



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA - TURISTIČKI URED

PROGRAM RADA ZA 2022. GODINU

Zagreb, prosinac 2021.

Program rada za 2022. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2022. 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 2022. godinu, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada za 2022. godinu.

Sadržaj

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

Struktura aktivnosti

1. Istraživanje i strateško planiranje	11
2. Razvoj turističkog proizvoda.....	11
3. Komunikacija i oglašavanje.....	16
4. Destinacijski menadžment.....	24
5. Članstvo u strukovnim udrugama.....	26
6. Administrativni poslovi.....	27

I. Prihodi.....	29
II. Rashodi.....	30
III. Rekapitulacija.....	32

Prilozi

Prilog 1. Potpore događanjima.....	34
Prilog 2. Kandidature za stručne skupove, potpore i projekte...	40
Prilog 3. Marketinški projekti.....	42
Prilog 4. Potpora razvoja DMO-a.....	43
Prilog 5. Sajmovi	45
Prilog 6. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	46
Prilog 7. Brošure i suveniri.....	47
Prilog 8. Rashodi TIC – evi	48
Prilog 9. Materijalni troškovi	49

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. Globalna pandemija korona virusa imala je nezapamćen utjecaj na ukupni svjetski turizam pa tako i na Zagreb i Hrvatsku i to od proljeća 2020. godine sve do danas. Iako je 2021. godina pokazala perspektivu oporavka turizma još uvijek je potrebno učinkovito svrsishodno upravljanje i prilagođavanje dugoročnog planiranja stanju i situaciji u kratkom roku te brzo i efikasno donošenje odluka. I nadalje se u Zagrebu osjećaju posljedice potresa iz 2020. godine posebno na kulturnoj baštini, turističkoj ponudi, ali i na smještajnim objektima.

Grad Zagreb posljednjih je godina unaprijedio i povećao ponudu smještajnih kapaciteta – 2018. godini grad je raspolagao s 8.099 kreveta u 67 hotela, 2.347 kreveta u 51 hostelu, 8.685 kreveta u 2.333 privatnih iznajmljivača te 6.336 kreveta u različitim smještajnim objektima. U 2019. godini je nudio 8.735 kreveta u 68 hotela, 2.401 kreveta u 54 hostelu, 9.507 kreveta u 2.493 privatnih iznajmljivača te 5.421 krevet u različitim smještajnim objektima, dok je u 2020. godini Zagreb raspolagao s 8.985 kreveta u 71 hotelu, 2.189 krevetom u 47 hostela, 8.366 kreveta u 2.162 privatnih iznajmljivača te 5.421 kreveta u različitim smještajnim objektima. U rujnu 2021. godine u Zagrebu je, iako pod utjecajem pandemije, bilo 69 hotela (8.636 kreveta), zatim 47 hostela (2.172 kreveta), 2.058 privatna iznajmljivača (8.111 kreveta), 3 seoska domaćinstva i 10 drugih smještajnih objekata.

Statistički podaci za 2021. godinu u odnosu na zauzetost smještajnih objekata ukazuju na veliki utjecaj pandemije pa je tako prosječna zauzetost u hotelima u prvih 9 mjeseci 2021. godine iznosila 21,94%, što je povećanje od 63% u odnosu na 2020. godinu i smanjenje od 58% u odnosu na 2019. godinu. U hostelima je prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci 2021. godine, iznosila 12,97%, što je povećanje od 53% u odnosu na 2020. godinu i smanjenje od 50% u odnosu na 2019. godinu. Kod privatnih iznajmljivača je prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci 2021. godine, iznosila 15,69%, što je povećanje od 49% u odnosu na 2020. godinu i smanjenje od 31% u odnosu na 2019. godinu. Primjećuje se pad otvaranja privatnog smještaja i to 9% u odnosu na prvih 9 mjeseci 2020. godine (152 novootvorenih privatnih iznajmljivača, dok su zatvorena 244 privatna iznajmljivača).

Trenutni pokazatelji ukazuju na još veći oporavak turizma u 2022. godini što će uvelike ovisiti o stabilizaciji situacije s pandemijom te djelotvornosti svih aktivnosti vezano za cijepljenje. Iz tog razloga se i očekuje ukupno bolja turistička godina od 2021. godine, a s dolaskom kasnijeg proljeća (5. i 6. mjesec) početak većih turističkih aktivnosti uz ukupan oprez za cijelu 2022. 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 ovisno o kretanjima i učincima pandemije na putovanja. Veliku ulogu u promociji, sukladno trenutnoj situaciji, svakako će i dalje imati i domaće tržište. Promocija će obuhvatiti sve oblike oglašavanja od tiskanih medija, radija, OOH te

online oglašavanja, kao i nastupa na sajmovima i sudjelovanja na radionicama i prezentacijama.

Grad Zagreb pozicionira se kao srednjoeuropsko središte suvremene kulturne scene s bogatom ponudom kulturnih i inovativnih gradskih događanja tijekom cijele godine, kao i ugodnom gradskom atmosferom. Pored kulturne baštine, domaće i strane posjetitelje najviše privlači širok spektar događanja koja se u Zagrebu odvijaju tijekom cijele godine. Sve aktivnosti planiraju se uzimajući u obzir aktualnu situaciju s pandemijom te se uz potrebne prilagodbe nastavlja s razvojem najvažnijih proizvoda grada Zagreba (Advent Zagreb, Festival svjetla Zagreb i Artupunktura). S ciljem realizacije navedenog planira se daljnja podrška razvoju kulturnog turizma, kao jednog od najznačajnijih motiva turističkih dolazaka i noćenja, ali i brojnih suvremenih, gastronomskih, sportskih i drugih urbanih događanja koja su već tradicionalna za Zagreb. Nakon dva „pandemijska izdanja“, planira se razrada pristupa daljnjem obuhvatu razvoja projekta Advent Zagreb, a sve u cilju usklađivanja s lokalnom zajednicom, prostornim kapacitetima te aktualnim trendovima. Nakon dvije godine ne održavanja zbog pandemije, s ciljem povećanja dolazaka i noćenja u proljetnom periodu, planira se održavanje Festivala svjetla Zagreb, uz primjenu važećih epidemioloških mjera. Kultura je posebno bitna za turističku ponudu Zagreba, a njena afirmacija jedan je od strateških ciljeva TZGZ-a. Nakon ovogodišnje uspješne realizacije projekta Artupunktura u jesenskom razdoblju, pod sloganom *Terapija Zagreba umjetnošću*, planira se daljnji razvoj i širenje projekta i sadržaja s novim partnerima u kulturi. Artupunktura povezuje kulturu i turizam, stavlja naglasak na područje suvremene kulture i pozicionira Zagreb kao kreativno središte i odredište urbane kulturne scene. Na taj način, stvara se nova turistička atrakcija, a umjetnost postaje dostupna svima. Realizacijom ovog novog projekta u jesenskom periodu, učvršćuje se zagrebačka cjelogodišnja ponuda i zaokružuje sva četiri godišnja doba.

Ovakvim sinergijskim razvojem ključnih turističkih proizvoda grada Zagreba želi se postići odgovarajući cjelogodišnji splet događanja koja generiraju povećanje dolazaka i noćenja tijekom cijele godine.

Tijekom godine nastavit će se s podrškom novim tematskim i kreativnim projektima koji potiču promociju povijesnih znamenitosti i kulture grada Zagreba. S ciljem nadopunjavanja ključnih turističkih proizvoda podržat će se i razvoj manjih *boutique* događanja različitih profila, poput eno i gastronomskih, filmskih ili kulturnih, a koja su u potpunosti u skladu te najbolje održavaju imidž grada. Prilikom daljnjeg razvoja turističke ponude grada Zagreba posebna pozornost će se posvetiti i razvoju Zagreba kao održive destinacije te uvažavanju lokalne zajednice kao bitnog dionika razvoja turizma.

Za potrebe daljnje edukacije lokalnog stanovništva kao važnog dionika razvoja turističke destinacije nastavit će se s projektom Kultura turizma u srednjim školama na području grada Zagreba. Cilj navedenog projekta je da se projektom nastavom i edukacijom učenika srednjih škola podiže svijest o vlastitom gradu kao turističkoj destinaciji te upoznaje mlade s turističkim, povijesnim, kulturnim i prirodnim potencijalima Zagreba.

Vežano uz kongresno-poslovni segment, godišnja statistika i objavljeni rezultati objavljeni rezultati organizacije International Congress and Convention Association

(ICCA), za koji se objavljuju tijekom mjeseca svibnja za proteklu godinu, nisu se bavili ukupnim poretkom destinacija zbog specifičnih pandemijskih uvjeta u kojima se odvijala gotovo cijela godina. Za ilustraciju, prema rezultatima objavljenim za 2019. godinu, Zagreb je bio pozicioniran na 48. mjestu, što je bio do tada 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 negativnim utjecajem globalne pandemije, te su tako i u velikom dijelu zaustavljene od ožujka 2020. godine. Ipak, tijekom 2021. godine, osobito u drugom dijelu godine, situacija se počela mijenjati nabolje, kako u pogledu ranije planiranih aktivnosti, tako i povećanjem interesa za organizaciju skupova i drugih poslovnih događanja u budućnosti. Dio aktivnosti ostao je u virtualnoj sferi što ne donosi izravnu korist destinaciji jer ne generira dolaske i noćenja i s time vezanu potrošnju. S obzirom na trenutnu situaciju i kroz komunikaciju s organizatorima radionica, sajмова i sličnih događanja, u 2022. godini bi se većina takvih aktivnosti organizirala uživo, na način kako se to radilo u drugoj polovici 2021. godine, slijedeći aktualne lokalne i globalne preporuke. Bez obzira na epidemiološku situaciju, planira se sudjelovanje na svim relevantnim kongresno-incentive burzama i radionicama, neovisno o formatu njihova održavanja – uživo ili virtualno.

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.

Redovite izravne avio linije, kao i dnevna povezanost s glavnim zrakoplovnim središtima – hubovima – temelj su za planiranje kongresno-poslovnih aktivnosti. Snažan utjecaj na brži povratak u redovito poslovanje imat će i situacija na avio tržištu gdje su nastali značajni poremećaji. Tijekom 2021. godine situacija se počela popravljati, no još nije dosegnuta povezanost Zagreba kakva je bila u pretpandemijsko vrijeme. U ovom dijelu posebno je nastaviti poticati suradnju s nacionalnim avioprijevoznikom koji je tijekom pandemije jedini kontinuirano održavao povezivost Zagreba s Hrvatskom i Europom.

U 2022. 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 sukladno situaciji koju diktira pandemija.

Nakon uspješnog Tjedna digitalnih nomada Zagreb u lipnju 2021. godine te Ambassador programa za digitalne nomade, i u 2022. godini nastavit će se sa pozicioniranjem Zagreba kao idealne destinacije za njihov život i rad.

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. U smislu razvoja Zagreba kao city break destinacije, posebno će se razvijati projekt Artupunktura, kao prepoznatljivo događanje u području suvremene kulture 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 2022. 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. 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 2021. godini kod predaje završnog računa u 2022. godini, odgoda, umanjivanje ili ukidanje obveze plaćanja paušala turističke pristojbe što je bio slučaj i u ovoj godini. Program rada za 2022. godinu je ujedno i dokument koji je u potpunosti napravljen po metodologiji za izradu programa rada koja je izrađena od strane Ministarstva turizma i sporta RH za cijeli sustav turističkih zajednica.

TZGZ se u poslovanju vodi Strateško operativnim marketinškim planom za razdoblje 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 promocije Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Summer Tour, Adventa Zagreb, Around Zagreb, Artupunktura, kao i tzv. *always on* kampanja koje se odvijaju kroz cijelu godinu, a predstavljaju Zagreb kao grad kreativne i kulturne ponude, odlične gastro scene, 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 2022. 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. Također, nastavit će se i suradnja s Michelin guide-om, najutjecajnijim restoranskim vodičem, u smislu promocije bogate i raznolike gastro scene Zagreba.

Kako bi što bolje odgovorili svim izazovima situacije s pandemijom te kako bi olakšali boravak turista u Zagrebu, TZGZ je u pokrenula punkt za testiranje gostiju u centru Zagreba vikendom zbog jednostavnijeg povratka u svoje domicilne zemlje. Ujedno se pružaju i kontinuirano aktualiziraju svi podaci vezano za epidemiološke mjere, pružanje laboratorijskih usluga te ulazak u državu, a sa svim aktivnostima će se nastaviti i u narednom razdoblju. Jednako tako, a sukladno odluci Vlade RH o dostupnosti cijepljenja u Hrvatskoj stranim državljanima, TZGZ je pokrenula suradnju s NZJZ Dr. Andrija Štampar, vezano za organizaciju punkta za cijepljenje stranih državljana, a sve kako bi se regulirao i olakšao pristup usluzi. I S ovom aktivnosti će se nastaviti u 2022. godini.

Program rada i financijski plan za 2022. godinu proveden je sukladno javnom pozivu za prikupljanje prijave za sufinanciranje projekata, manifestacija, marketinških projekata, skupova i kandidatura u 2022. 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 2021. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 614.000 dolazaka (78% više u odnosu na 2020. godinu), a što predstavlja 42% dolazaka u 2019. godini, i 1.400.000 noćenja (73% više u odnosu na 2020. godinu), a što predstavlja 53% noćenja u 2019. godini. Za 2022. godinu su sukladno Strateško operativnom marketinškom planu napravljena tri scenarija, a s obzirom na trenutnu situaciju – Pesimistični (ostvarenje 52% noćenja iz 2019. godine), Umjereni (ostvarenje 68% noćenja iz 2019. godine) te Optimistični (ostvarenje 84% noćenja iz 2019. godine). Kako se u 2021. godini ostvario pesimistični scenarij predviđen kao 37% noćenja iz 2019. godine i s očekivanim rezultatom od 53% noćenja na godišnjoj razini će se ostvariti i umjereni scenarij (50% noćenja), i u 2022. godini se očekuje nastavak takvog trenda rasta.

U razdoblju siječanj – rujan 2021. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 440.436 dolazaka i 957.977 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 112.763 dolazaka te 234.949 noćenja (24,53% ukupnih noćenja), a strani turisti 327.673 dolaska i 723.028 noćenja (75,47% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2020. godinu, ostvareno je porast broja dolazaka turista za 56% (domaći dolasci su veći za 30% i strani dolasci su veći za 67%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 53% (domaća noćenja su veća za 28%, a strana noćenja veća za 64%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: Njemačke 39.455 (86% više u odnosu na isto razdoblje 2020. godine), SAD 24.322 (210% više nego 2020. godine), Poljske 23.208 (101% više), Italije 21.213 (41% više), Francuske 17.361 (117% više), a potom slijede turisti iz Nizozemske, Bosne i Hercegovine, Austrije, Srbije i Španjolska. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke 72.480 (66% više nego 2020. godine), SAD-a 67.098 (122% više), Italije 57.935 (38% više), Francuske 39.093 (126% više), Poljske 32.369 (99% više), a potom slijede turisti iz Bosne i Hercegovine, Ujedinjenog Kraljevstva, Srbije, Nizozemske i Brazila.

U cilju ostvarenja turističke politike u 2022. 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 2022. godinu.

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

PROGRAM RADA ZA 2022. GODINU

STRUKTURA AKTIVNOSTI

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

Sukladno već izrađenom Strateško operativnom marketinškom plan za naredno razdoblje 2021.-2023. godine rezerviraju se sredstva za moguću analizu ili istraživanje tržišta kao i za moguća ad hoc istraživanja tijekom godine, ukoliko se ukaže potreba za istima. Rezultati istraživanja koristit će se za definiranje komunikacijskih i oglašivačkih smjernica sa svrhom izrade kvalitetnijih promotivnih kampanja.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 250.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

UKUPNO: 250.000
 2. **RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**
 - 2.1. **Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - Zdravstveni turizam**

Zdravstveni turizam nastavlja biti 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. U planu su offline i online promotivna kampanja u Hrvatskoj i na odabranim stranim tržištima te prema potrebi dotisak promotivnih materijala.

Isto tako, planirani su nastupi na specijaliziranim sajmovima i konferencijama na temu zdravstvenog turizma i organizacija posebnih prezentacija i radionica te razni oblici potpore subjektima, odnosno dionicima zdravstvenog turističkog sustava grada Zagreba.

Planirana je *deminimis* potpora za razvoj digitalna platforma zdravstvenog turizma Zagreb – čiji je nositelj RexRea u iznosu od 100.000 kn.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 800.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine
 - 2.2. **Podrška razvoju turističkih događanja**
 - 2.2.1. **Potpore događanjima**

Cilj TZGZ-a je pozicionirati Grad Zagreb kao vodeću srednjoeuropsku destinaciju suvremene kulturne scene s bogatom ponudom raznovrsnih urbanih događanja tijekom cijele godine. 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 razgledi grada temeljeni na legendama ili povijesnim likovima poput već međunarodno priznatog razgleda Secret Zagreb. Osmišljeni su novi razgledi i ture – O Zagrebu koješta, Crno bijeli svijet, Freaking '80 i Upoznajmo Savu – kajakom i raftingom po rijeci Savi. Zatim projekti poput Street Art ture ili Kruna Lenucijeve potkove, koji revitaliziraju zapuštena područja grada i osvježuju te educiraju kako grafiti i murali nisu nužno vandalizam već mogu biti galerija na otvorenom i oblik ulične umjetnosti koji koristi lokalnoj zajednici. Trešnjevka se budi, Plac mljac, Booksa u parku, projekti su koji povezuju lokalnu, kvartovsku zajednicu svojim kulturno-zabavnim programom dok rally Supercars Owners Circle i Pink Wing, u Zagreb i Hrvatsku, dovode najistaknutije svjetski slavne osobe te tako doprinose prepoznatljivosti, vidljivosti destinacije te uvrštavaju Zagreb među pomno odabrane svjetske metropole domaćina spomenutog rallya.

Međunarodna vrtna izložba Floraart svojom dugogodišnjom tradicijom kontinuirano privlači velik broj posjetitelja, a Mali Zagreb, projekt umjetničkih minijaturnih kompozicija grada postavljenih na zagrebačkim ulicama, realizirat će se po drugi put, nakon što je izvrsno prihvaćen od strane građana i posjetitelja grada.

Lokalna eno i gastro scena prezentira se kroz boutique događanja kao što su Le Grič i Mali piknik na Gornjem gradu u kojima sudjeluju odabrana obiteljska poljoprivredna gospodarstva, a različiti festivali hrane i vina poput Vinskog grada potvrđuju Zagreb kao eno i gastro destinaciju te posjetiteljima na zanimljiv način predstavljaju hrvatske izvorne proizvode.

Mnoga domaća i međunarodna sportska natjecanja i sportske manifestacije koje, osim što

doprinosu razvoju sporta, 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 poznato međunarodno klizačko natjecanje Zlatna pirueta, međunarodno dječje plesno natjecanje International Dance Open te IJF Judo Grand Prix Zagreb, olimpijsko kvalifikacijsko natjecanje Međunarodne judo federacije (IJF). Podržavamo i niz natjecanja osoba s invaliditetom kao što su SMA Croatia Run – društvo distrofičara, Sirius open – teniski turnir osoba u invalidskim kolicima, Zagreb open – plivački klub osoba s invaliditetom Narator.

Advent Zagreb turistički je proizvod koji doprinosi obogaćenju turističke ponude u zimskim mjesecima, valoriziranju na međunarodnom turističkom tržištu i u konačnici, *brendiranju* Zagreba kao nezaobilaznog turističkog odredišta u vrijeme Adventa. Zadnje dvije pandemijske godine cilj je bio održati duh adventa, a sve kako bi se očuvao imidž najboljeg božićnog sajma u Europi vodeći računa o epidemiološkim mjerama. I ove godine nastavit će se s navedenim, uz prilagodbu aktualnoj epidemiološkoj situaciji i naglasak na stvaranje posebnih doživljaja i iskustva, kreativnih scenografija i iluminacije koja čini Advent Zagreb prepoznatljivim proizvodom i Zagreb osobito atraktivnim i ugodnim gradom tople atmosfere i dobre zabave za vrijeme Adventa.

Zagreb je definiran kao grad kreativne i kulturne ponude te inovativnih muzeja, cjelogodišnje središte suvremene kulturne scene s bogatom ponudom inovativnih događanja, originalnih, nsvakadašnjih muzeja i prepoznatljive gradske atmosfere. Nastavno navedenom u fokusu je potpora inovativnim, i kreativnim kulturnim inicijativama koje doprinose diverzifikaciji na turističkom tržištu. Takvi su projekti vezani za popularnu *street art* scenu kojima je cilj revitalizirati gradske prostore, kao što su Art Park Zagreb, projekt OKOLO, novi projekt Grad u boji ili posebni multimedijalni, interdisciplinarni projekt Ljeto u MSU. Isto tako, tradicija se mora njegovati kao i kulturna baština i to kroz podršku manifestacijama kao što je Međunarodna smotra folkloru te besplatni kulturni sadržaji na otvorenom za zreliju publiku poput Ljetnih večeri HNK u Zagrebu ili programi poput Brokenships stage-a u Muzeju prekinutih veza za mlađu publiku.

Osim gore spomenutih, važno je istaknuti i ostale vrijedne kulturno-turističke manifestacije poput XIV. Trijenale hrvatskog kiparstva, Dana otvorenog trga, Ljetnih noći teatra Exit, Ljetnih večeri scene Amadeo, te Svečanosti Pasijske baštine i mnogih drugih kojima se pruža podrška, a obogaćuju kulturno-turističku ponudu grada Zagreba tijekom cijele godine.

Festivali atmosferom i programima utječu na percepciju Zagreba kao vibrantne i zanimljive destinacije pune doživljaja te kontinuirano privlače velik broj posjetitelja. Planiraju se ulični i raznovrsni glazbeni festivali, kazališni, gastro, održivi, socijalno uključivi, lutkarski, oni posvećeni stripu, poeziji i književnosti, a posebno se ističu atmosferski ljetni festivali na otvorenom te tradicionalni Festival vatrometa i Cesti is d best. Novi, odnosno festivali novijeg datuma su Greencajt festival posvećen održivosti, LMF festival elektroničke glazbe s poznatim izvođačima koji privlače posjetitelje izvan Zagreba.

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, a posljednjih godina ističe se i novi festival DA2 Zagreb design, art & architecture film festival posvećen dizajnu, umjetnosti i arhitekturi.

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, primjerice: Muzej suvremene umjetnosti, Muzej grada Zagreba, Etnografski muzej, Kuća LAUBA, Muzej čokolade, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika, Ansambli LADO, Tvornica kulture. Spomenutim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnji program rada ili za posebne projekte.

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, a što uključuje i prijedloge oglašivačke suradnje s partnerima. Turističko vijeće TZGZ-a razmatra svaku preporuku Grada i donosi konačnu odluku o pružanju potpore TZGZ-a određenoj manifestaciji odnosno oglašivačkoj suradnji, a sve u cilju valorizacije kvalitete i značaja manifestacije te izbjegavanja dvostrukog financiranja pojedinih projekata.

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:** **11.993.750**
 Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 1.
- 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 2022. godini planira se organizacija Meetex-a, virtualne radionice namijenjene kongresnoj industriji, nakon koje će se tijekom godine organizirati studijsko putovanje za dio najbolje ocijenjenih klijenata. S obzirom na visoku razinu neizvjesnosti vezane uz pandemiju koronavirusa, Meetex se i u 2022. godini planira kao virtualno događanje. 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 usmjeren prezentaciji domaće ponude te kao takav predstavlja centralno događanje koje okuplja dionike kongresno-incentive sustava u Republici Hrvatskoj. U 2021. godini Meetex je organiziran kao virtualno događanje, a za odabrane kupce organizirano je studijsko putovanje u Hrvatsku s obveznim programom u Zagrebu.
 Planiraju se i potpore za kandidature na međunarodnim skupovima, kao i potpore skupovima i projektima od posebnog značaja. Tijekom godine kontinuirano pristižu zahtjevi za potpore kandidaturama i skupovima koje nije bilo moguće planirati unaprijed, a od interesa su za grad, te se za potrebe istih rezerviraju sredstva.
 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** **1.050.000**
 Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 2.
- 2.2.3. Marketinški projekti**
 U sklopu sufinanciranja projekata prema zaprimljenim prijavama, TZGZ će i u 2022. 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 se 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 3.
- Iznos potreban za realizaciju aktivnosti** **1.931.500**
 Rokovi realizacije aktivnosti: Tijekom 2022. 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 2022. godine
- 2.2.5. Potpore razvoja DMO**
 Projekti i manifestacije u okviru potpora razvoju DMO-a nastaju u suradnji TZGZ-a s partnerima. Iz godine u godinu se prate te po potrebi nadograđuju i razvijaju, u skladu s trendovima na turističkom tržištu. Provode se u suradnji sa stručnim organizacijama, društvima i udrugama uz pomno praćenje provedbe od strane TZGZ-a pri čemu se sustavno radi na kvaliteti postojećih ili na uvođenju i osmišljavanju novih. Projekti su bazirani na povijesti, tradiciji i kulturnoj baštini unutar platforme Zagrebačkog vremeplova od kojih se ističu Smjena straže, Gornji grad u prošlosti, glazbena ulična događanja itd., a od ostalih projekata ističe se projekt Dvorišta. Svake godine prigodno se obilježe neki značajni datumi, kao što su Uskrs, Dan grada Zagreba i Svjetski dan turizma.

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

Nakon dvije godine odgoda, planira se realizacija projekta Festival svjetla Zagreb. Festival predstavlja značajan turistički proizvod na koji TZGZ zadnjih godina stavlja poseban naglasak. Razvija se s ciljem privlačenja posjetitelja i povećanja popunjenosti smještajnih kapaciteta u periodu kada je smanjen intenzitet događanja i dolazaka u Zagreb. Festival primjenom recentnih svjetlosnih tehnologija u povijesnom okruženju posjetiteljima pruža izuzetan doživljaj, a Zagreb svrstava uz bok svjetskim metropolama domaćinima festivala svjetla. Planira se održati Festival po četvrti puta, i to širenjem lokacija s Gornjeg grada na Donji grad, budući da je festival prerastao prostor Gornjeg grada, koji je dodatno ograničen posljedicama potresa. U planu je i nastaviti razvoj projekta Artupunktura. Krajnji cilj projekta je razviti prepoznatljivo događanje u jesenskom periodu, koje bi s vremenom postalo jedinstveni novi motiv dolaska u Zagreb, a mjesec rujan time bi bio rezerviran za kulturu i umjetnost. Artupunktura je u svom prvom izdanju 2021. godine donijela bogat i raznovrstan program i predstavila kolaboraciju svih partnera i prijatelja kulture i stvaranja čiji je cilj zajedničkim umjetničkim djelovanjem na specifičnim točkama grada probuditi njegovu vitalnu energiju. Zamišljena je kao platforma za kulturu i umjetnost kojoj su se na poziv TZGZ-a priključili različiti sudionici sa svojim programima. 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:

6.005.000

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 4.

2.2.6.

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 izložbu Ivana Meštrovića u Pragu, Festival hrvatske glazbe u Beču (Kulturno informativni centar - KIC) te Tjedan hrvatske glazbe u Rumunjskoj. 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

10.000

Festival hrvatske glazbe u Beču

70.000

Tjedan hrvatske glazbe u Rumunjskoj

40.000

Neplanirano:

80.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

2.3.

Podrška turističkoj industriji

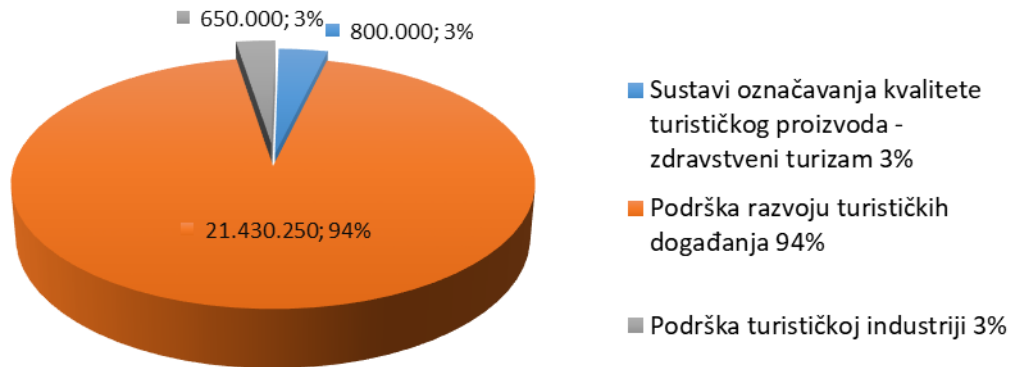
Neizostavni dio provođenja aktivne promocije grada Zagreba na odabranim turističkim tržištima, odnosi se i na uspostavu kvalitetne poslovne komunikacije na destinacijskoj razini, odnosno potiče se suradnja s turističkim agencijama, turoperatorima i ostalim predstavnicima turističke industrije. TZGZ će tijekom 2022. godine nastaviti 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 2022. 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 sajmovima i kongresnim burzama, a spomenute potpore smatraju se *de minimis* potporama. Isto tako, planira se nastavak suradnje sa zdravstvenim pružateljem usluga, a s kojim je organizirano testiranje stranih posjetitelja Zagreba. Posjetiteljima je omogućeno testiranje u blizini Trga bana J. Jelačića putem Centra za posjetitelje vikendima i blagdanima kada je većina privatnih klinika u Zagrebu zatvorena. Sve aktivnosti se planiraju, a suradnja će se izvršavati sukladno epidemiološkim i ostalim mjerama koje će biti na snazi u trenutku provođenja aktivnosti.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

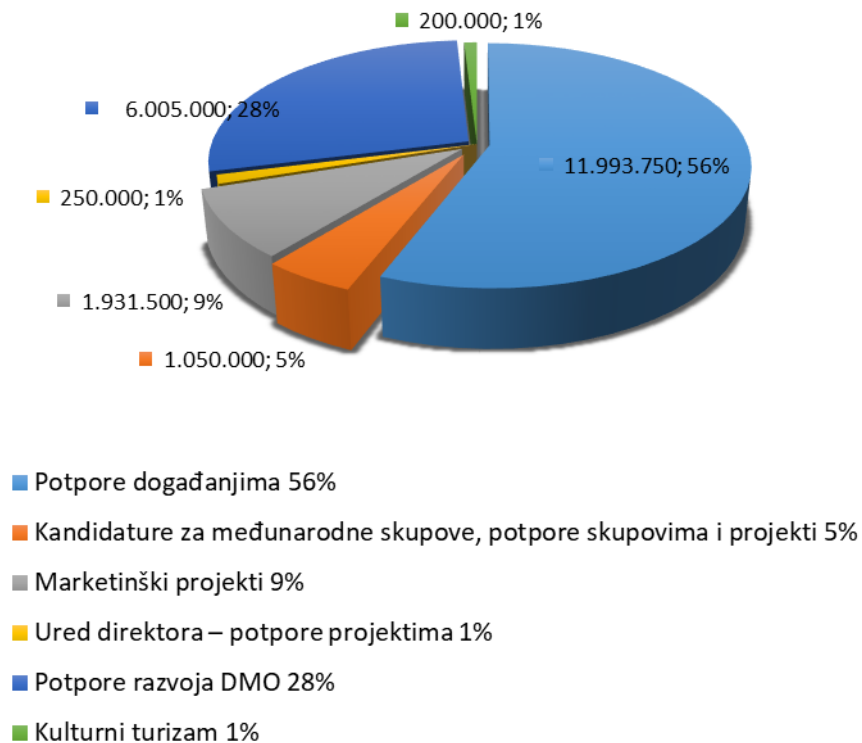
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

650.000

RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA



PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA



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:

300.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. Kampanje TZGZ

Pozitivna percepcija o pojedinim događanjima, odnosno projekatima TZGZ-a od posebne važnosti, činiće stratešku okosnicu za planiranje, razvoj i provođenje promotivnih aktivnosti na domaćem i inozemnom turističkom tržištu i tijekom 2022. 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, Artupunktura, Advent Zagreb), ali i na pozicioniranje 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 2022. 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 njihov razvoj, 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:

3.172.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.2.2. Oglašavanje u tisku

Unatoč kontinuiranom porastu značaja online oglašavanja, tiskovine i dalje predstavljaju efikasan način komunikacije s trenutnim, ali i potencijalnim posjetiteljima grada Zagreba. TZGZ kontinuirano surađuje s brojnim predstavnicima medija kroz objavljivanje strateški osmišljenog native sadržaja, odnosno tekstova i posebnih, tematski prilagođenih te atraktivnih članaka. U 2022. godini nastaviti će se s ciljanom komunikacijom pojedinih segmenata turističke ponude grada Zagreba kao kvalitetnoj nadopuni kampanjama koje TZGZ provodi a s ciljem ostvarivanja većeg dosega pojedine aktivnosti.

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.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

1.520.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.2.3. Online kampanje

U 2022. godini TZGZ će nastaviti u svojim marketinškim online kampanjama promovirati Zagreb kao destinaciju bogatu kreativnim i kulturnim događanjima kroz cijelu godinu, grad koji živi na otvorenim, grad raznolike ugostiteljske ponude, destinaciju kongresnog i zdravstvenog te destinaciju idealnu za boravak digitalnih nomada.

Posebna pažnja u online promociji posvetit će se kulturnim i umjetničkim sadržajima pa se tako nastavlja kampanja na tržištu SAD-a putem Smithsonian Magazine, koji obrađuje teme popularne kulture, povijesti, umjetnosti i inovacija, kroz native članke, banner oglašavanje i newsletter kampanje, a kultura će se promovirati i na europskom tržištu kroz oglašavanje na relevantnim

portalima.

U planu je i kampanja zdravstvenog turizma na emitivnim tržištima Njemačke i Italije putem advertorijala na relevantnim portalima i mrežama portala.

Treću godinu zaredom nastavit će se i kampanja Around Zagreb, nastala s ciljem promoviranja kulturne, eno i gastro ponude Zagreba i okolice putem native oglašavanja na domaćem i stranim tržištima. U proljeće se planira kampanja za promociju Festivala svjetla Zagreb, kao vodećeg proljetnog događanja, u ljeto kampanja koja će obuhvatiti sva ljetna događanja kao i promociju grada koji živi na otvorenom – Zagreb Summer Tour, dok je jesen rezervirana za kampanju Artupunktura, jedinstvenog kulturnog događanja, a zima za kampanju Advent Zagreb, sve putem banneri, advertorijala i video sadržaja na portalima i mrežama portala, Google servisima, Internet i streaming servisima i društvenim mrežama. Isti se prikazuju u dogovorenom periodu s ciljem izgradnje imidža Zagreba kao destinacije bogate raznim kulturnim i zabavnim događanjima.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 6.100.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.2.4. **TV oglašavanje**

Emitiranje posebnih reportaža o Zagrebu, na četiri strana jezika, putem satelitskog odašiljača EUTELSAT 16-A, na Z1 TV, nastavlja se i u 2022. 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 2022. godine

3.2.5. **Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama**

TZGZ će tijekom 2022. godine nastaviti s kontinuiranom provedbom skupa aktivnosti usmjerenih na promociju grada Zagreba kao destinacije poslovnog turizma. Svoju kongresnu ponudu nastaviti 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: 200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.2.6. **Promotivni panoji i displeji**

Kao dodatni alat za kvalitetnu promociju kampanja od posebnog značaja, TZGZ će i u 2022. godini koristiti razne promotivne materijale kao što su banneri, plakati ili razne scenografske intervencije u prostoru. Iste će biti tematski prilagođene pojedinoj namjeni poput održavanja posebnih prezentacija, događanja, oglašavanja na javnim površinama i sličnih aktivnosti s ciljem prenošenja strateški osmišljene komunikacijske poruke.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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: 150.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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 2022. godine

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

Tijekom 2022. godine TZGZ planira nastaviti provoditi skup promotivnih aktivnosti kroz suradnju s influencerima i blogerima i digitalnim nomadima. Veliki naglasak bit će i na gastronomskoj ponudi Zagreba, stoga je u planu nastavak suradnje s Michelin magazinom započete u 2020. godini kroz kampanje na društvenim mrežama i portalu Michelina. Isto tako, planira se nastavak vrlo uspješne 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: 1.050.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.3.4. **Suradnja s državnim i ostalim institucijama**

U 2022. godini nastaviti će se, u svrhu promocije grada, organizacija razgleda grada, kao i dodatnih aktivnosti za brojne strane diplomate, visoke dužnosnike i ostale goste ministarstava RH, protokolarnih službi Ureda predsjednika i Grada Zagreba, obrazovnih i ostalih institucija od značaja. S obzirom na pojačan dolazak stranih gostiju u Zagreb u svrhu cijepljenja te s namjerom pružanja ugodnog boravka i efikasnog te lako dostupnog cijepljenja, u dogovoru s nadležnim tijelima, TZGZ u suradnji s institucijama i dalje će raditi na unapređenju organizacije rada cijepljenog punkta, a vezano uz cijepljenje stranih državljana.

Nositelj aktivnosti:

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 250.000

Rokovi realizacije aktivnosti: do kraja 2022.

3.4. **Marketinške i poslovne suradnje**

3.4.1. **Suradnja s avioprijevoznicima**

TZGZ će i u 2022. godini nastaviti suradnju s avioprijevoznicima, kao i provođenje aktivnosti u segmentu promocije direktnih avionskih linija koje povezuju 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 Zagreba te pridonijeti bržem oporavku industrije na čije su se poslovanje značajno odrazile brojne negativne posljedice pandemije koronavirusa. U svrhu što kvalitetnije promocije grada Zagreba na inozemnim tržištima, komplementarna nadopuna suradnji s avioprijevoznicima svakako je i suradnja s agencijama koje pripremaju kvalitetne itinerere za posjet Zagrebu posebno u vrijeme održavanja kapitalnih događanja.

Croatia Airlines 1.500.000

Ostali avioprijevoznici 1.900.000

INO agencije oglašavanje 100.000

	Neplanirano:	100.000
	Nositelj aktivnosti: TZGZ	
	Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	3.600.000
	Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine	
3.4.2.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama privatnog i javnog sektora	
	U 2022. 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 2022. 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 tim segmentima te provođenje ciljanih promotivnih aktivnosti u 2022. godini, doprinijet će kvaliteti turističkog proizvoda te imati brojne pozitivne učinke glede percepcije pojedinih događanja te većeg priljeva ciljanih skupina u destinaciju. U 2022. godini planiraju se provoditi promotivne aktivnosti za projekte od posebnog značaja za destinaciju (Audi FIS Ski World Cup "Snow Queen Trophy", WRC Croatia Rally, INMusic), ali i kroz suradnju s HNS-om te Međunarodnom zračnom lukom Franjo Tuđman.	
	INmusic	1.250.000
	Snježna kraljica	3.500.000
	Hrvatski olimpijski odbor	200.000
	Hrvatski nogometni savez	530.000
	MZLZ suradnja	187.500
	Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri	
	Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	5.667.500
	Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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 2022. godini planira se nastup na 20 turističkih sajmov (14 samostalno te 6 u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom slijedom Ugovora o suizlaganju), s posebnim naglaskom na sajam Holiday Show Dublin na kojem će TZGZ nastupiti nakon stanke, a uslijed porasta broja zrakoplovnih linija i bolje povezanosti Zagreba i Dublina te sajam ATM Dubai na kojem TZGZ po prvi puta nastupa samostalno. Ovisno o epidemiološkoj situaciji u trenutku održavanja pojedinog turističkog sajma, moguće je prebacivanje održavanja iz fizičkog u virtualni format. Prilog 5.	
	Nositelj aktivnosti: TZGZ	
	Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	1.710.000
	Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine	
3.5.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	
	Tijekom 2022. 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:	450.000
	Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine	
3.5.3.	Posebne prezentacije i radionice	
	Samostalno ili u suradnji s HTZ-om, zračnim prijevoznicima te hrvatskim diplomatskim predstavništvima, 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, Artupunktura, Zagreb kao idealna <i>City Break</i> te cjelogodišnja destinacija s naglaskom na bogatu kulturnu i gastronomsku ponudu) kroz susret s predstavnicima turističkih agencija, novinarima i	

blogerima 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: 800.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.5.3.1. EXPO Dubai

Planirana sredstva se izdvajaju za provođenje potencijalnih promotivnih aktivnosti Zagreba sukladno participaciji Hrvatske na EXPO Dubai, a nastavno na uspješno provedenu promociju Adventa Zagreb u 2021. godini na EXPO Dubaiu.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 300.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.5.4. Posebne prezentacije i radionice/kongresni odjel

Suradnjom TZGZ-a s predstavnicima turističke industrije tijekom 2022. 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), MCE Foruma (Budimpešta), Successful Meetings University (New York), M&I Forum Summer (Sevilja), M&I Americas, EPEX WOW (New Delhi). Posebne prezentacije na pojedinim tržištima održat će se u skladu s mogućnostima i epidemiološkim uvjetima. Zbog još uvijek neizvjesne epidemiološke situacije i stanja na pojedinim tržištima, informacije u vezi sudjelovanja i formata organizacije radionica (virtualno ili uživo), podložne su promjenama.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 600.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

U 2022. 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 trenutnoj epidemiološkoj situaciji te neizvjesnosti u pogledu realizacije studijskih putovanja u fokus se stavlja i online edukacija agenata iz cijeloga svijeta putem webinara i tečajeva.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 220.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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 2022. godine. Ipak, očekuje se veći interes u odnosu na 2021., te se u skladu s tim planiraju i veća sredstva. Planira se organizacija studijskog putovanja za kupce s kongresno-incentive burze Conventa krajem veljače. Jednako tako, planira se studijsko putovanje za tzv. direktne kupce, predstavnike asocijacija i korporativnog sektora, u suradnji s agencijom Partance. Dodatna predviđena sredstva planiraju se utrošiti na inspekcijske posjete i studijska putovanja zainteresiranih kupaca ovisno o kretanju potražnje i epidemiološkoj situaciji.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 500.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

3.7.1. Brošure i tiskani materijali

U 2022. godini planira se nastaviti s izradom različitih tiskanih promotivnih materijala namijenjenih posjetiteljima Zagreba te promotivnim aktivnostima kao što su nastupi na sajmovima, poslovnim radionicama i posebnim prezentacijama. U planu je organizacija kontinuiranog izdavanja mjesečnika Program priredaba, koji donosi pregled široke ponude događanja te se tiska u hrvatskoj i engleskoj verziji. Također je predviđen višekratni tisak letka-plana grada, a prema potrebi organizirat će se dotisci određenih jezičnih varijanti opće brošure Dobro došli u Zagreb i vodiča-mape Korak po korak. Sukladno potrebama posebnih projekata planira se izrada raznih posebnih tiskanih izdanja u obliku letaka ili mapa. Prilog 7.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

685.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.7.2. Suveniri i promo materijali

Tijekom 2022. godine u planu je sukcesivna narudžba različitih suvenira i promotivnih materijala koje TZGZ koristi za potrebe promotivnih aktivnosti u zemlji i inozemstvu.

Tako će se kroz godinu organizirati izrada i kupnja proizvoda kao što su licitarska srca, kemijske olovke, vezice za akreditacije, promotivni magneti i sl., a sve ovisno o opsegu i dinamici potražnje tj. potrošnje promotivnog materijala. Prilog 7.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

493.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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.

U 2022. 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 pozicioniranje Zagreba kao poslovne destinacije usmjerene razvoju poduzetništva i novih tehnologija, ali i kao poželjne destinacije za digitalne nomade. Osim toga, nastavit će se sa slanjem posebnog newslettera s naglaskom na kulturu, a kojim se Zagreb ciljano komunicira kao destinacija bogata raznolikom kulturnom ponudom.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

160.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.7.4. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Multimedijalni materijali su neophodni alat u promociji Zagreba te ujedno predstavljaju i neizostavni dio svake integrirane marketinške kampanje. TZGZ u 2022. godini planira proizvodnju novih multimedijalnih materijala, odnosno promotivnih filmova, animacija te različitog sadržaja audio-vizualnog formata prilagođenog digitalnim medijima oglašavanja. 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:

1.123.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.7.5. Kreiranje materijala za kanale online

TZGZ će, kroz cijelu 2022. godinu kreirati te kontinuirano prilagođavati foto i video materijale potrebne za kvalitetnu online promociju. Planira se stvaranje novog sadržaja za posebne blogerske stranice www.lovezagreb.hr. Tijekom 2022. 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.

Također, sve web stranice TZGZ će se redovito obogaćivati novim sadržajem i tekstovima.

Za potrebe promoviranja kulturnih, eno i gastro sadržaja Zagreba i njegove okolice stranice www.aroundzagreb.hr će se konstantno obogaćivati relevantnim i atraktivnim sadržajem.

Podstranice posvećene kulturi i umjetnosti naziva Zagreb Culture&Arts, zatim, nove podstranice posvećene sportu sport.infozagreb.hr kao i podstranice posvećene zdravstvenom turizmu Zagreb – centar medicinske izvrsnosti bit će redovito nadopunjavane novim, atraktivnim sadržajima i informacijama te će se, po potrebi, prevoditi na dodatne jezike. Kao i do sada, posebna pažnja bit će usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija te redovitom ažuriranju, obogaćivanju i optimiziranju istih.

Za potrebe provođenja online kampanja, TZGZ planira i pripremu advertorijala te prilagodbu istih na različite jezične varijante, ovisno o zahtjevima tržišta gdje se oglašava.

Tijekom 2022. godine nastavit će se s kreiranjem novog i kreativnog sadržaja za potrebe prezentacije na društvenim mrežama od kojih TZGZ ima profile na Facebook, Instagram, TikTok, Twitter i YouTube. Isto će se primjenjivati i na društvenim mrežama Facebook i LinkedIn koje su primarno orijentirani na promociju kongresne ponude grada, s posebnim naglaskom na interese i sklonosti poslovnog segmenta posjetitelja u gradu Zagrebu.

Gamification aplikacija Zagreb Be There, prilagođena za iOS i Android mobilne uređaje po potrebi će se nadopuniti novim tematskim rutama i sadržajima.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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, 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 i optimizirati sve navedene web stranice, a sve u cilju što bolje i kvalitetnije prezentacije raznolike i bogate ponude grada.

U 2022. godini planira se završna faza projekta redizajna turističkih stranica www.infozagreb.hr i puštanje web stranice u beta fazu. Na stranicama Festivala svjetla Zagreb te adventskim stranicama dodavat će se sadržaj i redizajnirati 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. Navedene kongresne stranice, kao i blog stranica www.lovezagreb.hr u 2022. godini će se nadograditi i redizajnirati u skladu s novim tehnologijama.

Podstranice Zagreb Culture&Arts, nove podstranice sport.infozagreb.hr, podstranice Zagreb – centar medicinske izvrsnosti i podstranice vezane za digitalne nomade <https://digitalnomads.infozagreb.hr/> bit će redovito ažurirane i optimizirane.

Nastaviti će se i redovito ažuriranje i održavanje Zagreb 360 - WebVR aplikacije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 660.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

(dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)

TZGZ tijekom 2022. 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 2022. 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: 2.000.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

Tijekom 2022. godine dva Centra za posjetitelje – na Trgu Bana Josipa Jelačića i u Zračnoj luci Franjo Tuđman te jedan Turistički informativni centar – Kula Lotrščak na Strossmayerovom šetalištu biti će dostupni turistima, posjetiteljima i građanima Zagreba svakodnevno, nedjeljom i blagdanom. Iznimka su svega četiri dana u godini (Nova godina, Uskrs, Svi sveti i Božić) kad su info-centri zatvoreni. Eventualna, veća i značajnija događanja tijekom godine zahtijevat će prilagođeno (produženo) radno vrijeme te će isto biti organizirano u skladu s potrebama.

Nastavit će se s prikupljanjem, obradom informacija te kvalitetnom distribucijom istih svima koji ih zatraže, u izravnom kontaktu, putem telefona ili elektronske pošte.

U info-centrima se redovito svakog mjeseca prikupljaju i obrađuju informacije o događanjima i pripremaju za publikaciju u mjesečniku „Program priredaba“.

Također, redovito se ažurira informacijska baza podataka koja se koristi i na službenim internet stranicama TZGZ. Testiranje posjetitelja vikendom i blagdanima putem Centra za posjetitelje na Trgu bana J. Jelačića nastaviti će se i u 2022. godini u suradnji s pružateljem zdravstvenih usluga. Kao i prethodnih godina, kontinuirano će se voditi dnevna evidencija o broju domaćih i inozemnih posjetitelja tijekom 2022. godine u svim info-centrima.

Sukladno potrebama i turističkim trendovima, informatori će nastaviti s usavršavanjem svojih vještina i znanja, prvenstveno znanja stranih jezika. **Prilog 8.**

OD i ostala primanja radnika: **2.700.000**

Ostali troškovi: **420.000**

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: **3.120.000**

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3.10.1. Smeđa signalizacija i info table

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

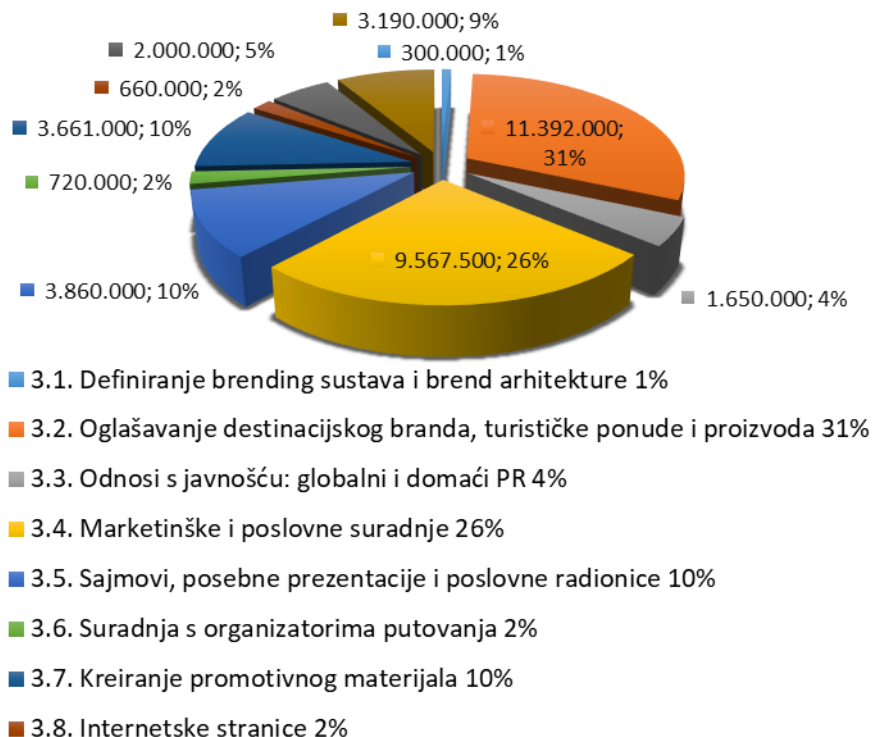
Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: **70.000**

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

3. UKUPNO: **37.000.500**

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE



4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Stručni skupovi i edukacije

Kroz sudjelovanje na stručnim i poslovnim skupovima u organizaciji strukovnih udruga, TZGZ nastavlja kontinuirano ulagati u kvalitetu i obrazovanje svojih zaposlenika. Na taj način dobit će se uvid u relevantne informacije glede postojećeg stanja kao i kretanjima na pojedinim tržištima te na globalnom tržištu. 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.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. 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 čiji je osnovni cilj kod srednjoškolske populacije razviti svijest 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 iz godine u godinu te 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: 260.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)

U 2021. godini TZGZ je osvojila nekoliko 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 2022. 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 5 gradskih atrakcija te dodatne popuste u restoranima, trgovinama itd. U 2022. godini planira se nastavak unapređenja projekta što uključuje prelazak na drugi sustav prodaje, digitalizaciju same kartice te kreiranje novog proizvoda što podrazumijeva izmjene u broju i izboru pogodnosti obuhvaćenih kupnjom kartice.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 400.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

4.3. Poticanje na čuvanje i uređenje okoliša

Nastavlja se dugogodišnja praksa postavljanja cvjetnih aranžmana na ulične svjetiljke Donjeg i Gornjeg grada uz turistički atraktivne lokacije, što doprinosi imidžu Zagreba kao ugodnog i zelenog grada.

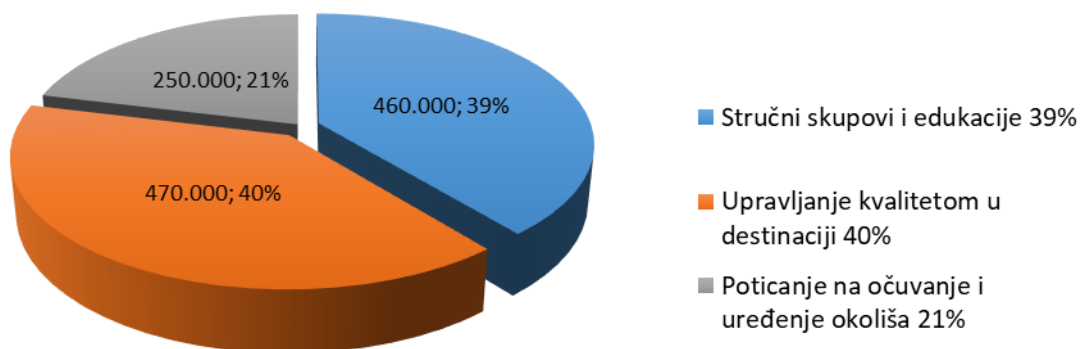
Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 250.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

UKUPNO: 1.180.000

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 organizacijama: UNWTO, USTOA, ETOA, ASTA, ECM, ECM City Cards Project, SITE te ICCA. Isto tako, u 2022. godini TZGZ planira realizirati institucionalno članstvo u međunarodnoj organizaciji Skål.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 185.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2022. godine

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

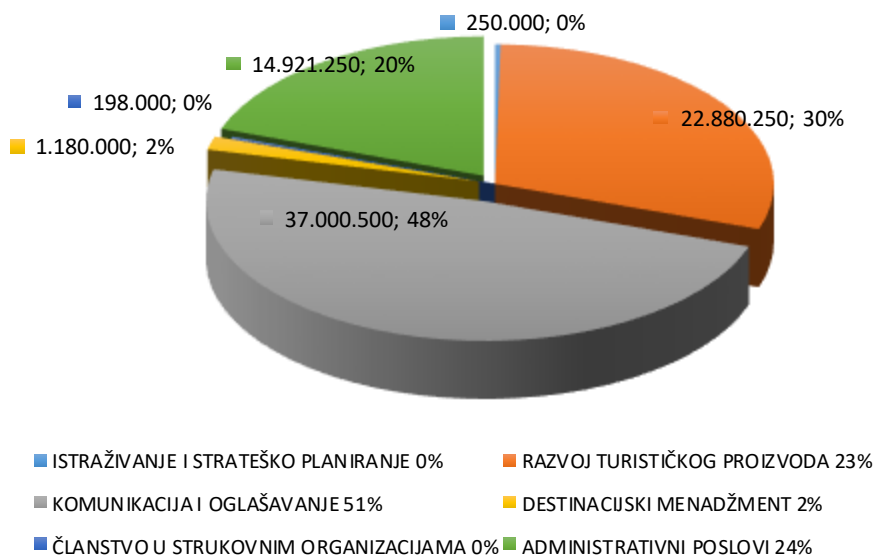
U 2022. godini TZGZ planira nastaviti sa članstvom u sljedećim domaćim organizacijama: UHPA, UPUHH i Udruzi računovođa i financijskih djelatnika.

Planirana sredstva: 13.000

UKUPNO: 198.000

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	
6.1. Plaće i ostala materijalna primanja radnika	
Planirana sredstva	10.500.000
6.1.1. Izdaci za prijevoz na posao	
Planirana sredstva:	240.000
6.1.2. Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu i sl.)	
Planirana sredstva	155.000
6.2. Materijalni troškovi	
Planirana sredstva:	3.686.250
6.3. Tijela turističke zajednice	
Planirana su sredstva za organizaciju rada tijela TZGZ-a – Skupštine, Turističkog vijeća te Radne skupine za nadzor.	
Planirana sredstva:	340.000
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. Administrativni poslovi uključuju troškove plaća i ostalih materijalnih primanja radnika, prijevoza i drugih rashoda za zaposlenike (sistematski pregledi, zaštita na radu i sl.), materijalnih troškova (režijski troškovi, odvjetničke, revizorske i savjetodavne usluge, edukacije, održavanje prostora, nabava i održavanje opreme - Prilog 9) te troškove za rad tijela TZGZ-.a.	
UKUPNO:	14.921.250
SVEUKUPNO:	76.430.000

AKTIVNOSTI



**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

**PROGRAM RADA ZA 2022.
GODINU**

I. PRIHODI

RB		PRIHODI	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.	Index	udio %
1.		Izvorni prihodi					
	1.1.	Turistička pristojba	4.500.000	5.650.000	8.500.000	150,44	11,12
	1.2.	Članarina	30.000.000	52.000.000	51.000.000	98,08	66,73
2.		Preneseni prihod iz prethodne godine	28.300.000	28.300.000	16.880.000	59,65	22,09
3.		Ostali prihodi	200.000	70.000	50.000	71,43	0,07
		SVEUKUPNO:	63.000.000	86.020.000	76.430.000	88,85	100,00

1.1. Turistička pristojba

Planirana je turistička pristojba u iznosu od 8.500.000 kn.

1.2. Turistička članarina

Turistička članarina planirana je u iznosu od 51.000.000 kn. Uzimajući u obzir i najavljen rast gospodarstva u 2021. godini očekujemo ostvarenje turističke članarine na nivou prethodne godine. Ipak trebamo biti oprezni u planiranju s obzirom da će se smanjenje stopa od 12 % usvojenih Izmjenama i dopunama Zakona o članarinama (NN144/20) odraziti u 2022. godini i narednom razdoblju. Jednako tako i dalje se očekuje realizacija povrata preplaćenih akontacija obveznika plaćanja članarine, odnosno korištenje ostvarene preplate za naplatu budućih obveza pojedinih obveznika.

2. Višak prihoda planiran je u iznosu od 16.880.000 kn. Ostvareni ukupni iznos prenesenih prihoda će se izraziti u Izvješću o izvršenju programa rada za 2021. godinu.

3. Ostali prihodi

Planirani su ostali prihodi - prihod od refundacija (ZG Card), prihodi od novčanih sredstava u iznosu od 50.000 kn.

II. RASHODI

		AKTIVNOSTI	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.	Udio %	Index
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE					
	1.1.	Istraživanje i analiza tržišta	50.000	0	250.000	0,33	
		Ukupno:	50.000	0	250.000	0,33	
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA					
	2.1	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - Zdravstveni turizam	384.500	321.000	800.000	1,05	249,22
	2.2	Podrška razvoju turističkih događanja					
	2.2.1.	Potpore događanjima	7.710.750	13.984.920	11.993.750	15,69	85,76
	2.2.2.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti	865.000	990.000	1.050.000	1,37	106,06
	2.2.3.	Marketinški projekti	815.100	1.992.750	1.931.500	2,53	96,93
	2.2.4.	Ured direktora – potpore projektima	250.000	250.000	250.000	0,33	100,00
	2.2.5	Potpore razvoja DMO	4.190.000	2.751.700	6.005.000	7,86	218,23
	2.2.6	Kulturni turizam	160.000	200.000	200.000	0,26	100,00
	2.3.	Podrška turističkoj industriji	570.000	700.000	650.000	0,85	92,86
		Ukupno:	14.945.350	21.190.370	22.880.250	29,94	107,97
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE					
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	200.000	0	300.000	0,39	
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda					
	3.2.1	Kampanje TZGZ	2.385.000	3.000.000	3.172.000	4,15	105,73
	3.2.2	Oglašavanje u tisku	1.411.500	1.900.000	1.520.000	1,99	80,00
	3.2.3	Online kampanje	5.262.000	5.400.000	6.100.000	7,98	112,96
	3.2.4	TV oglašavanje	200.000	200.000	200.000	0,26	100,00
	3.2.5	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama	210.000	100.000	200.000	0,26	200,00
	3.2.6	Promotivni panoji i displeji	200.000	250.000	200.000	0,26	80,00
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR					
	3.3.1.	Formiranje baze podataka	100.000	150.000	150.000	0,20	100,00
	3.3.2.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	200.000	150.000	200.000	0,26	133,33
	3.3.3.	Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima	850.000	850.000	1.050.000	1,37	123,53
	3.3.4.	Suradnja s državnim i ostalim institucijama	150.000	500.000	250.000	0,33	50,00
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje					
	3.4.1.	Suradnja s avio prijevoznicima i agencijama	2.132.000	3.392.000	3.600.000	4,71	106,13
	3.4.2.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama priv. i javnog sektora	300.000	300.000	300.000	0,39	100,00
	3.4.3.	Promotivne kampanje s partnerima	5.480.000	4.230.000	5.667.500	7,42	133,98
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice					
	3.5.1.	Samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ-om	1.140.000	638.000	1.710.000	2,24	268,03
	3.5.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	360.000	331.000	450.000	0,59	135,95
	3.5.3.	Posebne prezentacije i radionice	700.000	700.000	800.000	1,05	114,29
	3.5.3.1.	EXPO Dubai	500.000	500.000	300.000	0,39	60,00

3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.	Udio %	Index
	3.5.4.	Posebne prezentacije i radionice kongresni odjel	390.000	450.000	600.000	0,79	133,33
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	220.000	220.000	220.000	0,29	100,00
	3.6.1.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa	150.000	100.000	500.000	0,65	500,00
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala					
	3.7.1.	Brošure i tiskani materijali	786.000	601.000	685.000	0,90	113,98
	3.7.2.	Suveniri i promo materijali	446.200	389.000	493.000	0,65	126,74
	3.7.3.	Newsletter TZGZ	160.000	105.000	160.000	0,21	152,38
	3.7.4.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	800.000	1.100.000	1.123.000	1,47	102,09
	3.7.5.	Kreiranje materijala za kanale online	730.000	815.000	1.200.000	1,57	147,24
	3.8.	Internetske stranice	800.000	660.000	660.000	0,86	100,00
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka (dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijali)	1.300.000	1.400.000	2.000.000	2,62	142,86
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	4.260.000	3.970.630	3.120.000	4,08	78,58
	3.10.1.	Smeđa signalizacija i info table	70.000	70.000	70.000	0,09	100,00
		Ukupno:	31.892.700	32.471.630	37.000.500	48,41	113,95
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT					
	4.1.	Stručni skupovi i edukacije	200.000	200.000	200.000	0,26	100,00
	4.1.1.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	240.000	256.000	260.000	0,34	101,56
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)	70.000	70.000	70.000	0,09	100,00
	4.2.1.	Zagreb Card	100.000	350.000	400.000	0,52	114,29
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	200.000	358.000	250.000	0,33	69,83
		Ukupno:	810.000	1.234.000	1.180.000	1,54	95,62
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA					
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	110.000	163.000	185.000	0,24	113,50
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	20.000	13.000	13.000	0,02	100,00
		Ukupno:	130.000	176.000	198.000	0,26	112,50
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI					
	6.1.	Plaće	11.000.000	10.500.000	10.500.000	13,74	100,00
	6.1.1.	Izdaci za prijevoz na posao	290.000	240.000	240.000	0,31	100,00
	6.1.2.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu)	105.000	105.000	155.000	0,20	147,62
	6.2.	Materijalni troškovi - Turistički ured	3.456.950	3.803.000	3.686.250	4,82	96,93
	6.3.	Tijela turističke zajednice	320.000	320.000	340.000	0,44	106,25
		Ukupno:	15.171.950	14.968.000	14.921.250	19,52	99,69
		SVEUKUPNO:	63.000.000	70.040.000	76.430.000	100,00	109,12

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	1.045.000	1.700.000	2,22	116,11
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	-----------	-----------	------	--------

III. REKAPITULACIJA

UKUPNO PRIHODI: 76.430.000

UKUPNO RASHODI: 76.430.000

**TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA
TURISTIČKI URED**

PROGRAM RADA ZA 2022.GODINU

PRILOZI

PRILOG 1. - POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Audio vodič Muzeja čokolade - Svijet čokolade / siječanj - rujan		15.000	15.000	
2.	O Zagrebu koješta - udruga Svi naši Šenoe / kroz godinu		10.000	10.000	10.000
3.	Secret Zagreb - obrt Kazivačica / kroz godinu	10.000	10.000	10.000	10.000
4.	Glazbene šetnje Zagrebom - Hrvatski glazbeni zavod / ožujak - studeni		10.000	10.000	10.000
5.	Street art ture - Digital graffiti obrt / ožujak - srpanj				10.000
6.	Razgledi Dubrava - Crno/bijeli svijet i Freaking '80s / Private Tours d.o.o. / svibanj - prosinac	15.000			15.000
7.	Kruna Lenucijeve potkove - Digital Graffiti obrt / svibanj				90.000
8.	Grad u boji / Colorful city - Lunar obrt / ožujak - listopad				60.000
9.	Upoznajmo Savu - kajakom i raftom po rijeci Savi - Kajakaški savez Zagreba / ožujak - rujan				20.000
10.	Segway City Tour Zagreb - Jadransko more d.o.o. / travanj - studeni	10.000	10.000	10.000	10.000
11.	20 godina Queera - udruga Domino / veljača - prosinac				20.000
12.	Bike story Zagreb, international bicycle fair - Hashtag j.d.o.o. / travanj - svibanj	30.000	30.000		30.000
13.	Design week Zagreb - Scuderia d.o.o. / lipanj	40.000	40.000	40.000	40.000
14.	36. zagrebački oldtimer rally - Oldtimer Klub Zagreb / lipanj			5.000	10.000
15.	Plac mljac, Ljeto na Trešnjevačkom placu - G.A.D. Produkcija d.o.o. / lipanj - srpanj	30.000	30.000		30.000
16.	Trešnjevka se budi - Centar za kulturu Trešnjevka / rujan				15.000
17.	Booksa u parku - Udruga za promicanje kultura Kulturtreger / lipanj - srpanj		15.000	15.000	15.000
18.	Mali Zagreb - More-Magnets d.o.o. / ožujak-rujan			70.000	60.000
19.	Pink Wink - Pink Wing Production / lipanj	30.000			30.000
20.	Supercar Owners Circule - Pink Wing Production / rujan	150.000			150.000
21.	Drive In kultura - Sabmarine, obrt / svibanj	10.000		10.000	10.000
22.	Zagrebački vergl novi - udruga Zagrebački vergl / kroz godinu				20.000
23.	Zelene priče - MBR kolektiv / travanj - srpanj		20.000	20.000	
24.	Jesu li se probudili usnuli čuvari grada Zagreba? - Studio Artless / lipanj - srpanj		10.000	10.000	
25.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj	50.000	50.000	50.000	50.000
26.	Muzza science week Zagreb - udruga Muzza / travanj		50.000	200.000	
27.	Pararelni tragovi - Centar tolerancije			50.000	
28.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike Tours Zagreb j.d.o.o. / kroz godinu		10.000	10.000	
29.	Muzej pop rock memorabilija - Hashtag j.d.o.o. / veljača - travanj		20.000	20.000	
30.	Autobus Pink Wing - ZET			2.400	
31.	Sit & Meet - Time Frame d.o.o.			50.000	
32.	NEPLANIRANO		30.000	20.000	20.000
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	375.000	360.000	627.400	735.000

RB	Eno i gastro	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Mali piknik - Udruga Mali plac / srpanj - kolovoz	30.000	30.000	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		
4.	Vinski grad - Vinart d.o.o. / lipanj	20.000	30.000	30.000	20.000
5.	Le park: Grič - Udruga Mali plac / kolovoz		20.000		20.000
6.	Food Market Zagreb & događanja kroz godinu - ROPE & HOPE 23 j.d.o.o.	30.000			30.000
	UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO	80.000	120.000	80.000	100.000

RB	Sport	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	29. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	30.000	30.000	30.000	30.000
2.	Hrvatske svjetske igre - Hrvatski svjetski kongres / srpanj				50.000
3.	Svjetski kup juniorke floret pojedinačno i ekipno - Hrvatski mačevalački savez / siječanj		10.000		
4.	Zagreb Open Grand Prix - Savez hrvatskih sportova grada Zagreba / veljača	30.000			30.000
5.	Svjetsko prvenstvo u sinkroniziranom klizanju - Hrvatski klizački savez / travanj		25.000		
6.	Croatian Junior Open, squash natjecanje - Zagrebački squash savez / travanj		5.000		
7.	SMA CroatiaRun - Društvo distrofičara Zagreb / svibanj		5.000		9.000
8.	International Dance Open - udruga Bambi kids / prosinac		20.000	20.000	40.000
9.	23. Jumbo regatta - Veslački klub Jarun / lipanj		5.000		
10.	Sirius open, turnir invalida u kolicima - Teniski klub Sirius / lipanj		5.000	5.000	5.000
11.	ZG strong kup u obaranu ruke za osoba s invaliditetom - Hrvatski savez za obaranja ruke osoba s invaliditetom / srpanj		10.000		10.000
12.	Zagreb Open - Plivački klub Narator / srpanj				10.000
13.	IJF judo grand prix Zagreb - Hrvatski judo savez / rujan	30.000	30.000	30.000	30.000
14.	Victor Croatian International - Hrvatski badmintonski savez / rujan				10.000
15.	ISU Junior Grand Prix of Figure Skating - Croatia cup 2022. - Hrvatski klizački savez / rujan				10.000
16.	Božićni Jastrebo Open - Kup Veleposlanika Republike Koreje, međunarodni taekwondo turnir - Taekwondo klub Jastreb / studeni		5.000	5.000	10.000
17.	Zlatna pirueta, međunarodno klizačko natjecanje - Hrvatski klizački savez / prosinac	25.000	25.000	25.000	25.000
18.	Malonogometni turnir Kutija šibica - Ustanova Upravljanje sportskim objektima / studeni - prosinac	10.000	5.000	5.000	10.000
19.	ATP Zagreb Open + ITF Zagreb Ladies Open - EMAL Entertainment j.d.o.o. / travanj-svibanj	20.000		10.000	20.000
20.	Croatian Grand Chess Tour - udruga Šahovski klub e4 / srpanj			30.000	
21.	Prvenstvo JI Europe u orijentacijskom trčanju 2021. i 20. Otvoreno prvenstvo Zagreba u orijentacijskom trčanju - Orijentacijski klub "Vihor" / kolovoz			15.000	
22.	Europski kadetski judo kup i EJU trening kamp Zagreb - Hrvatski judo savez			30.000	20.000
23.	NEPLANIRANO		30.000	20.000	20.000
	UKUPNO SPORT	145.000	210.000	225.000	339.000

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM		3.275.750	3.594.750	5.319.750

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
	UKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA		1.500.000	6.850.200	3.000.000

RB	Kultura	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Novogodišnji Zagrebački doživljaj - catering Lisak / siječanj		30.000		
2.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj		10.000	10.000	10.000
3.	31. muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja / travanj		20.000	20.000	
4.	Hrvatska svijetu - Real grupa d.o.o. / veljača - svibanj		30.000		
5.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz		150.000	230.000	200.000
6.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj	40.000	40.000	40.000	40.000
7.	55. Međunarodna smotra folklor - KUC Travno / srpanj		20.000	20.000	20.000
8.	Ljetne noći Teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - kolovoz		30.000	30.000	30.000
9.	Dan otvorenog trga - Hrvatsko narodno kazalište		20.000	20.000	20.000
10.	Ljetne večeri HNK - Hrvatsko narodno kazalište / lipanj - rujan		70.000	70.000	50.000
11.	Dani teatra Gavran u Zagrebu - teatar Gavran / lipanj		30.000	30.000	10.000
12.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih / kroz godinu		10.000	10.000	
13.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu		15.000	15.000	15.000
14.	Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasionska baština / ožujak		30.000	30.000	40.000
15.	Zagreb LIFE - Platform for culture d.o.o. / lipanj				20.000
16.	XIV Trijenale hrvatskog kiparstva - Gliptoteka HAZU / srpanj - kolovoz				50.000
17.	Ljetne večeri scene Amadeo - Udruga Scena Amadeo / kolovoz - rujan		40.000	40.000	40.000
18.	Brokenships stage - (Pro)ljeto na Katarincu - MBR kolektiv d.o.o. / svibanj - listopad	30.000	30.000	30.000	30.000
19.	Ja bih, dani Sarajeva u Zagrebu				15.000
20.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista - Zagrebački solisti / rujan		60.000	45.000	
21.	Festival Device_art - Kontejner udruga / listopad - studeni		30.000	30.000	
22.	Međunarodno baletno natjecanje Mia Ćorak - Hrvatsko društvo profesionalnih baletnih umjetnika / srpanj			10.000	10.000
23.	Arsenal ljetne noći - HNK / srpanj			70.000	
24.	Tjedan hrvatske glazbe u Rumunjskoj - Platform for culture d.o.o. / rujan			10.000	
25.	Papandopulo 30 - Hrvatski glazbeni centar / listopad			10.000	
26.	Gibanja: eksperimentalno zvučno događanje - Kontejner, biro suvremene umjetničke prakse / studeni				20.000
27.	Noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava / studeni				10.000

28.	Ervin Wurm - Kuća Lauba d.o.o. / srpanj - kolovoz			150.000	
29.	Lisinski Atrium, koncerti - KD V. Lisinski			30.000	
30.	Izvedba baleta Preljocaj s plesačima Baleta Preljocaj i HNK-a u Zagrebu- Francuski institut u Hrvatskoj / lipanj			22.500	
31.	NEPLANIRANO		50.000	30.000	30.000
	UKUPNO KULTURA	70.000	715.000	1.002.500	660.000

RB	Festivali	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Međunarodni festival vatrometa - Mirnovec pirotehnika d.o.o. / kolovoz	50.000	50.000		50.000
2.	Cest is d best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / kolovoz		100.000	100.000	100.000
3.	Greencajt festival - FHR d.o.o. / listopad	150.000		30.000	150.000
4.	Zagreb Beer Fest - Hashtag j.d.o.o. / rujan	50.000	50.000	50.000	50.000
5.	LMF festival - Playbox d.o.o. / lipanj	100.000			100.000
6.	We love sound - Sonstar d.o.o. / lipanj	50.000			50.000
7.	BSH events - Marinanet d.o.o. / kroz godinu	50.000		50.000	50.000
8.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o. / studeni	70.000	70.000	70.000	70.000
9.	40. Večeri na Griču - KIC / srpanj		35.000	35.000	35.000
10.	Musica maxima X, festival komorne glazbe - Zagrebački komorni orkestar / rujan		20.000	20.000	20.000
11.	Zagreb Wind & Brass fest WIBRA - Zagrebački orkestar ZET-a / lipanj				15.000
12.	Festival svjetskog kazališta - HNK / kroz godinu		150.000	150.000	100.000
13.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj		10.000	10.000	30.000
14.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan	30.000	20.000	20.000	30.000
15.	54. međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan		20.000	20.000	30.000
16.	Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih BIT - udruga Novi život / listopad		15.000	15.000	10.000
17.	ZeGeVege festival - Prijatelji životinja, udruga / svibanj - rujan				10.000
18.	22. Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / lipanj		10.000	10.000	10.000
19.	Festival umjetničkih zastavica Zagreb - Flažolet d.o.o. / kolovoz		30.000	30.000	30.000
20.	Drito - open air hip hop festival - Hashtag j.d.o.o. / rujan		10.000	10.000	
21.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / lipanj		15.000	25.000	30.000
22.	Tko pjeva zlo ne misli - Simply mint d.o.o. / lipanj		10.000	10.000	
23.	Luftanje - Simply mint d.o.o. / lipanj - rujan		10.000		
24.	Green river festival - udruga Priroda za sve / lipanj - listopad		20.000	20.000	
25.	Zagreb food truck festival - A4 d.o.o. / lipanj - kolovoz	20.000	20.000	20.000	20.000
26.	Art park Zagreb - udruga Preuredi moju pumpu / svibanj - rujan	30.000	30.000	30.000	20.000
27.	Ljeto na Štrošu, ljetni festival na Gornjem Gradu - udruga Kadenca / lipanj - rujan	20.000	20.000	20.000	20.000
28.	Zagrebački module - Katapult promocija d.o.o. / lipanj - srpanj	20.000			20.000

29.	Međunarodni festival fotografije Organ vida - udruga Organ vida / lipanj - kolovoz				20.000
30.	Pop Up Summer Garden- Urban Entertainment j.d.o.o. / lipanj - rujan	20.000	20.000	20.000	20.000
31.	Festival tolerancije - Udruga Festival suvremenog židovskog filma Zagreb / srpanj			10.000	40.000
32.	Kulturan ulični festival - Cirkorama / rujan			10.000	15.000
33.	Cirkobalkana, festival suvremenog cirkusa - Cirkorama / svibanj - lipanj				20.000
34.	Kontejner. Bačeno - vraćeno - G.A.D. produkcija d.o.o. / svibanj				30.000
35.	Matoš na Mažurancu - Udruga Legende Zagreb / srpanj - kolovoz		20.000	15.000	
36.	Ljeto u Tehničkom - Scuderia d.o.o. / svibanj - srpanj		30.000		
37.	Foodbalerka, radionice o grafitima - Digitalni graffiti, obrt / srpanj			10.000	
38.	Murali u Art parku			15.000	
39.	NEPLANIRANO		30.000	30.000	30.000
	UKUPNO FESTIVALI	660.000	815.000	855.000	1.225.000

RB	Filmski projekti	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Ljetno kino Gradec - Flažolet d.o.o. / lipanj - rujan				20.000
2.	Film u šumi - Centar za kulturu August Cesarec / lipanj - rujan				10.000
3.	Kino kino festival za djecu - UO Zagreb film festival / travanj				10.000
4.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / lipanj		40.000	40.000	40.000
5.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / lipanj		10.000	10.000	10.000
6.	Fantastic Zagreb film festival - Udruga Rudolf / srpanj		15.000	15.000	10.000
7.	19. Zagreb Film Festival - UO Zagreb Film Festival / studeni		20.000	20.000	20.000
8.	Ljubav oko svijeta - Zagreb - Udruga KEK / lipanj, rujan	50.000	50.000	50.000	50.000
9.	DA2- Zagreb design, art & architecture film festival - Udruga Pari Pikule / listopad			10.000	10.000
	UKUPNO FILMSKI PROJEKTI	50.000	135.000	145.000	180.000

RB	Suradnja s ustanovama i institucijama	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Muzej za umjetnost i obrt		20.000		
2.	Muzej grada Zagreba		20.000	20.000	20.000
3.	Galerija Klovićevi dvori		35.000	35.000	
4.	Tehnički muzej Nikola Tesla		15.000	15.000	
5.	Arheološki muzej		15.000	15.000	
6.	Muzej suvremene umjetnosti		20.000	20.000	20.000
7.	Javna ustanova Park prirode Medvednica		15.000		10.000
8.	Zagrebačke mažoretkinje		30.000	30.000	
9.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado		50.000	50.000	50.000
10.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika - 57. zagrebački salon		20.000	40.000	50.000
11.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika - Murtić 100, izložba		100.000	100.000	

12.	Akademija likovnih umjetnosti		70.000	70.070	40.000
13.	Kuća Lauba	50.000	50.000	50.000	50.000
14.	Muzejsko - memorijalni centar Dražen Petrović		10.000	10.000	10.000
15.	Udruženje za razvoj kulture URK Močvara	20.000	20.000	20.000	
16.	Hrvatski glazbeni zavod		30.000	30.000	
17.	Hrvatska glazbena unija		20.000	20.000	20.000
18.	HAZU - Kabinet grafike		10.000	10.000	
19.	Etnografski muzej, izložba Glad			20.000	30.000
20.	Tvornica kulture, programi kroz godinu	30.000			30.000
21.	Kazalište Luda kuća	20.000			20.000
22.	Tvornica strave	20.000		30.000	20.000
23.	Muzej čokolade - Svijet čokolade d.o.o.	15.000			15.000
24.	Udruga Hrvatska kuća Materina priča				10.000
25.	Umjetnička udruga All stars	20.000			20.000
26.	NEPLANIRANO		30.000	20.000	20.000
	UKUPNO DONACIJE	175.000	580.000	605.070	435.000
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	1.655.000	7.710.750	13.984.920	11.993.750

PRILOG 2. – KANDIDATURE ZA STRUČNE SKUPOVE, POTPORE SKUPOVIMA I PROJEKTI

RB	Naziv	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Prvi simpozij o dijabetesu, kardiologiji, nutriciji i endo-onkologiji, A.T.I. d.o.o., 11. - 13.2.	10.000			10.000
2.	6. simpozij studenata doktorskih studija PMF-a, PMF Sveučilišta u Zagrebu, 26.-27.2.		5.000	5.000	
3.	7. Hrvatski rinološki kongres, Hrvatsko rinološko društvo, 24. - 25. 2.	40.000			40.000
4.	Konferencija Ruralne Europljanke, Hr udruga za turizam i ruralni razvoj, 8. - 10.3.	10.000			10.000
5.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni eventi d.o.o., 15. - 17. 3.	300.000	130.000	130.000	300.000
6.	Međunarodna konferencija vinskih, ugostiteljskih i gastronomskih vrhunskih vinskih znalaca - Wine Enogastro Vip Event, Ricerca Mercato, 24.3.	35.000	20.000	35.000	35.000
7.	Konferencija Start It Up, Hrvatska studentska asocijacija, 17.4. - 21.5.			5.000	
8.	HOW to WOW akademija, Hr udruga društava za tržišno komuniciranje, 2. 5. - 22.12.	10.000			10.000
9.	LEAP Summit 2022., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 6.-7. 5.		30.000		30.000
10.	Adria Space Conference 2022., Jadranska aero-svemirska asocijacija, 12. - 13. 5.		10.000		10.000
11.	DARIAH South East European Forum, Institut za etnologiju i folkloristiku, 13. - 14. 5.		10.000		
12.	XVth Congress of the International Society for the Study of Human Growth and Clinical Auxology, Institut za antropologiju, 3. - 6. 6.		20.000		
13.	Future Tense, Komunikacijski laboratorij, 8. - 9. 6.	30.000			30.000
14.	Animafest PRO 2022, 3. - 11. 6., IX. Međunarodni simpozij o animaciji Animafest Scanner, 7.- 8. 6., Hulahop d.o.o.	30.000	10.000	10.000	30.000
15.	Simpozij nGesta i sloboda u sklopu projekta Murtić 100, Moderna galerija, 8. - 13. 6.		40.000	40.000	
16.	Konferencija Marketing Madness, Hrvatska studentska asocijacija, 11. - 13. 6.		5.000		
17.	EACTAIC ECHO 2022, Hrvatski liječnički zbor, 11. - 14. 6.	40.000			40.000
18.	40. Susret hrvatskih zavičajnih književnika, Savez udruga - Hrvatski sabor kulture, 19. 6.		5.000		
19.	Meeting G2.8, Udruga za poslovno povezivanje domovinske i iseljene Hrvatske, 27. - 29.6.	15.000			15.000
20.	Međunarodna konferencija o suvremenoj fotografiji i digitalnoj kulturi, Fot. Udruga organ vida, 30. 6.- 1.7.	10.000			10.000
21.	Polugodišnji sastanak Europskog udruženja PA i TO - ECTA, UHPA, 1. - 2. 7.			50.000	
22.	8. europski žanrovski forum - Zagreb Lab, Udruga Rudolf, 7. - 10. 7.	10.000	10.000		10.000
23.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla-genij za budućnost, 11.7.		10.000	10.000	10.000
24.	18. svjetski kongres o pričama i propovijedanju - ISFNR, Institut za etnologiju i folkloristiku, 5 - 8. 9.		40.000	20.000	
25.	12th International Conference on Third Language Acquisition and Multilingualism, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 14.-17. 9.		15.000		15.000
26.	Međunarodna konferencija o psihodrami za djecu i mlade, Centar za psihodramu, 23. - 26. 9.		20.000		
27.	Greencajt projekt, FHR d.o.o., 29.9.	70.000			70.000
28.	Halal Business Forum, 4. - 5. 10.				20.000

29.	ArhiBau sajam kulture građenja i održivog razvoja , Društvo arhitekata Zagreb, 6. - 9.10.	30.000		50.000	30.000
30.	TEDxZagreb 2022., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 7. 10.	10.000	10.000	10.000	10.000
31.	10. Europski kongres pedijatar 2021., A.T.I. d.o.o., 7. - 10. 10.		50.000	50.000	
32.	27. hrvatski simpozij osoba s invaliditetom, Zajednica saveza osoba s invaliditetom RH - SOIH, 24.-25.10.				10.000
33.	Seminar "Potencijali pristupačnog turizma za ugostitelje", Travabled, 26.10.		20.000	20.000	
34.	Lions Europa Forum 2022, Savez udruga Lions klubova Hrvatske, 27. - 29. 10. 2022.	50.000	20.000	20.000	50.000
35.	Europska konferencija socijalnih radnika, Hrvatska udruga socijalnih radnika, listopad		30.000		
36.	Hrvatska hostel konferencija, Destinacija senzacija d.o.o.		10.000		
37.	6th ETC Annual Meeting		150.000		
38.	Adria Hotel Forum, Hesa grupa d.o.o.,	30.000		30.000	30.000
39.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društava distrofičara Hrvatske, 4. - 6.11.		10.000	10.000	10.000
40.	2. Međunarodni skup flautista, Hrvatsko društvo flautista, 4. -7. 11.		10.000	10.000	
41.	Croatia 4 All, 15.11.			35.000	
42.	Forum zagrebačkih ugostitelja 2022., Udruženje ugostitelja Zagreb, 16. 11.			50.000	40.000
43.	Međunarodni simpozij "Dani Orisa", Oris kuća arhitekture, 20.-21.11.			50.000	
44.	XXIV. kongres hotelijera, UPUHH, 29. - 30. 11.	15.000	15.000	15.000	15.000
45.	56. ZG salon arhitekture i urbanizma, Udruženje hrvatskih arhitekata, prosinac			150.000	
46.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma, 7.12.		10.000	10.000	10.000
47.	Potpore za kandidature - neraspoređeno		150.000	175.000	150.000
	UKUPNO:	745.000	865.000	990.000	1.050.000

PRILOG 3. - MARKETINŠKI PROJEKTI, FINANCIJSKE POTPORE I POSLOVNE SURADNJE

RB	Marketinški projekti	De minimis	Plan 2022.
1.	Street Art Hrvatska - Street Art Croatia - knjiga - Digital graffiti , obrt	10.000	10.000
2.	Zagreb For You - 30 stupnjeva - oblikovanje informacija		271.500
3.	Zagreb Gay Guide - Udruga Domino		12.500
4.	Rostuhar - Ljubav oko svijeta - Klub za espedicionizam i kulturu	50.000	50.000
5.	Delicious Zagreb - Akademija gastronomije j.d.o.o. i Put hrane, obrt		200.000
6.	Digitalna web platforma Zagreb Mingles - Nezavisna udruga ugostitelja		50.000
7.	Aspira kulinarske radionice - Aspira Zagreb		150.000
8.	Like - Hanza media d.o.o.		187.500
9.	Pine Studio - Vještice grada Zagreba Escape room		150.000
10.	White Cube d.o.o. - Zagreb 3D audio tour		20.000
11.	Javna ustanova "Park prirode Medvednica" - Medvedgrad online		50.000
12.	YELO - Basna, bajka i burg 2		20.000
13.	Udruga branitelj Domovinskog rata - Mobilna aplikacija Zagreb		10.000
14.	Hrvatska udruga istraživača dječje književnosti		50.000
15.	Equinox vision - Digital Art Fair Zagreb		500.000
16.	NEPLANIRANO		200.000
	UKUPNO:	60.000	1.931.500

PRILOG 4. – POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	De minimis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane		35.000	30.000	30.000
2.	Uskrsne pisanice na Kaptolu - Zagrebački Holding d.o.o., Podružnica Zrinjevac / travanj		50.000	47.000	60.000
3.	Uskrsni programi		20.000		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	170.000	170.000
4.2.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / lipanj - rujan		70.000	48.000	50.000
4.3.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad		400.000	400.000	300.000
4.4.	Vergl na zagrebačkim ulicama - Udruga Zagrebački vergleci / lipanj - rujan		15.000	15.000	10.000
4.5.	Folklorna ljetna scena za turiste		100.000		
4.6.	Kumice s Dolca, ponuda domaćih proizvoda Zagreba i okolice / lipanj - listopad		10.000	10.000	10.000
4.7.	Tkalčijana, ulica glazbe i zabave - Udruga Cestagram / srpanj - kolovoz		70.000	70.100	70.000
4.8.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / kolovoz	150.000	100.000	100.000	150.000
5.	ARTUPUNKTURA				
5.1.	Projekti Ilica: Q'Art - UO Imagine platforma / lipanj - prosinac		50.000	80.000	80.000
5.2.	Art Zagreb, sajam umjetnina - Scuderia d.o.o. / rujan	50.000	30.000	100.000	50.000
5.3.	Ervin Wurm - kuća Lauba / kolovoz		150.000		
5.4.	36 Mountains Studio – Udruga 36 / rujan		15.000	35.000	50.000
5.5.	Reli po galerijama - udruga Atanor / rujan		10.000	25.000	
5.6.	Arc projekt - udruga Nas dve		200.000		
5.7.	Art & Grad, You promised us poems - Udruga Lauba		200.000	322.500	200.000
5.8.	ALU perspektiva - Nova generacija - Akademija likovnih umjetnosti / rujan		20.000	60.000	60.000
5.9.	Berlinska galerija Société u Zagrebu		50.000		
5.10.	Izložba dizajna Prostorija 10 - Prostorija d.o.o. / rujan - listopad			113.000	
5.11.	Projekt Ilica:Q'Art, Galerija Ilica // Društveni procesi: Grad kao knjiga umjetnika - 100 godina avangarde u Zagrebu – UO Imagine platforma / rujan			150.000	150.000
5.12.	9 dekada / 9 arkada - obrt Boir / rujan			220.500	
5.13.	Art by KNAP - Centar kulture na Peščenici				40.000
5.14.	TAK - Trash Art Concept - Lab 852				50.000
5.15.	MUO u gostima: MUO na Mažurancu - Muzej za umjetnosti i obrt / rujan				30.000
5.16.	Karas + kvart - HDLU				15.000
5.17.	Art bubble / Art & money - Yelo				50.000
5.18.	Artupunktura u Maksimiru - Centar za kulturu i informacije Maksimir				20.000
5.19.	Artupunktura u Dubravi - Narodno sveučilište Dubrava				30.000
6.	Suradnja s Gradišćanskim Hrvatima		5.000		
7.	Projekt Triptih - udruga Preuredi moju pumpu / kroz godinu		100.000	120.000	

8.	Festival svjetla Zagreb		2.200.000	200.000	3.600.000
9.	Svjetski dan turizma / rujan		20.000	20.000	50.000
10.	Dan grada Zagreba / svibanj		80.000	58.500	60.000
11.	Zagrebački solisti - Zagrebačka glazbena doba			140.000	
12.	Koncerti na Zrinjvcu			77.000	100.000
13.	Pimp my pump - Udruga Preuredi moju pumpu / svibanj - listopad			90.100	
14.	NEPLANIRANO		20.000	50.000	500.000
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ	200.000	4.190.000	2.751.700	6.005.000

**PRILOG 5. – SAJMOVI
SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ**

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
		BRAZIL					
1.	Sao Paulo	WTM Latin America	5.-7.4.	10,5	60.000	14.000	60.000
		FRANCUSKA					
2.	Pariz	MAP	17.-20.3.	6	70.000		70.000
3.	Pariz	IFTM Top Resa	20.-23.9.	4	75.000	75.000	80.000
		INDIA					
	India	ITB India - virtualni				9.000	
		ITALIJA					
4.	Milano	BIT	13.-15.2.	6			50.000
		IRSKA					
5.	Dublin	Holiday World Show	4.-6.3.	6			45.000
		IZRAEL					
6.	Tel Aviv	IMTM-Tel Aviv	8.-9.2.			20.000	100.000
		KATAR					
7.	Doha	Qatar Travel Mart	listopad	12		95.000	80.000
		KINA					
8.	Hong Kong	ITE	9.-12.6.	12	110.000		110.000
	Shanghai	ITB China			75.000	3.000	
		RUSIJA					
9.	Moskva	MITT	15.-17.3.				80.000
		SRBIJA					
10.	Beograd	International Fair of Tourism	24.-27.2.	12	50.000		50.000
		ŠPANJOLSKA					
11.	Barcelona	B-Travel	1.-3.4.	10	60.000	53.000	60.000
		SINGAPUR					
12.	Singapore	ITB Asia	19.-21.10.		120.000	13.000	120.000
		TURSKA					
	Izmir	Travel Turkey virtualno				6.000	
		UAE					
13.	Dubai	ATM Dubai	8.-11.5.	9			120.000
		UKRAJINA					
14.	Kijev	UITT Kijev	23.-25.3.	8	50.000	61.000	100.000
	UKUPNO				670.000	349.000	1.125.000
NASTUPI S HTZ-om							
		AUSTRIJA					
1.	Beč	Ferienmesse	17.-20.3.	5	30.000	5.000	30.000
		ITALIJA					
2.	Rimini	TTG	12.-14.10.	5	50.000	50.000	50.000
		NJEMAČKA					
3.	Munchen	f.r.e.e.	16.-20.2.	7	45.000		95.000
4.	Berlin	ITB	9.-13.3.	7	15.000	3.000	75.000
		ŠPANJOLSKA					
5.	Madrid	Fitur	19.-23.1.	5	70.000	81.000	35.000

		VELIKA BRITANIJA					
6.	London	WTM	7.-9.11.	7	100.000	100.000	100.000
UKUPNO NASTUPI S HTZ-om					310.000	239.000	385.000
NEPLANIRANO - SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om					160.000	50.000	200.000
UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om					1.140.000	638.000	1.710.000

PRILOG 6. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Ljubljana	Conventa	23.2.- 24.2.	4	30.000	21.000	30.000
2.	Frankfurt	IMEX	26.4.-28. 4.	4	105.000		110.000
3.	Las Vegas	IMEX America	11.10.-13.10.	4	75.000	130.000	130.000
4.	Barcelona	IBTM World	29.11.- 1.12.	4	100.000	130.000	130.000
5.	Neplanirano				50.000	50.000	50.000
	UKUPNO				360.000	331.000	450.000

**PRILOG 7. – BROŠURE I SUVENIRI
BROŠURE I TISKANI MATERIJALI**

RB	Naziv	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Mapa Korak po korak	35.000	10.000	15.000
2.	Monografije i knjige - razno	10.000	20.000	10.000
3.	Program priredaba	350.000	300.000	400.000
4.	Plan grada – letak	100.000	45.000	70.000
5.	Brošura Dobro došli u Zagreb	200.000	126.000	90.000
6.	Letak „Sigurni na odmoru“	1.000		
7.	Adventska karta	20.000		
8.	Festival Svjetla karta	20.000		
9.	Karte i letci - razno		50.000	50.000
10.	NEPLANIRANO	50.000	50.000	50.000
	UKUPNO	786.000	601.000	685.000

SUVENIRI I PROMO MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Kalendari	8.000	8.000	9.000
2.	Kemijske olovke - razne	10.000	15.000	10.000
3.	Licitarska srca	100.000	80.000	100.000
4.	Vezice za akreditacije	50.000		20.000
5.	Jakne Festival svjetla Zagreb	60.000		
6.	Blokovi za pisanje	20.000		
7.	USB stick	100.000	50.000	50.000
8.	Švijeće i mirisi	35.000	60.000	30.000
9.	Stolne zastavice	3.200		3.000
10.	Maske za lice	10.000	25.000	25.000
11.	Promotivni plakati		1.000	1.000
12.	Magneti		30.000	30.000
13.	Vrećice		10.000	30.000
14.	Adventski promo materijal		60.000	60.000
15.	Antistresne loptice			15.000
16.	Navlaka za kofer			25.000
17.	Privjesci			35.000
18.	NEPLANIRANO	50.000	50.000	50.000
	UKUPNO	446.200	389.000	493.000

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

RB	Opis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Usluge student servisa	3.000	3.000	3.000
2.	Usluge najma	108.000	161.000	108.000
3.	Radna odjeća	7.000	7.000	8.000
4.	Potrošnja električne energije i plina	35.000	30.000	30.000
5.	Usluge održavanja	37.000	37.000	37.000
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	20.000	25.000	30.000
7.	Komunalne usluge	15.000	17.000	18.000
8.	Uređenje prostora	10.000	18.000	15.000
9.	Troškovi reprezentacije	10.000	8.000	10.000
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000	7.000	7.000
11.	Ostali nespomenuti rashodi	5.000	5.000	5.000
	Ukupno:	257.000	318.000	271.000

TIC - ZRAČNA LUKA

RB	Opis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Usluge student servisa	3.000	3.000	3.000
2.	Usluge najma	20.000	20.000	20.000
3.	Radna odjeća	5.000	5.000	6.000
4.	Potrošnja električne energije i plina	10.000	10.000	10.000
5.	Troškovi telefona i internet	7.000	7.000	8.000
6.	Usluge održavanja	4.000	4.000	4.000
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000	7.000	7.000
8.	Komunalne usluge	4.000	4.000	4.000
9.	Uređenje prostora	1.000	1.000	1.000
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000	7.000	7.000
11.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000	2.000	2.000
	Ukupno:	68.000	70.000	72.000

TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.
1.	Usluge student servisa	2.000	2.000	2.000
2.	Usluge najma	60.000	60.000	60.000
3.	Radna odjeća	2.000	2.000	2.000
4.	Tekuće i investicijsko održavanje	3.000	3.000	3.000
5.	Uređenje prostora	1.000	1.000	1.000
6.	Literatura (glasila, časopisi..)	7.000	5.000	7.000
7.	Ostali nespomenuti rashodi	2.000	2.000	2.000
	Ukupno:	77.000	75.000	77.000

PRILOG 9 . MATERIJALNI TROŠKOVI

RB	Rashodi ureda	Plan 2021.	ID listopad	Plan 2022.	udio %	Index
1.	Potrošni materijal	65.000	50.000	60.000	1,63	120,00
2.	Materijal za održavanje čistoće	12.000	12.000	12.000	0,33	100,00
3.	Uredski materijal	65.000	50.000	60.000	1,63	120,00
4.	Potrošnja električne energije i plina	100.000	90.000	90.000	2,44	100,00
5.	Utrošak benzina	25.000	25.000	25.000	0,68	100,00
6.	Izdaci za sitan inventar	35.000	25.000	30.000	0,81	120,00
7.	Trošak telefona i telefaksa	210.000	210.000	210.000	5,70	100,00
8.	Trošak poštarine	60.000	60.000	65.000	1,76	108,33
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	400.000	570.000	470.000	12,75	82,46
10.	Usluge čišćenja	220.000	220.000	220.000	5,97	100,00
11.	Usluge najma poslovnog prostora	960.000	960.000	982.000	26,64	102,29
12.	Ostale komunalne usluge	30.000	30.000	35.000	0,95	116,67
13.	Odvjetničke i revizorske usluge i usl. savjetovanja	150.000	150.000	150.000	4,07	100,00
14.	Grafičke usluge	7.000	4.000	7.000	0,19	175,00
15.	Ostale usluge	150.000	200.000	180.000	4,88	90,00
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	5.000	5.000	5.000	0,14	100,00
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	10.000	10.000	10.000	0,27	100,00
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	1.000	1.000	1.000	0,03	100,00
19.	Trošak reprezentacije	180.000	180.000	180.000	4,88	100,00
20.	Premije osiguranja	60.000	60.000	50.000	1,36	83,33
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	65.000	65.000	65.000	1,76	100,00
22.	Stručna literatura i tisak	70.000	70.000	68.250	1,85	97,50
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	300.000	330.000	300.000	8,14	90,91
24.	Ostali troškovi poslovanja	75.000	75.000	60.000	1,63	80,00
25.	Neplanirani rashodi	1.950	1.000	1.000	0,03	100,00
26.	Obuka osoblja, edukacije, seminari i studijska putovanja	100.000	300.000	300.000	8,14	100,00
	UKUPNO I.	3.356.950	3.753.000	3.636.250	98,64	96,89
II.	Poslovni prostor, adaptacija	100.000	50.000	50.000	1,36	100,00
	UKUPNO RASHODI UREDA	3.456.950	3.803.000	3.686.250	100,00	96,93