijama**
 Temeljem dosadašnje suradnje s ministarstvima RH, protokolarnim službama Ureda predsjednika, Gradom Zagrebom te ostalim institucijama od značaja, i u 2021. godini će se organizirati ciljani razgledi grada, kao i dodatne aktivnosti za brojne strane diplomate, visoke dužnosnike i osobe od posebnog značaja za promociju grada Zagreba.
 Nositelj aktivnosti:
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000
 Rokovi realizacije aktivnosti: do kraja 2021.
- 3.4. Marketinške i poslovne suradnje**
- 3.4.1. Suradnja s Croatia Airlines-om i ostalim avioprijevoznicima**
 TZGZ će i u 2021. godini nastaviti suradnju s avioprijevoznicima, kao i provođenje aktivnosti u segmentu promocije direktnih avionskih linija koje povezuju grad Zagreb s inozemnim destinacijama te ga čine dostupnim turističkim odredištem. Na taj način pružit će se potpora nacionalnom, ali i ostalim avioprijevoznicima od strateškog značaja za povezivanje grada Zagreba te pridonijeti bržem oporavku industrije na čije su se poslovanje značajno odrazile brojne negativne posljedice pandemije koronavirusa
 Croatia Airlines 1.190.000
 Ostali avioprijevoznici 942.000
 Nositelj aktivnosti: TZGZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.132.000
 Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine
- 3.4.2. Oglašavanje u promotivnim kampanjama privatnog i javnog sektora**
 U 2021. godini planira se provesti udruženo oglašavanje kroz promotivne kampanje dionika javnog i privatnog sektora, odnosno kroz zajedničko oglašavanje TZGZ-a i pojedinih nositelja smještajne ponude u destinaciji, turističkih agencija i/ili touroperatora. Suradnja u obliku javnog i privatnog partnerstva omogućuje učinkovitiju komunikaciju i promociju sadržaja te veći doseg, a temelji se na pomno osmišljenim programima koji omogućavaju konkretnu realizaciju.
 Nositelj aktivnosti: TZGZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 300.000
 Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine
- 3.4.3. Promotivne kampanje s partnerima**
 Projekti sportskog, kulturnog i glazbenog karaktera su prepoznati kao neizostavni segment turističke ponude grada Zagreba koji privlači velik broj posjetitelja te generira značajnije učinke od ostvarivanja turističkog prometa u destinaciji. Suradnja s partnerima koji djeluju u tom segmentu te provođenje ciljanih promotivnih aktivnosti u 2021. godini doprinijet će kvaliteti turističkog proizvoda te imati brojne pozitivne učinke glede percepcije pojedinih događanja te većeg priljeva ciljanih skupina u destinaciju. U 2021. godini planiraju se provoditi promotivne aktivnosti za projekte od posebnog značaja za destinaciju (Audi FIS Ski World Cup, "Snow Queen Trophy", INMusic), ali i kroz suradnju s HNS-om.
 INmusic 1.250.000
 Snježna kraljica 3.500.000
 Hrvatski olimpijski odbor 200.000
 Hrvatski nogometni savez 530.000
 Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.480.000
 Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine
- 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice**
- 3.5.1. Samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ-om**
 Sudjelovanjem na turističkim sajmovima u inozemstvu, TZGZ kontinuirano razvija svijest o turističkoj ponudi grada Zagreba. U 2021. godini planira se nastup na 15 turističkih sajmova (10 samostalno te 5 u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom slijedom Ugovora o suizlaganju), s posebnim naglaskom na sajam UITT Kijev na kojem će TZGZ nastupiti nakon dugogodišnje stanke, a uslijed zamjetnog porasta broja posjetitelja s ukrajinskog turističkog tržišta. Ovisno o epidemiološkoj situaciji u trenutku održavanja pojedinog turističkog sajma, moguće je prebacivanje njihova održavanja u virtualni format. Prilog 5.
 Nositelj aktivnosti: TZGZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.140.000
 Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

- 3.5.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama**
Tijekom 2021. godine TZGZ planira, samostalno, ili u suradnji s HTZ-om, nastupiti na vodećim kongresno-incentive burzama: IMEX, IMEX America i IBTM, a sve u cilju povećanja broja poslovnih skupova te incentive putovanja. TZGZ planira i samostalan nastup na regionalnoj kongresnoj burzi Conventa. Prilog 6.
Nositelj aktivnosti: TZGZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 360.000
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine
- 3.5.3. Posebne prezentacije i 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 Zagreb, Festival svjetla, Zagreb kao idealna *City Break* destinacija te cjelogodišnja destinacija) kroz susret s predstavnicima turističkih agencija i novinarima u inozemstvu. Isto tako, planira se i sudjelovanje na radionicama u organizaciji ETOA-e i USTOA-e čiji je TZGZ član.
Nositelj aktivnosti: TZGZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 700.000
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine
- 3.5.3.1. EXPO Dubai**
Planirana sredstva se izdvajaju za potencijalno provođenje aktivnosti te promociju grada Zagreba participacijom na EXPO Dubai čije je održavanje, uslijed pandemije koronavirusa, prebačeno na 2021. godinu.
Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 500.000
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine
- 3.5.4. Posebne prezentacije i radionice/kongresni odjel**
Suradnjom TZGZ-a s predstavnicima turističke industrije tijekom 2021. godine, nastojat će se utjecati na povećanje konkurentnosti turističkog proizvoda kroz podizanje razine kvalitete. Planirane su aktivnosti u domeni organizacije poslovnih radionica, kao i sudjelovanja na poslovnim radionicama u organizaciji HTZ-a. Isto tako, planira se i samostalni nastup TZGZ-a na radionicama od posebnog značaja za grad Zagreb (radionice u organizaciji specijalizirane agencije za francusko tržište i zemlje Beneluxa – Partance), MCEE Foruma (Budimpešta), Successful Meetings Univesity (New York), M&I Forum Summer (Sevilja), M&I Americas, EPEX WOV (New Delhi). Zbog neizvjesne epidemiološke situacije i stanja na pojedinim tržištima, informacije u vezi sudjelovanja, odnosno organizacije radionica, podložne su promjenama.
Nositelj aktivnosti: TZGZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 390.000
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine
- 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja**
U 2021. godini nastavit će se suradnja s turističkim agencijama, touroperatorima i aviokompanijama kroz organizaciju studijskih putovanja agenata, a sve s ciljem upoznavanja potencijalnih tržišta s turističkom ponudom grada Zagreba. 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, odnosno predstavništvima HTZ-a u inozemstvu.
Sukladno novonastaloj epidemiološkoj situaciji te visokoj razini neizvjesnosti u pogledu realizacije studijskih putovanja u fokus se stavlja online edukacija agenata. Kroz održavanje online tečajeva ćemo nastaviti kontinuirano podizati razinu svijesti o Zagrebu kao poželjnoj i sigurnoj turističkoj destinaciji. Za postizanje većeg dosega, turističku ponudu grada Zagreba ćemo komunicirati i kroz organizaciju webinarima za agente iz cijeloga svijeta.
Nositelj aktivnosti: TZGZ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 220.000
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine
- 3.6.1. Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa**
Inspekcijska i studijska putovanja predstavljaju važan prodajno-marketinški alat prilikom provođenja kongresnih aktivnosti. TZGZ planira za sve zainteresirane organizatore kongresa i incentive putovanja, i u narednoj godini organizirati inspekcijska putovanja, kako samostalno, tako i u suradnji s HTZ-om. Na određenim tržištima planira se korištenje usluge specijaliziranih

agencija s ciljem dovođenja klijenata od posebnog značaja za destinaciju. Zbog iznimno složene epidemiološke situacije na globalnoj razini u trenutku planiranja, aktivnosti nije moguće predvidjeti, kako interes klijenata, tako i mogućnost njihova dolaska u grad Zagreb tijekom 2021. godine. Slijedom toga, predviđena sredstva planiraju se utrošiti na inspekcijske posjete i studijska putovanja zainteresiranih kupaca ovisno o razvoju iste.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

3.7.1. Brošure i tiskani materijali

TZGZ u 2021. godini planira nastaviti s izradom tiskanih promotivnih materijala namijenjenih posjetiteljima grada Zagreba te promotivnim aktivnostima u inozemstvu, odnosno nastupima na sajmovima, poslovnim radionicama i posebnim prezentacijama. U planu su izrade i narudžbe Programa priredaba, brošure-mjesečnika s ponudom raznovrsnih događanja koji se tiska u hrvatskoj i engleskoj verziji. Predviđen je i višekratni tisak nove verzije letka-plana grada te dotisci opće brošure Dobro došli u Zagreb i vodiča-mape Korak po korak, ovisno o dinamici potrošnje. Isto tako, u planu je izrada posebnih tiskanih materijala (mapa ili letaka) vezanih za projekte i kampanje TZGZ-a od posebnog značaja. Prilog 7.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 786.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.7.2. Suvenir i promo materijali

Suvenir i promotivni materijali koje TZGZ koristi prilikom promocije Zagreba u zemlji i inozemstvu, sukcesivno će se pribavljati ovisno o opsegu potražnje te o dinamici prigoda za koje je namijenjena njihova distribucija, sukladno uvjetima poslovanja uzrokovanih pandemijom koronavirusa. Prilog 7.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 446.200

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.7.3. Newsletter TZGZ

Slanjem newslettera TZGZ nastavlja ciljanu komunikaciju s novinarima, hotelima, predstavništvima Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu, veleposlanstvima te ostalim dionicima sustava turizma. Newsletter se šalje jednom mjesečno, a sadrži sve relevantne informacije vezane uz turističku ponudu grada koja se komunicira za to razdoblje. Najčešće teme se odnose na informacije glede aktualnih događanja, novotvorenih kapaciteta, relevantnih turističkih projekata. Isto tako, tijekom 2021. godine planira se slanje posebnog newslettera s naglaskom na kulturu, a kojim će se grad Zagreb ciljano komunicirati kao destinacija bogata raznolikom kulturnom ponudom.

U 2021. godini TZGZ će nastaviti i sa slanjem posebnog newsletter-a namijenjenog kongresnoj industriji, a čiji će sadržaj obuhvaćati informacije od posebnog značaja za poslovni segment, odnosno razne poslovne novosti, aktualnosti vezane uz kongresne kapacitete te primjere dobre prakse iz industrije. Fokus će i dalje biti na poticanju mladih poduzetnika te pozicioniranju grada Zagreba kao poslovne destinacije usmjerene razvoju poduzetništva i novih tehnologija, ali i kao poželjne destinacije za digitalne nomade.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 160.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.7.4. Proizvodnja multimedijalnih materijala

TZGZ u 2021. godini planira proizvodnju novih multimedijalnih materijala, odnosno promotivnih filmova, animacija te različitog sadržaja audio-vizualnog formata prilagođenog digitalnim medijima oglašavanja. Multimedijalni materijali su neophodni za promociju grada Zagreba te komunikaciju s potencijalnom ciljnom skupinom, a ujedno predstavljaju i sastavni dio svake integrirane marketinške kampanje. Proizvodnja novog i atraktivnog multimedijalnog sadržaja ključna je za postizanje konkurentnosti na turističkom tržištu, a za događanja od posebnog značaja planira se i produkcija različitih video materijala.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 800.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.7.5. Kreiranje materijala za kanale online

TZGZ će za potrebe online promocije, kroz cijelu 2021. godinu, kreirati te kontinuirano prilagođavati foto i video materijale. Planira se stvaranje novog sadržaja za posebne stranice www.lovezagreb.hr. Tijekom 2021. godine spomenuta web stranica će se i dalje obogaćivati novim tekstovima (blogovima) i vlogovima (video blogovima). Uz već postojeće tematske blogove, planira se kreiranje novih tematskih blogova čiji će sadržaj kreirati lokalni turistički vodiči, a koji će poslužiti kao svojevrsni online vođeni turistički obilasci.

Za potrebe provođenja online kampanja, TZGZ planira pisanje advertorijala te prilagodbu istih na strane jezike, ovisno o tržištu.

Tijekom 2021. godine nastavit će se s kreiranjem novog i atraktivnog sadržaja za potrebe društvenih mreža TZGZ: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter i YouTube, a profili na društvenim mrežama: Facebook i LinkedIn koje su primarno orijentirani na promociju kongresne ponude grada, nastavit će se kontinuirano ažurirati informacijama orijentiranim na posebne interese te sklonosti poslovnog segmenta posjetitelja u gradu Zagrebu.

Aplikacija Zagreb Be There, a za iOS i Android, po potrebi će se nadopuniti novim tematskim rutama i sadržajima, a planira se i mjesečno održavanje te pojačana promocija aplikacije Zagreb 360 - WebVR aplikacija koja omogućuje virtualnu šetnju Zagrebom putem 360 panorama.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

730.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.8. Internetske stranice

Internetske stranice TZGZ-a obuhvaćaju turističku (www.infozagreb.hr) i kongresnu (www.meetinzagreb.hr) ponudu kao i posebne stranice vezane za događanja www.adventzagreb.hr, internet stranice Festivala svjetla Zagreb: www.festivalsvjetlazagreb.hr i www.festivaloflightszagreb.com, blog stranicu www.lovezagreb.hr, web stranicu www.tzgz.hr vezanu za ustroj i rad TZGZ-a, kao i posebne mikro internetske stranice prilagođene posebnim tržištima (kineske, ruske, korejske, japanske) te mikro stranice www.betherezagreb.com za mobilnu aplikaciju ZagrebBeThere.

TZGZ nastavlja ažurirati, obogaćivati sadržajem i optimizirati sve navedene web stranice, a sve u cilju što bolje i kvalitetnije prezentacije raznolike i bogate ponude grada.

U 2021. godini planira se završna faza projekta redizajna turističkih stranica www.infozagreb.hr započetog u 2020. godini. Na stranicama Festivala svjetla Zagreb i adventskih stranica dodavat će se sadržaj i obogaćivati iste sukladno razvoju navedenih projekata. 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. Navedene kongresne stranice, kao i blog stranica www.lovezagreb.hr u 2021. godini će se redizajnirati u skladu s novim tehnologijama kako bi se poboljšala njihova pozicija na tražilicama kao i iskustvo korisnika.

Također, za potrebe promoviranja kulturnih, eno i gastro sadržaja Zagreba i njegove okolice stranice www.aroundzagreb.hr će se dodatno obogaćivati relevantnim sadržajem te će se iste koristiti kao glavno mrežno mjesto za kampanje koje će se realizirati u suradnji sa Turističkom zajednicom Zagrebačke županije.

U planu za 2021. godinu je i izrada posebnih microstranica za indijsko tržište.

Podstranice Zagreb Culture&Arts, kao i podstranice Zagreb – centar medicinske izvrsnosti bit će redovito ažurirane i nadopunjavane novim, atraktivnim sadržajima i informacijama te će se iste prevoditi na druge jezike. Kao i do sada, posebna pažnja bit će usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija te redovitom ažuriranju, obogaćivanju i optimiziranju istih.

Planira se i izgradnja i redizajn novih web stranica za karticu Zagreb Card www.zagrebcard.hr

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

800.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

(dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)

TZGZ tijekom 2021. godine planira provedbu raznih oblika oglašavanja. Sam postupak kreiranja oglasa, plakata i/ili brošura, a koji prethodi realizaciji pojedinog oblika oglašavanja, obuhvaća i čitav niz drugih aktivnosti poput direktnog osmišljavanja te izrade sadržaja namijenjenog za oglašavanje, kreiranje tekstova kojima će se isti oglašavati, dostavu potrebnog foto materijala te razna djelovanja u pogledu grafičkog oblikovanja samog sadržaja.

Izrada promotivnih materijala uključuje i autorsko pisanje tekstova, prijevode i lekture istih, sve oblike dizajna i grafičkih prilagodbi i priprema uključujući i prijenos svih prava na TZGZ.

Baza fotografija predstavlja jedan od ključnih resursa TZGZ-a za izradu kvalitetnih materijala kako bi ista bila dostatna za adekvatno poslovanje kroz cijelu poslovnu godinu. TZGZ će tijekom 2021. godine kontinuirano obnavljati postojeću bazu fotografija te vršiti otkup prava na njihovo medijsko, prostorno i vremensko korištenje.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.300.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

Ažurno prikupljanje, obrada i pružanje informacija turistima, posjetiteljima i građanima u izravnom kontaktu, odvijat će se uobičajeno i tijekom 2021. godine putem Turističkih informativnih centara/Centara za posjetitelje - TIC (Trg bana J. Jelačića, kula Lotrščak, Glavni kolodvor i Autobusni kolodvor te Zračna luka Franjo Tuđman).

Osim izravne komunikacije, distribucija informacija odvijat će se isto tako i putem elektronske i telefonske komunikacije. Sukladno situaciji i potrebama, radno vrijeme TIC-eva će biti prilagođeno, ali uglavnom će biti (u svojem 8-12 satnom radnom vremenu) dostupni posjetiteljima svakoga dana te nedjeljom i državnim blagdanima. Iznimka su svega četiri državna blagdana (Nova godina, Uskrs, Svi sveti i Božić), kad su svi TIC-evi zatvoreni za posjetitelje.

Svi TIC-evi obavljat će i poslove prikupljanja, obrade i publiciranja informacija u mjesečniku „Program priredaba“.

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

Ukoliko se ukaže potreba, za neka specifična događanja i priredbe tijekom 2021. godine, organizirat će se privremeni info-punktovi, kako bi informacije sudionicima istih bile što dostupnije. Za navedene poslove također će biti angažirani zaposlenici TIC-eva.

Kao i tijekom prethodnih 20-ak godina, evidencija o broju domaćih i inozemnih posjetitelja koji su osobno zatražili neku informaciju vodit će se u svim TIC-evima na dnevnoj bazi i tijekom 2021. godine. **Prilog 8.**

OD i ostala primanja radnika: **3.540.000**

Ostali troškovi: 720.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.260.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3.10.1. Smeđa signalizacija i info table

Planira se održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije te izrada interpretacijskih ploča.

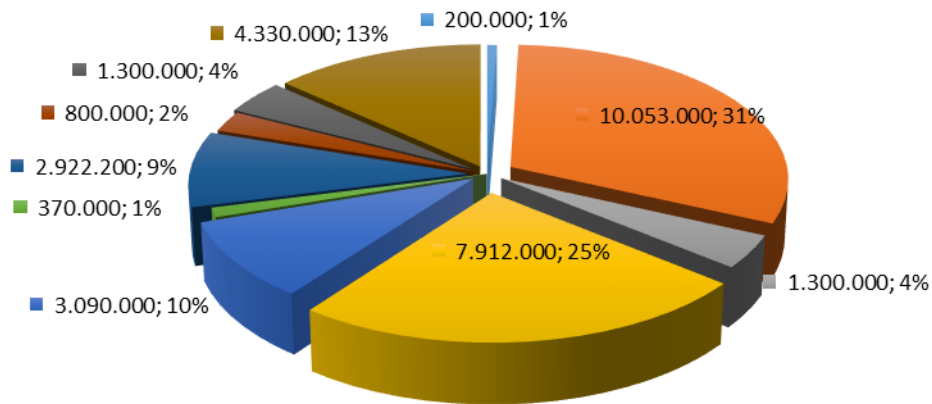
Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 70.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

3. UKUPNO: 32.277.200

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE



- Definiranje branding sustava i brend arhitekture 1%
- Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda 31%
- Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR 4%
- Marketinške i poslovne suradnje 25%
- Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice 10%
- Suradnja s organizatorima putovanja 1%
- Kreiranje promotivnog materijala 9%
- Internetske stranice 2%
- Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka 4%
- Turističko-informativne aktivnosti 13%

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Stručni skupovi i edukacije

TZGZ će nastaviti kontinuirano ulagati u kvalitetu i obrazovanje svojih zaposlenika kroz sudjelovanje na stručnim i poslovnim skupovima u organizaciji strukovnih udruga. Na taj način dobit će se uvid u relevantne informacije glede postojećeg stanja na pojedinim tržištima. Planira se sudjelovanje na godišnjim sastancima, seminarima i kongresima, poput godišnjeg kongresa ICCA-e, SITE-a, ECM-a, kao i na specijaliziranim radionicama i događanjima u organizaciji relevantnih strukovnih udruga.

Isto tako, planira se organizirati edukacija za vodiče na temu interpretacije baštine čime TZGZ intenzivno radi na podizanju razine kvalitete vođenja te poboljšanja cjelokupnog doživljaja posjetitelja u destinaciji.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

4.1.1. Kultura turizma – uvođenje izbornog predmeta u škole

TZGZ je u suradnji s Gradskim uredom nadležnim za obrazovanje još 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, povijesnim i prirodnim potencijalima. Interaktivnom nastavom 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 s novim generacijama.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 240.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)

U 2020. godini TZGZ osvojila je nekolicinu nagrada i priznanja tako da se i nadalje planira sudjelovati s promotivnim materijalima (filmskim, elektronskim ili tiskanim) na međunarodnim stručnim natjecanjima i festivalima. U sklopu planiranih posebnih prezentacija Zagreba te promotivnih kampanja u inozemstvu, predviđa se i dodjeljivanje nagradnih putovanja u Zagreb što predstavlja dodatne poticaje marketinškim naporima da se Zagreb pozicionira i predstavi zahtjevnom svjetskom turističkom tržištu kao atraktivna destinacija.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 70.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

4.2.1. 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 zainteresiranim posjetiteljima Zagreba kako bi im boravak u Zagrebu bio što ugodniji i atraktivniji, a doprinosi i pozicioniranju Zagreba kao city break destinacije. Kartica se izrađuje 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 još pristupačnije prodaje planira se djelomična nadogradnja sustava.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

4.3. Poticanje na čuvanje i uređenje okoliša

Postavljanje cvjetnih aranžmana na ulične svjetiljke Donjeg i Gornjeg grada uz turistički atraktivne lokacije doprinosi imidžu Zagreba kao ugodnog grada. S projektom se nastavlja i u ovoj godini.

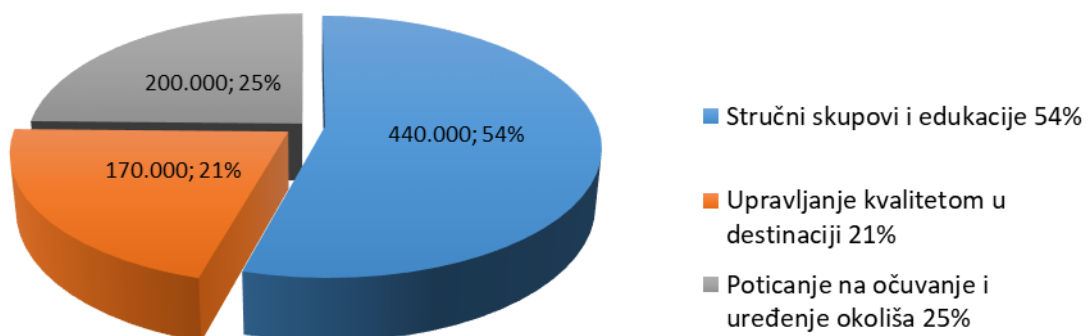
Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

UKUPNO: 810.000

DESTINACIJSKI MENADŽMENT



5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

TZGZ je član relevantnih međunarodnih strukovnih organizacija te se planira nastaviti s članstvom u sljedećim strukovnim udrugama: UNWTO, USTOA, ETOA, ECM te ECM City Cards Project, SITE, ICCA. Isto tako, u 2021.godini TZGZ planira postati članom udruge ASTA.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 110.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2021. godine

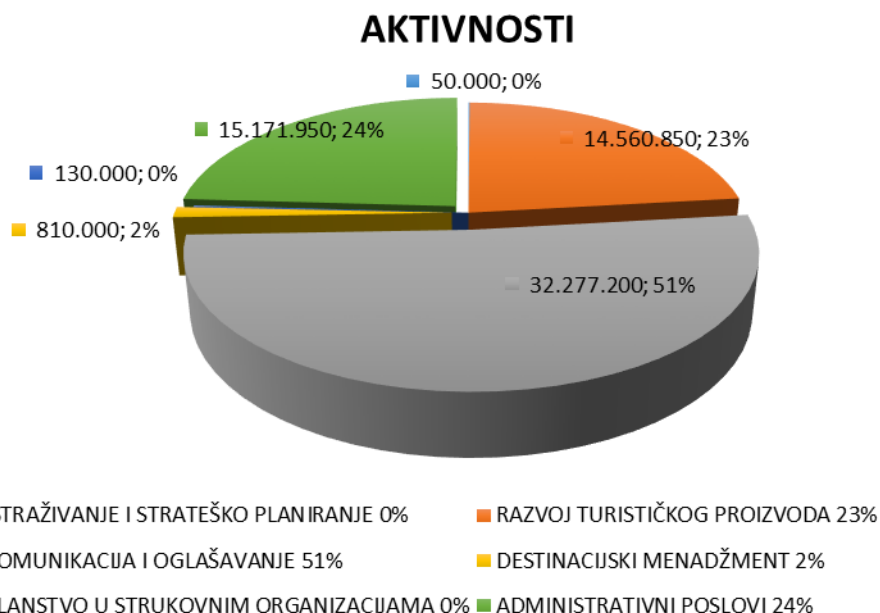
5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

U 2021. godini TZGZ planira nastaviti sa članstvom u sljedećim domaćim organizacijama: UHPA, UPUHH i Udruzi računovođa i financijskih djelatnika.

Planirana sredstva: 20.000

UKUPNO: 130.000

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	
6.1. Plaće i ostala materijalna primanja radnika	
Planirana sredstva	11.000.000
6.1.1. Izdaci za prijevoz na posao	
Planirana sredstva:	290.000
6.1.2. Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu i sl.)	
Planirana sredstva	105.000
6.2. Materijalni troškovi - Turistički ured	
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. Planirana su sredstva za troškove funkcioniranja Ureda. Prilog 9.	
Planirana sredstva:	3.456.950
6.3. Tijela turističke zajednice	
Planirana su sredstva za organizaciju rada tijela TZGZ, Turističkog vijeća i Skupštine.	
Planirana sredstva:	320.000
UKUPNO:	15.171.950
SVEUKUPNO:	63.000.000



**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA ZA 2021.
GODINU**

I. PRIHODI

		PRIHODI	Plan za 2021.	udio %
1.		Izvorni prihodi		
	1.1.	Turistička pristojba	4.500.000	7,14
	1.2.	Članarina	30.000.000	47,62
2.		Preneseni prihod iz prethodne godine	28.300.000	44,92
3.		Ostali prihodi	200.000	0,32
		SVEUKUPNO:	63.000.000	100,00

1.1. Turistička pristojba

Planirani prihod od uplate turističke pristojbe u 2021. godine iznosi 4.500.000 kn. Planirana sredstva veća su za 28,57 % u odnosu na izmjene i dopune Programa rada za 2020. godinu iz studenog ove godine. Zbog trenutne neizvjesne situacije s pandemijom koronavirusa oprezno je planiran prihod od turističke pristojbe.

1.2. Turistička članarina

Turistička članarina planirana je u iznosu od 30.000.000 kn. Prijedlogom Izmjena Zakona o članarinama u turističkim zajednicama predviđa se daljnje rasterećivanje gospodarstva i smanjenje članarine u iznosu od 12%. Uzimajući u obzir trenutne gospodarske prilike, daljnje smanjenje članarine te povrate preplaćenih akontacija u 2020. godini članarina je planirana u smanjenom iznosu.

2. Planirani preneseni prihod prethodne godine iznosi 28.300.000 kn. Planirani iznos rezerviran je od očekivano više uplaćenih sredstava po osnovi turističke članarine u 2020. godini koja je plaćana na temelju prihoda iz 2019. godine, neiskorištenih sredstava zbog nemogućnosti provođenja aktivnosti u 2020. godini zbog pandemije i potresa u Zagrebu i viška prihoda prethodnog razdoblja. Ostvareni iznos prenesenih prihoda će se izraziti u Izvješću o izvršenju programa rada.

3. Ostali prihodi

Planirani su ostali prihodi - prihod od refundacija (ZG Card), prihodi od novčanih sredstava te eventualnih prihoda od strane Hrvatske turističke zajednice za projekte u iznosu od 200.000 kn.

II. RASHODI

		AKTIVNOSTI	Plan za 2021.	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE		
	1.1.	Istraživanje i analiza tržišta	50.000	0,08
		Ukupno:	50.000	0,08
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA		
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda		
	2.1.1.	Potpore razvoja DMO -a	4.190.000	6,65
	2.1.2.	Kulturni turizam	160.000	0,25
	2.2.	Podrška razvoju turističkih događanja		
	2.2.1.	Potpore događanjima	7.710.750	12,24
	2.2.2.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti	865.000	1,37
	2.2.3.	Marketinški projekti	815.100	1,29
	2.2.4.	Ured direktora – potpore projektima	250.000	0,40
	2.3.	Podrška turističkoj industriji	570.000	0,90
		Ukupno:	14.560.850	23,11
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE		
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	200.000	0,32
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda		
	3.2.1.	Zdravstveni turizam	384.500	0,61
	3.2.2.	Kampanje TZGZ	2.385.000	3,79
	3.2.3.	Oglašavanje u tisku	1.411.500	2,24
	3.2.4.	Online kampanje	5.262.000	8,35
	3.2.5.	TV oglašavanje	200.000	0,32
	3.2.6.	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama	210.000	0,33
	3.2.7.	Promotivni panoji i displeji	200.000	0,32
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR		
	3.3.1.	Formiranje baze podataka	100.000	0,16
	3.3.2.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	200.000	0,32
	3.3.3.	Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima	850.000	1,35
	3.3.4.	Suradnja s državnim i ostalim institucijama	150.000	0,24
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje		
	3.4.1.	Suradnja s CA i ostalim avioprijevoznicima	2.132.000	3,38
	3.4.2.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama priv. i javnog sektora	300.000	0,48
	3.4.3.	Promotivne kampanje s partnerima	5.480.000	8,70
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice		
	3.5.1.	Samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ-om	1.140.000	1,81
	3.5.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	360.000	0,57
	3.5.3.	Posebne prezentacije i radionice	700.000	1,11
	3.5.3.1.	EXPO Dubai	500.000	0,79
	3.5.4.	Posebne prezentacije i radionice kongresni odjel	390.000	0,62
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	220.000	0,35
	3.6.1.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa	150.000	0,24

	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala		
	3.7.1.	Brošure i tiskani materijali	786.000	1,25
	3.7.2.	Suveniri i promo materijali	446.200	0,71
	3.7.3.	Newsletter TZGZ	160.000	0,25
	3.7.4.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	800.000	1,27
	3.7.5.	Kreiranje materijala za kanale online	730.000	1,16
	3.8.	Internetske stranice	800.000	1,27
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka (dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijali)	1.300.000	2,06
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	4.260.000	6,76
	3.10.1.	Smeđa signalizacija i info table	70.000	0,11
		Ukupno:	32.277.200	51,23
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT		
	4.1.	Stručni skupovi i edukacije	200.000	0,32
	4.1.1.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	240.000	0,38
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)	70.000	0,11
	4.2.1.	Zagreb Card	100.000	0,16
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	200.000	0,32
		Ukupno:	810.000	1,29
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA		
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	110.000	0,17
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	20.000	0,03
		Ukupno:	130.000	0,21
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI		
	6.1.	Plaće	11.000.000	17,46
	6.1.1.	Izdaci za prijevoz na posao	290.000	0,46
	6.1.2.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu)	105.000	0,17
	6.2.	Materijalni troškovi - Turistički ured	3.456.950	5,49
	6.3.	Tijela turističke zajednice	320.000	0,51
		Ukupno:	15.171.950	24,08
SVEUKUPNO:			63.000.000	100,00

REZERVE – NEPLANIRANO RASPOREĐENO U PLANU PO STAVKAMA – tijekom godine, u slučaju potrebe, raspoređena su sredstva za neplanirane aktivnosti po pojedinim stavkama ovisno o sadržaju		900.000	1,43
---	--	----------------	-------------

III. REKAPITULACIJA

UKUPNO PRIHODI: 63.000.000

UKUPNO RASHODI: 63.000.000

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

PROGRAMA RADA ZA 2021.GODINU

PRILOZI

PRILOG 1. – POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	De minimis	Plan 2021.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane		35.000
2.	Uskrsne pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj		50.000
3.	Uskrsni programi		20.000
4.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
4.1.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / svibanj - rujan		170.000
4.2.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / lipanj - rujan		70.000
4.3.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad		400.000
4.4.	Vergl na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / lipanj - rujan		15.000
4.5.	Folklorna ljetna scena za turiste		100.000
4.6.	Kumice s Dolca, ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / lipanj - listopad		10.000
4.7.	Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - Udruga Cestagram / srpanj - kolovoz		70.000
4.8.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult event d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / kolovoz	100.000	100.000
5.	ART FAIR ZAGREB		
5.1.	Q'Art - UO Imagine platforma / lipanj - prosinac		50.000
5.2.	Art Zagreb, sajam umjetnina - Scuderia d.o.o. / rujan	30.000	30.000
5.3.	Ervin Wurm - kuća Lauba		150.000
5.4.	36 Mountains Festival - Udruga 36 / rujan		15.000
5.5.	Reli po galerijama - udruga Atanor / listopad		10.000
5.6.	Arc projekt - udruga Nas dve		200.000
5.7.	Art & the city - Lauba		200.000
5.8.	ALU perspektiva - Akademija likovnih umjetnosti		20.000
5.9.	Berlinska galerija Société u Zagrebu		50.000
6.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima		5.000
7.	Projekt Triptih - udruga Preuredi moju pumpu		100.000
8.	Festival svjetla Zagreb		2.200.000
9.	Svjetski dan turizma		20.000
10.	Dan grada Zagreba / svibanj		80.000
11.	NEPLANIRANO		20.000
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ	130.000	4.190.000

PRILOG 2. - POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	De minimis	Plan 2021.
1.	Audio vodič Muzeja čokolade - Svijet čokolade / siječanj - rujan	15.000	15.000
2.	Zlatarevo zlato kroz šetnju i priču - udruga Svi naši Šenoe / kroz godinu		10.000
3.	Secret Zagreb - obrt Kazivačica / kroz godinu	10.000	10.000
4.	Glazbene šetnje Zagrebom - Hrvatski glazbeni zavod / ožujak - studeni		10.000
5.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike Tours Zagreb j.d.o.o. / kroz godinu	10.000	10.000
6.	Muzej pop rock memorabilija - Hashtag j.d.o.o. / veljača - travanj		20.000
7.	Segway City Tour Zagreb - Zelena potkova j.d.o.o. / travanj - studeni	10.000	10.000
8.	Zelene priče - MBR kolektiv / travanj - srpanj	20.000	20.000
9.	Muzza science week Zagreb - udruga Muzza / travanj		50.000
10.	Bike story Zagreb, international bicycle fair - Hashtag j.d.o.o. / travanj - svibanj	30.000	30.000
11.	Jesu li se probudili usnuli čuvari grada Zagreba? - Studio Artless / lipanj - srpanj		10.000
12.	Design week Zagreb - Scuderia d.o.o. / lipanj	40.000	40.000
13.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj	50.000	50.000
14.	Plac mljac, Ljeto na Trešnjevačkom placu - G.A.D. Produkcija d.o.o. / lipanj - srpanj	30.000	30.000
15.	Booksa u parku - Udruga za promicanje kultura Kulturtreger / lipanj - srpanj		15.000
16.	NEPLANIRANO		30.000
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	215.000	360.000

RB	Eno i gastro	De minimis	Plan 2021.
1.	Mali piknik - Udruga Mali plac / kolovoz	30.000	30.000
2.	Vinart Grand Tasting - Vinart d.o.o. / veljača - ožujak	20.000	20.000
3.	Piknik u Maksimiru - Katapult promocija d.o.o. / svibanj - lipanj	20.000	20.000
4.	Vinski grad - Vinart d.o.o. / lipanj - srpanj	30.000	30.000
5.	Le park: Grič - Udruga Mali plac / kolovoz		20.000
	UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO	100.000	120.000

RB	Sport	De minimis	Plan 2021.
1.	29. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	30.000	30.000
2.	Svjetski kup juniorke floret pojedinačno i ekipno - Hrvatski mačevalački savez / siječanj	10.000	10.000
3.	Svjetsko prvenstvo u sinkroniziranom klizanju - Hrvatski klizački savez / travanj	25.000	25.000
4.	Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj		5.000
5.	SMA CroatiaRun - Društvo distrofičara Zagreb / svibanj		5.000
6.	23. Jumbo regatta - Veslački klub Jarun / lipanj		5.000
7.	International Dance Open - udruga Bambi kids / svibanj		20.000
8.	Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj		5.000
9.	ZG strong kup u obaranu ruke za osoba s invaliditetom - Hrvatski savez za obranja ruke osoba s invaliditetom / srpanj		10.000
10.	IJF judo grand prix Zagreb - Hrvatski judo savez / rujan		30.000
11.	Božićni Jastreb Open - Kup Veleposlanika Republike Koreje, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastreb / studeni		5.000
12.	Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac	25.000	25.000
13.	Malonogometni turnir Kutija šibica - Ustanova Upravljanje sportskim objektima / studeni - prosinac	5.000	5.000
14.	NEPLANIRANO		30.000
	UKUPNO SPORT	95.000	210.000

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	De minimis	Plan 2021.
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM		3.275.750

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis	Plan 2021.
	UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA		1.500.000

RB	Kultura	De minimis	Plan 2021.
1.	Novogodišnji Zagrebački doživljaj - catering Lisak / siječanj	30.000	30.000
2.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj		10.000
3.	31. muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj		20.000
4.	Hrvatska svijetu - Real grupa d.o.o. / veljača - svibanj	30.000	30.000
5.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz		150.000
6.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj	40.000	40.000
7.	54. Međunarodna smotra folklor - KC Travno / srpanj		20.000
8.	Ljetne noći Teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - kolovoz		30.000
9.	Dan otvorenog trga - Hrvatsko narodno kazalište		20.000
10.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu		15.000
11.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih / kroz godinu		10.000
12.	Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasionska baština / ožujak		30.000
13.	Ljetne večeri HNK - Hrvatsko narodno kazalište / lipanj - rujan		70.000
14.	Ljetni dani teatra Gavran - teatar Gavran / lipanj		30.000
15.	Ljetne večeri scene Amadeo - Udruga Scena Amadeo / kolovoz - rujan		40.000
16.	Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / svibanj - listopad	30.000	30.000
17.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista - Zagrebački solisti / kolovoz - rujan		60.000
18.	Festival Device_art - Kontejner udruga / listopad - studeni		30.000
19.	NEPLANIRANO		50.000
	UKUPNO KULTURA	130.000	715.000

RB	Festivali	De minimis	Plan 2021.
1.	Međunarodni festival vatrometa - Mirnovec pirotehnika d.o.o. / kolovoz	50.000	50.000
2.	Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / kolovoz		100.000
3.	Zagreb Beer Fest - Hashtag j.d.o.o. / svibanj	50.000	50.000
4.	39. Večeri na Griču - KD Vatroslav Lisinski / srpanj		35.000
5.	Festival svjetskog kazališta - HNK / kroz godinu		150.000
6.	22. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / svibanj		10.000
7.	Festival umjetničkih zastavica Zagreb - Flažolet d.o.o. / kolovoz		30.000
8.	Drito - open air hip hop festival - Hashtag j.d.o.o. / svibanj	10.000	10.000
9.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj		15.000
10.	Tko pjeva zlo ne misli - Simply mint d.o.o. / lipanj	10.000	10.000
11.	Luftanje - Simply mint d.o.o. / lipanj - rujan		10.000
12.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj		10.000

13.	Musica maxima X, festival komorne glazbe - Zagrebački komorni orkestar / rujan		20.000
14.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan	20.000	20.000
15.	53. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan		20.000
16.	Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT - udruga Novi život / listopad		15.000
17.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o. / studeni	70.000	70.000
18.	Green river festival - udruga Priroda za sve / lipanj - listopad	20.000	20.000
19.	Zagreb food truck festival - A4 d.o.o. / lipanj - kolovoz	20.000	20.000
20.	Art park Zagreb - udruga Preuredi moju pumpu / svibanj - rujan	30.000	30.000
21.	Ljeto na Štrošu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca / lipanj - rujan	20.000	20.000
22.	Pop Up Summer Garden - Urban Entertainment j.d.o.o. / srpanj - rujan	20.000	20.000
23.	Matoš u Ribnjaku - Udruga Legende Zagreb / srpanj-kolovoz	20.000	20.000
24.	Ljeto u Tehničkom - Scuderia d.o.o. / svibanj - srpanj	30.000	30.000
25.	NEPLANIRANO		30.000
	UKUPNO FESTIVALI	370.000	815.000

RB	Filmski projekti	De minimis	Plan 2021.
1.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / veljača - srpanj		40.000
2.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / rujan - listopad		10.000
3.	Fantastic Zagreb film festival - Udruga Rudolf / srpanj		15.000
4.	17. Zagreb Film Festival - UO Zagreb Film Festival / studeni		20.000
5.	Ljubav oko svijeta - Zagreb - klub KEK / veljača - svibanj	50.000	50.000
	UKUPNO FILMSKI PROJEKTI	50.000	135.000

RB	Suradnja s ustanovama i institucijama	De minimis	Plan 2021.
1.	Muzej za umjetnost i obrt		20.000
2.	Muzej grada Zagreba		20.000
3.	Galerija Klovićevi dvori - izložba Bukovac zagrebačko razdoblje		35.000
4.	Tehnički muzej Nikola Tesla		15.000
5.	Arheološki muzej		15.000
6.	Muzej suvremene umjetnosti		20.000
7.	Javna ustanova Park prirode Medvednica		15.000
8.	Zagrebačke mažoretkinje		30.000
9.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado		50.000
10.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika		20.000
11.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika - Murtić 100, izložba		100.000
12.	Akademija likovnih umjetnosti - murali Edo Murtić		70.000
13.	Kuća Lauba		50.000
14.	Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović		10.000
15.	Udruženje za razvoj kulture URK Močvara	20.000	20.000
16.	Hrvatski glazbeni zavod		30.000

17.	Hrvatska glazbena unija		20.000
18.	HAZU - kabinet grafike		10.000
19.	NEPLANIRANO		30.000
	UKUPNO DONACIJE	20.000	580.000
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	1.040.000	7.710.750

PRILOG 3. – KANDIDATURE ZA STRUČNE SKUPOVE, POTPORE SKUPOVIMA I PROJEKTI

RB	Naziv	De minimis	Plan 2021.
1.	LEAP Summit 2021., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 5. - 9. 5.		30.000
2.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društ. distrofičara Hrvatske, 23.- 25. 4.		10.000
3.	7. europski žanrovski forum, Udruga Rudolf, 8. 11. 7.	10.000	10.000
4.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, 11.7.		10.000
5.	TEDxZagreb 2021., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 9. 10.	10.000	10.000
6.	XXIV. kongres hotelijera, UPUHH, 25. - 26. 11.	15.000	15.000
7.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma, 7.12.		10.000
8.	18. svjetski kongres o pričama i propovijedanju - ISFRN, Institut za etnologiju i folkloristiku, 12 - 17. 9.		40.000
9.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni eventi d.o.o., 16. - 18. 3.	130.000	130.000
10.	10. Europski kongres pedijatar 2021., A.T.I. d.o.o., 10. - 12. 6.	50.000	50.000
11.	Adria Space Conference 2021., Jadranska aero-svemirska asoc.		10.000
12.	Seminar "Potencijali pristupačnog turizma za ugostitelje", Travabled, 13. 4.		20.000
13.	12th International Conference on Third Language Acquisition and Multilingualism, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 8. - 11. 9.		15.000
14.	Hrvatska hostel konferencija, Destinacija senzacija d.o.o, 19. 3.	10.000	10.000
15.	Konferencija Marketing Madness, Hrvatska studentska asocijacija, 11. - 13. 6.		5.000
16.	Međunarodna konferencija vrhunskih vinskih znalaca - Wine VIP Event, Ricera Mercato (uslužni obrt), proljeće, 1-2 dana	20.000	20.000
17.	XVth Congress of the International Society for the Study of Human Growth and Clinical Auxology, Institut za antropologiju, 3. - 6. 6.		20.000
18.	Simpozij nGesta i sloboda u sklopu projekta Murtić 100, moderna galerija, 24. - 30. 5.	40.000	40.000
19.	5. simpozij studenata doktorskih studija PMF-a, PMF Sveučilišta u Zagrebu, 25. - 26. 2.		5.000
20.	40. Susret hrvatskih zavičajnih književnika, Savez udruga - Hrvatski sabor kulture, 26. 6.		5.000
21.	DARIAH South East European Forum, Institut za etnologiju i folkloristiku, 13. - 14. 5.		10.000
22.	2. Međunarodni skup flautista, Hrvatsko društvo flautista, 4. -7. 11.		10.000
23.	VIII. Međunarodni simpozij o animaciji Animafest Scanner, Hulahop d.o.o., 7.-9. 6.	10.000	10.000
24.	Međunarodna konferencija o psihodrami za djecu i mlade, Centar za psihodramu, 23. - 26. 9.	20.000	20.000
25.	Lions Europa Forum 2022, Savez udruga Lions klubova Hrvatske - 27. - 29. 10. 2022. (Dodatne prezentacije)		20.000
26.	6th ETC Annual Meeting		150.000
27.	Europska konferencija socijalnih radnika, Hrvatska udruga socijalnih radnika, listopad		30.000
28.	Potpore za candidature - neraspoređeno		150.000
	UKUPNO:	315.000	865.000

PRILOG 4. - MARKETINŠKI PROJEKTI, FINANCIJSKE POTPORE I POSLOVNE SURADNJE

RB	Marketinški projekti	De minimis	Plan 2021.
1.	Blue line, Plavi telefon		62.000
2.	Novine Zagreb4You		210.600
3.	Like! Specijal Zagreb		220.000
4.	Place2Go	30.000	30.000
5.	Mobilna aplikacija: Rekreativsko-arheološke staze sesvetskog Prigorja		20.000
6.	Basna, Bajka i Burg		20.000
7.	Kulturni centar Klanjec		25.000
8.	Udruga za promicanje kreativnosti GEA	30.000	30.000
9.	Javna ustanova "Park prirode Medvednica"		20.000
10.	Fotofestival u Brazilu		15.000
11.	Zagreb Gay Guide		12.500
12.	Šoping vodič		50.000
13.	Ljubav oko svijeta - Europa		50.000
14.	NEPLANIRANO		50.000
	UKUPNO:	60.000	815.100

PRILOG 5. – SAJMOVI

SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ					
RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2021.
BRAZIL					
1.	Sao Paulo	WTM Latin America	6.-8.4.	12	60.000
FRANCUSKA					
2.	Pariz	MAP	18.-21.3.	6	70.000
3.	Pariz	IFTM Top Resa	5.-8.10.	9	75.000
KINA					
4.	Hong Kong	ITE	17.-20.6.	12	110.000
5.	Shanghai	ITB China	12.-14.5.	5	75.000
SRBIJA					
6.	Beograd	International Fair of Tourism	18.-21.2.	12	50.000
ŠPANJOLSKA					
7.	Barcelona	B-Travel	11.-13.6.	12	60.000
8.	Madrid	FITUR	19.-23.5.	5	70.000
SINGAPUR					
9.	Singapore	ITB Asia	27.-29.10.	9	120.000
UKRAJINA					
10.	Kijev	UITT Kijev	24.-26.3.	8	50.000
UKUPNO					740.000
NASTUPI S HTZ-om					
RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2021.
AUSTRIJA					
1.	Beč	Ferienmesse	travanj	5	30.000
ITALIJA					
2.	Rimini	TTG	14.-16.10.	5	50.000
NJEMAČKA					
3.	Munchen	f.r.e.e.	21.-25.4.	7	45.000
4.	Berlin	ITB	10.-14.3.	virtualno	15.000
VELIKA BRITANIJA					
5.	London	WTM	studenj	7	100.000
UKUPNO NASTUPI S HTZ-om					240.000
NEPLANIRANO - SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om					160.000
UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om					1.140.000

PRILOG 6. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2021.
1.	Ljubljana	Conventa	20. - 21. 1.	4	30.000
2.	Frankfurt	IMEX	25. - 27. 5.	4	105.000
3.	Las Vegas	IMEX America	9. - 11.11.	4	75.000
4.	Barcelona	IBTM World	30.11.-2.12.	4	100.000
5.	Neplanirano				50.000
	UKUPNO				360.000

PRILOG 7. – BROŠURE I SUVENIRI

BROŠURE I TISKANI MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2021.
1.	Mapa Korak po korak	35.000
2.	Monografije i knjige - razno	10.000
3.	Program priredaba	350.000
4.	Plan grada – letak	100.000
5.	Brošura Dobrodošli u Zagreb	200.000
6.	Letak "Sigurni na odmoru"	1.000
7.	Adventska karta	20.000
8.	Festival Svjetla karta	20.000
9.	NEPLANIRANO	50.000
	UKUPNO	786.000

SUVENIRI I PROMO MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2021.
1.	Kalendari	8.000
2.	Kemijske olovke - razne	10.000
3.	Licitarska srca	100.000
4.	Vezice za akreditacije	50.000
5.	Jakne Festival svjetla Zagreb	60.000
6.	Blokovi za pisanje	20.000
7.	USB stick licitarsko srce	100.000
8.	Svijeće i mirisi	35.000
9.	Stolne zastavice	3.200
10.	Maske za lice	10.000
11.	NEPLANIRANO	50.000
	UKUPNO	446.200

PRILOG 8. – RASHODI TIC - evi**TIC - TRG BANA J. JELAČIĆA**

RB	Opis	Plan 2021.
1.	Usluge student servisa	3.000
2.	Usluge najma	108.000
3.	Radna odjeća	7.000
4.	Potrošnja električne energije i plina	35.000
5.	Usluge održavanja	37.000
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	20.000
7.	Komunalne usluge	15.000
8.	Uređenje prostora	10.000
9.	Troškovi reprezentacije	10.000
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000
11.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000
	Ukupno:	257.000

TIC - ZRAČNA LUKA

RB	Opis	Plan 2021.
1.	Usluge student servisa	3.000
2.	Usluge najma	20.000
3.	Radna odjeća	5.000
4.	Potrošnja električne energije i plina	10.000
5.	Troškovi telefona i internet	7.000
6.	Usluge održavanja	4.000
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000
8.	Komunalne usluge	4.000
9.	Uređenje prostora	1.000
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000
11.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000
	Ukupno:	68.000

TIC - GLAVNI KOLODVOR

RB	Opis	Plan 2021.
1.	Usluge student servisa	2.000
2.	Usluge najma	75.000
3.	Radna odjeća	2.000
4.	Uređenje prostora	1.000
5.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000
6.	Komunalne usluge	3.000
7.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000
	Ukupno:	92.000

TIC - AUTOBUSNI KOLODVOR

RB	Opis	Plan 2021.
1.	Usluge student servisa	2.000
2.	Usluge najma	110.000
3.	Usluge najma reklamnog prostora	28.000
4.	Radna odjeća	4.000
5.	Potrošnja el. energije i plina	17.000
6.	Usluge održavanja	40.000
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000
8.	Komunalne usluge	9.000
9.	Uređenje prostora	1.000
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000
11.	Ostali nespomenuti rashodi	3.000
	Ukupno:	226.000

TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2021.
1.	Usluge student servisa	2.000
2.	Usluge najma	60.000
3.	Radna odjeća	2.000
4.	Tekuće i investicijsko održavanje	3.000
5.	Uređenje prostora	1.000
6.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000
7.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000
	Ukupno:	77.000

PRILOG 9 . MATERIJALNI TROŠKOVI - TURISTIČKI URED

RB	Rashodi ureda	Plan 2021.	udio %
1.	Potrošni materijal	65.000	1,88
2.	Materijal za održavanje čistoće	12.000	0,35
3.	Uredski materijal	65.000	1,88
4.	Potrošnja električne energije i plina	100.000	2,89
5.	Utrošak benzina	25.000	0,72
6.	Izdaci za sitan inventar	35.000	1,01
7.	Trošak telefona i telefaksa	210.000	6,07
8.	Trošak poštarine	60.000	1,74
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	400.000	11,57
10.	Usluge čišćenja	220.000	6,36
11.	Usluge najma poslovnog prostora	960.000	27,77
12.	Ostale komunalne usluge	30.000	0,87
13.	Odvjetničke i revizorske usluge i usl. savjetovanja	150.000	4,34
14.	Grafičke usluge	7.000	0,20
15.	Ostale usluge	150.000	4,34
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	5.000	0,14
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	10.000	0,29
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000	0,03
19.	Trošak reprezentacije	180.000	5,21
20.	Premije osiguranja	60.000	1,74
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	1,88
22.	Stručna literatura i tisak	70.000	2,02
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	300.000	8,68
24.	Ostali troškovi poslovanja	75.000	2,17
25.	Neplanirani rashodi	1.950	0,06
26.	Obuka osoblja		
26.1.	Edukacije, seminari i obrazovanje	100.000	2,89
26.2.	Studijska putovanja djelatnik TZGZ	0	0,00
	UKUPNO I.	3.356.950	97,11
II.	Poslovni prostor, adaptacija	100.000	2,89
	UKUPNO RASHODI UREDA	3.456.950	94,21