



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2024. GODINU

Zagreb, prosinac 2023.

Program rada za 2024. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2024. 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 2024. godinu, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada za 2024. 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.....	26
I. Prihodi.....	29
II. Rashodi.....	30
III. Rekapitulacija.....	32
Prilozi	
Prilog 1. Potpore događanjima.....	34
Prilog 2. Kandidature za stručne skupove, potpore i projekte....	39
Prilog 3. Marketinški projekti, potpore i poslovne suradnje.....	40
Prilog 4. Potpora razvoju DMO-a.....	41
Prilog 5. Sajmovi.....	42
Prilog 6. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama.....	43
Prilog 7. Brošure i suveniri.....	43
Prilog 8. Rashodi TIC – evi.....	44
Prilog 9. Materijalni troškovi.....	45

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 u 2023. godini nastupio globalni turistički oporavak. Na situaciju s pandemijom se nadovezala recesija i inflacija iz trenutnih sigurnosnih razloga u svijetu, a čiji utjecaj se osjeti u turističkim kretanjima s perspektivom mogućeg jačeg utjecaja u sljedećem razdoblju. Iako je 2023. godina pokazala oporavak 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 imao aktivna kretanja u ponudi smještajnih kapaciteta – 2020. godini grad je raspolagao s 8.985 kreveta u 71 hotelu, 2.189 kreveta u 47 hostelu, 8.366 kreveta u 2.162 privatnih iznajmljivača te 5.421 krevet u različitim smještajnim objektima. U 2021. godini je bilo 8.594 kreveta u 68 hotela, 2.108 kreveta u 46 hostela, 7.961 krevet u 2.023 privatnih iznajmljivača te 5.411 krevet u različitim smještajnim objektima, dok je u 2022. godini Zagreb raspolagao s 8.581 kreveta u 68 hotela, 1.887 kreveta u 40 hostela, 8.459 krevetom u 2.213 privatnih iznajmljivača te 5.487 kreveta u različitim smještajnim objektima. U rujnu 2023. godine u Zagrebu je bilo 68 hotela (8.849 kreveta), zatim 39 hostela (1.859 kreveta), 2.514 privatna iznajmljivača (9.352 kreveta), 1 seosko domaćinstvo i 11 drugih smještajnih objekata.

Statistički podaci za 2023. godinu u odnosu na zauzetost smještajnih objekata ukazuju na poboljšanje pa je tako prosječna zauzetost u hotelima u prvih 9 mjeseci 2023. godine iznosila 49,13%, što je povećanje od 18% u odnosu na 2022. godinu i smanjenje od 6% u odnosu na 2019. godinu. U hostelima je prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci 2023. godine, iznosila 24,17%, što je povećanje od 3% u odnosu na 2022. godinu i smanjenje od 7% u odnosu na 2019. godinu. Kod privatnih iznajmljivača je prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci 2023. godine, iznosila 22,43%, što je smanjenje od 3% u odnosu na 2022. godinu i smanjenje od 1% u odnosu na 2019. godinu. Primjećuje se rast otvaranja privatnog smještaja i to 17% u odnosu na prvih 9 mjeseci 2022. godine (476 novootvorenih privatnih iznajmljivača, dok su zatvorena 147 privatna iznajmljivača).

Zbog globalne recesije i poremećaja na globalnom tržištu uzrokovanim geopolitičkim nestabilnostima, bit će potrebno koordinirano i sustavno reagirati i u kratkom roku te planirati promociju u svim oblicima na emitivnim tržištima ovisno o kretanjima i učincima spomenutih poremećaja. Veliku ulogu u promociji, sukladno izazovnoj 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.

Program rada za 2024. godinu Turističke zajednice grada Zagreba, baziran je na specifičnostima turističke industrije grada Zagreba, strateško marketinškom planu Zagreba, 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. Program rada za 2024. 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 je u postupku izrade novog Strateško operativnog marketinškog plana za razdoblje 2024.-2028. kojim su usvojeni novi kvalitativni i kvantitativni ciljevi za sljedeće razdoblje i to kako slijedi :

Kvalitativni ciljevi:

1. Daljnji razvoj turističkih proizvoda destinacije
 - Daljnje osnaživanje i inovacija destinacijskih proizvoda događanja i kulturnog turizma
 - Davanje snažnije potpore diverzifikaciji destinacijskih proizvoda kroz razvoj proizvoda kao što su *city break*, gastronomija, aktivni turizam, zdravstveni turizam i MICE
 - Fokus na proaktivni dizajn vrijednosti kao osnovnu polugu razvoja destinacijskih turističkih proizvoda
2. Unaprjeđivanje marketinške komunikacije i daljnji razvoj brenda
 - Unaprjeđivanje marketinške komunikacije, uključujući na službenom webu turističke zajednice i društvenim mrežama
 - Stvaranje agilnog i proaktivnog marketinškog sustava kroz kreiranje kvalitetnijeg i inovativnijeg marketinškog sadržaja i marketinških kampanja
 - Daljnje osnaživanje brenda destinacije kroz ojačanu integraciju u marketinške aktivnosti i učestaliju provedbu imidž kampanja
3. Unaprjeđivanje sustava upravljanja destinacijom
 - Stvaranje konkurentnijeg organizacijskog okruženja turističke zajednice s fokusom na efikasniju podjelu odgovornosti i organizacijske procese
 - Uspostavljanje sustava poslovne inteligencije i omogućavanje efikasnijeg procesa donošenja odluka
 - Kontinuirano pružanje potpore svih oblika destinacijskim dionicima

Kvantitativni ciljevi:

1. Produživanje boravka gostiju u destinaciji na 2,3 noći u 2028. godini
 - Razvoj atraktivne turističke ponude s ciljem produžavanja prosječnog boravka gosta u destinaciji
 - Kreiranje atraktivnog marketinškog sadržaja koji će inspirirati potencijalne turiste na duži boravak

2. Realizacija 2,8 milijuna noćenja do 2028. godine
 - Osnaživanje marketinških aktivnosti upućenih fly-in tržištima uzimajući u obzir destinacije s kojima je Zagreb izravno povezan
 - Prilagođavanje marketinških aktivnosti s ciljem povećanja udjela prometa tržišta iz okruženja
 - Daljnji razvoj turističkih proizvoda i doživljaja s ciljem zadržavanja gosta u destinaciji
3. Održavanje NPS (Net Promoter Score) vrijednosti na 40 ili više
 - Održavanje visoke razine zadovoljstva turista destinacijskom ponudom
 - Fokus na stvaranju destinacijskih ambasadora koji će širiti pozitivne recenzije o destinaciji

Grad Zagreb srednjoeuropsko je središte cjelogodišnje kulturne scene s naglaskom na suvremenu umjetnost, community događanja, značajne izložbe hrvatskih i međunarodnih umjetnika te brojna druga događanja u ugodnoj gradskoj atmosferi. Kulturni turizam je značajan čimbenik cjelokupnog turističkog razvoja i, sukladno tome, kulturna događanja razvijaju se vodeći računa o lokalnoj kulturi uz suvremeni način interpretacije koji uključuje različite manifestacije, glazbene ili filmske festivale, kulturne priredbe, tradicionalne manifestacije, nove inovativne muzeje i koncepte. S ciljem realizacije navedenog, planira se daljnja podrška razvoju i održavanju brojnih suvremenih, gastronomskih, sportskih i drugih urbanih događanja koja su već tradicionalna za Zagreb. Nakon postignutih uspjeha, nastavlja se daljnji razvoj najvažnijih turističkih i kulturnih proizvoda grada Zagreba (Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic i Advent Zagreb). Festival svjetla Zagreb etablirao se kao najznačajnija manifestacija koja motivira povećanje dolazaka i noćenja u ranom proljetnom periodu, stoga se nastavlja njegov daljnji kvalitativni razvoj, imajući u vidu prostorne kapacitete i obnovu grada nakon potresa. Još jednom je iznimno uspješno realiziran Zagreb Classic - višednevni glazbeni festival na otvorenom - na Trgu kralja Tomislava. Na pozornici kod Umjetničkog paviljona nastupile su brojne domaće i inozemne zvijezde te oduševile brojne turiste i posjetitelje. Stoga se planira nastaviti s daljnjom kvalitativnom razradom programa s ciljem privlačenja većeg broja domaćih i inozemnih posjetitelja. Tri godine za redom, Artupunktura – jedinstven projekt Turističke zajednice grada Zagreba (TZGZ) i partnera, etablirao je jesen u Zagrebu kao vrijeme za buđenje svijesti o vrijednosti stvaranja. Projekt je inicijalno zamišljen kao platforma za kulturu i umjetnost koja će objediniti, aktivno podupirati i promicati kulturu, umjetnike iz raznih područja te umjetničke kolektive kako bi se sinergijom postigla međunarodna prepoznatljivost. Kako bi se i nadalje zadržala visoka kvaliteta umjetničkog izričaja, Artupunktura će se od ove godine održavati bijenalno po uzoru i na druge velike svjetske manifestacije iz područja umjetnosti i kulture. S ciljem prilagodbe novim okolnostima, trendovima i turističkim kretanjima, nastavlja se razrada pristupa i valoriziranja projekta Advent Zagreb. Uz Advent Zagreb, Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic i brojna druga događanja tijekom godine, potvrđuje se zagrebačka cjelogodišnja ponuda događanja na najvišoj razini i osigurava se stabilan rast dolazaka i noćenja u Zagrebu.

Radi poticanja promocije povijesne i kulturne baštine, nastavit će se s podrškom različitim inovativnim i kreativnim projektima. Ujedno, podržat će se i veliki kulturni

projekti koji utječu na prepoznatljivost Zagreba kao kulturne destinacije, a ujedno ukazuju na bogatu baštinu naših umjetnika, poput izložbi vrhunskih umjetnika Julija Knifera i Ivana Picelja. S ciljem nadopunjavanja glavnih turističkih proizvoda grada Zagreba, nastavlja se s podrškom manjim *boutique* događanjima različitih profila, poput glazbenih festivala, eno i gastronomskih, umjetničkih i drugih, koja doprinose imidžu grada. Prilikom daljnjeg razvoja turističke ponude grada Zagreba posebna pozornost će se posvetiti i razvoju Zagreba kao održive i inkluzivne 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, kojima turizam nije primarni u edukaciji. 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.

Vezano uz kongresno-poslovni segment, godišnja statistika i objavljeni rezultati organizacije International Congress and Convention Association (ICCA), koji se objavljuju tijekom mjeseca svibnja za proteklu godinu, svrstavaju Zagreb na 78. mjesto od 326 destinacija koje imaju zabilježenih minimalno 5 kongresa međunarodnih asocijacija sukladno kriterijima i dodatnih 1.685 destinacija koje su ih evidentirale manje.

S ciljem ostvarivanja novih kontakata planira se sudjelovanje na relevantnim kongresno-incentive burzama i radionicama, te organizacija studijskih putovanja i inspekcijskih posjeta sukladno potrebi i dobivenim zahtjevima u 2024. godini. Planiraju se potpore organizatorima skupova i projektima poput Meetex-a, specijalizirane burze/radionice namijenjene prezentaciji hrvatske kongresno-incentive ponude međunarodnim organizatorima poslovnih događanja.

Za postizanje snažnijeg iskoraka Zagreba u odnosu na globalnu konkurenciju, potrebno je izgraditi odgovarajući kongresni centar i snažno raditi i poticati povezanost destinacije izravnim avio linijama.

U 2024. godini TZGZ će nastaviti razvijati i pozicionirati Zagreb kao destinaciju zdravstvenog turizma s posebnim naglaskom na medicinski turizam kroz poticanje suradnje svih uključenih dionika uz sudjelovanje na sajmovima profiliranim za zdravstveni turizam te oglašavanja na relevantnim medijima.

U 2024. godini nastavlja se sa pozicioniranjem grada Zagreba kao idealne lokacije za boravak i rad digitalnih nomada, kroz uspješan projekt Zagreb Digital Nomad – 4 seasons.

Zagreb je etabliran kao „city break” destinacija te će se i dalje nastaviti s podrškom događanjima i projektima koji podržavaju daljnji razvoj tog segmenta. Pored daljnjeg kvalitativnog razvoja najznačajnijih turističkih proizvoda Advent Zagreb, Festival svjetla Zagreb i Zagreb Classic kao glavnih nositelja turističke ponude, planira se razvoj profiliranih community događanja koja će na najbolji način istaknuti sve skrivene kvalitete i prednosti Zagreba. Pritom se misli na bogatu, ali javnosti nedovoljno poznatu zagrebačku arhitekturu, ugodnu i vibrantnu gradsku atmosferu,

razne performanse, umjetničke intervencije i dr. Svi planirani projekti i događanja, imaju za cilj da profiliraju Zagreb kao vodeću kulturnu destinaciju koja postaje prepoznatljiva po inovacijama u kulturnim i kreativnim konceptima koji se iz godine u godinu nadograđuju i nadopunjuju novim sadržajima, prateći nove trendove.

Suradnja s dionicima u turizmu grada Zagreba od iznimne je važnosti pa će se ista nastaviti i u 2024. godini kako bi se dodatno poticao organizirani dolazak u Zagreb. Suradnja se očituje ne samo u zajedničkoj prisutnosti na sajmovima, udruženom oglašavanju, već i u pravodobnoj informiranosti, zajedničkim aktivnostima, poticanju suradnje s partnerskim stranim organizacijama kroz dovođenje stranih agenata prodaje.

U 2024. godini TZGZ planira provesti pojedina istraživanja tržišta kao i moguće provesti promjenu arhitekture brenda.

Suradnja Turističke zajednice s Gradom Zagrebom se ostvaruje na više razina i neophodna je za kvalitetan razvoj turizma u gradu Zagrebu. Posebna se suradnja ostvaruje unutar Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje, Gradskog ureda za kulturu i civilno društvo te Gradskog ureda za obrazovanje, sport i mlade.

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-a poput promocije turističkih proizvoda kroz koje se Zagreb pozicionira kao cjelogodišnja destinacija (Festival svjetla Zagreb, Delicious Zagreb, Summer BUZZG, Zagreb Classic, Advent Zagreb), kao i tzv. *always on* kampanje koje se odvijaju kroz cijelu godinu, a predstavljaju Zagreb kao grad kreativne i kulturne ponude, bogate sportske ponude, odlične gastro scene, inovativnih muzeja, grad za poslovne sastanke i grad gostoljubivih domaćina.

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. U 2024. godini nastavit će se promocija Zagreba kao zelene i održive destinacije, za čije potrebe su izrađene i posebne Green BuzZg podstranice. Naime, Zagreb jedini je hrvatski grad izabran za sudjelovanje u misiji Europske unije za 100 klimatski neutralnih i pametnih gradova do 2030. godine te je, prema istraživanju Europske agencije za okoliš (EEA), zauzeo visoko drugo mjesto po ukupnoj zelenoj infrastrukturi, zelenim urbanim područjima i drveću u konkurenciji 37 glavnih gradova. Na taj način TZGZ prati i trendove koje je započela Europska komisija strateškim dokumentom Green Deal-a te će kroz kampanje stavljati naglasak upravo na zeleno i održivo.

Također, na američkom i britanskom tržištu planira se kampanja u suradnji s Expediom, poznatom platformom za putovanja, kao i nastavak vrlo uspješne suradnje s Michelinom, najpoznatijim vodičem za restorane, u smislu organizacije još jedne Michelin Masterclass radionice u Zagrebu.

Naglasak u promociji destinacije će i u 2024. godini biti i na gastro ponudi Zagreba pa je u planu i pokretanje online i offline kampanje posvećene bogatoj gastro sceni i ponudi grada pod nazivom Delicious Zagreb, kao i suradnja s gastro vodičima poput Gault&Millau i JRE kroz oglašavanje.

S obzirom na to da sve veći broj turista sa sobom na putovanja vodi svoje kućne ljubimce, Turistička zajednica grada Zagreba odlučila je napraviti posebne web stranice naziva Ljubimci Zagreba/Pets of Zagreb, kako bi na jednom mjestu objedinila sve informacije za vlasnike kućnih ljubimaca koji dolaze grad Zagreb. Samim time, u 2024. godini TZGZ će provesti kampanju u kojoj će naglasak biti na grad Zagreb kao pet friendly destinacije po uzoru na ostale europske gradove poput Berlina, Stockholma, Rima itd.

Zagreb je u 2022. godini postao članom Virtuosa - mreže najboljih američkih turističkih agencija specijaliziranih za luksuzna i leisure putovanja, a koja broji više od 20.000 savjetnika širom svijeta te uključuje više od 2.200 partnera. Članstvo i marketinške aktivnosti s Virtuosom jedan su od prioriteta promocije TZGZ-a na američkom tržištu pa će se suradnja s istim nastaviti i u 2024. godini kroz promociju, posebne radionice i sastanke te proširiti i na ostala tržišta poput Australije, Kanade itd.

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.

Program rada i financijski plan za 2024. godinu proveden je i sukladno javnom pozivu za prikupljanje prijave za sufinanciranje projekata, manifestacija, marketinških projekata, skupova i kandidatura u 2024. 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 2023. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 1.300.000 dolazaka (20% više u odnosu na 2022. godinu), a što predstavlja 89% dolazaka u 2019. godini i 2.545.000 noćenja (13% više u odnosu na 2022. godinu), a što predstavlja 96% noćenja u 2019. godini.

U razdoblju siječanj – studeni 2023. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 1.181.019 dolazaka i 2.303.888 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 221.680 dolazaka te 413.830 noćenja (17,96% ukupnih noćenja), a strani turisti 959.339 dolaska i 1.890.058 noćenja (82,04% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2022. godinu, ostvareno je porast broja dolazaka turista za 21% (domaći dolasci su veći za 11% i strani dolasci su veći za 23%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 14% (domaća noćenja su veća za 8%, a strana noćenja veća za 15%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: SAD 82.665 (37% više u odnosu na isto razdoblje 2022. godine), Njemačke 81.897 (10% više nego 2022. godine), Italije 57.182 (16% više), Bosne i Hercegovine 36.770 (9% više), Ujedinjenog Kraljevstva 36.520 (1% manje), a potom slijede turisti iz Srbije, Francuske, Bugarske, Austrije i Koreje. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz SAD-a 176.107 (23% više nego 2022. godine), Njemačke 158.943 (10% više), Italije 127.680 (10% više), Ujedinjenog Kraljevstva 84.641 (5% manje), Francuske 69.855 (7% više), a potom slijede turisti iz Bosne i Hercegovine, Srbije, Španjolske, Austrije i Nizozemske.

U cilju ostvarenja turističke politike u 2024. 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 za 2024. godinu.

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2024. GODINU

STRUKTURA AKTIVNOSTI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Istraživanje i analiza tržišta

Sukladno novom Strateško operativnom marketinškom planu za razdoblje 2024.-2028. godine rezerviraju se sredstva za istraživanje tržišta. Potrebno je provesti istraživanje s kojim će se definirati financijski pokazatelji turizma u gradu Zagrebu kao neizostavnog gospodarskog segmenta same destinacije te valorizirati vrijednost istog. Također, planira se provesti istraživanje o potrošnji posjetitelja u vrijeme Adventa u Zagrebu kako bi se upotpunila ekonomsko-turistička slika utjecaja samog proizvoda na destinaciju. U svrhu analize svjetskih trendova putovanja, utjecaja istih na Zagreb, s posebnim naglaskom na emitivna tržišta koja tradicionalno gravitiraju Hrvatskoj i Zagrebu, planira se provesti posebno istraživanje/kampanja u suradnji sa svjetski poznatom *big-data* tvrtkom Amadeus. Kampanja će se primijeniti na turistički proizvod, podršku ključnim događanjima s ciljem bolje prepoznatljivosti istih te na konverziju tj. broj posjetitelja Zagreba.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

UKUPNO: 200.000

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - Zdravstveni turizam

U strategiji razvoja kako hrvatskog tako i turizma Zagreba svakako je i zdravstveni turizam. Sukladno navedenom i dalje će se provoditi pojedine aktivnosti koje su usmjerene na razvoj i promociju zdravstvenog, posebice medicinskog turizma. Tako se u 2024. godini planira integrirana marketinška kampanja koja će uključivati oglašavanje kako u tiskanim medijima, vanjsko oglašavanje (OOH) te online kampanju. Također, planirani su nastupi na specijaliziranim sajmovima, kongresima, konferencijama i radionicama vezanima za zdravstveni turizam, te razni oblici potpore subjektima, odnosno dionicima zdravstvenog turizma Zagreba.

Planirane su i *de minimis* potpore za razvoj digitalne platforme zdravstvenog turizma Zagreba čiji su nositelji RexRea i Mediion u iznosu od 10.000 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 180.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

2.2. Podrška razvoju turističkih događanja

2.2.1. Potpore događanjima

Cilj potpora projektima i manifestacijama je razvijati ključne turističke proizvode destinacije, inovativne i kreativne kulturne inicijative te aktivirati nedovoljno iskorištene turističke resurse koji utječu na produljenje boravka, diferenciranje i obogaćivanje turističkog proizvoda te promociju destinacije. TZGZ surađuje s partnerima, organizatorima različitih projekata i manifestacija, kroz podršku u promidžbenom, financijskom i savjetodavnom smislu, sukladno svojim zadaćama i ciljevima.

I dalje se pruža potpora različitim tematskim razgledima grada te drugim projektima kojima se obogaćuje i diferencira ponuda destinacije. Pritom se ističe nastavak suradnje na projektima festival znanosti Muzza science week, Design week Zagreb, izložba cvijeća Floraart i Glazbena kontrola ZET-a.

Podržavanjem boutique događanja kao što su Le Grič i Mali piknik na Gornjem gradu, u kojima sudjeluju hrvatski vinari te odabrana obiteljska poljoprivredna gospodarstva, promovira se eno i gastro scena. Predlaže se nastaviti s podrškom i vrlo uspješnom projektu PLACe market Hrvatska na zagrebačkoj tržnici Dolac.

Međunarodna i domaća sportska natjecanja te brojne sportske manifestacije doprinose brendiranju Zagreba kao sportske destinacije, razvoju svijesti o važnosti bavljenja sportom, ali i značajno utječu na povećanje broja dolazaka i noćenja posjetitelja te povećanoj turističkoj potrošnji u vrijeme njihova održavanja. Zagreb je svake godine domaćin mnogim europskim i svjetskim prvenstvima i natjecanjima, posebno se ističe već poznati Zagrebački maraton, IJF Judo Grand Prix Zagreb, Zagreb Open Grand Prix - Ranking series, Svjetsko prvenstvo u sinkroniziranom klizanju, WDSF svjetsko prvenstvo u standardnim plesovima te brojne druge sportske manifestacije. S ciljem podizanja svijesti o inkluzivnosti, održavaju se i natjecanja osoba s invaliditetom kao što su SMA Croatia Run – društvo distrofičara, Sirius

open – teniski turnir osoba u invalidskim kolicima i dr. Nastavlja se i s podrškom dječjem međunarodnom plesnom natjecanju International Dance Open - BAMBI Kids koje svake godine zabilježi dolazak nekoliko tisuća natjecatelja iz cijelog svijeta.

Advent Zagreb je glavni, međunarodno prepoznat i priznat turistički proizvod grada. Inovativnim i kreativnim sadržajima utječe na diferencijaciju, povećanje dolazaka i noćenja te produljenje boravka u destinaciji. U suorganizaciju je uključeno niz dionika – organizatori lokacija, festivala, koncerata, izložbi, predstava i ostalih kulturno turističkih sadržaja te Grad Zagreb u svojstvu tijela koje propisuje uvjete i korištenje javnih površina. TZGZ pritom koordinira i promovira događanja, pruža potpore organizatorima te s partnerima na pojedinim lokacijama organizira programe i sadržaje. Organiziraju se s naglaskom na stvaranje posebnih doživljaja i iskustava, kreativnih scenografija i iluminacije koji čine Advent Zagreb prepoznatljivim proizvodom, a Zagreb osobito atraktivnim i ugodnim gradom tople atmosfere i dobre zabave za vrijeme zimskih blagdana. U tom smjeru, a radi boljeg upravljanja manifestacijom Advent Zagreb, TZGZ sudjeluje u međuinstitucionalnoj suradnji s Gradom Zagrebom i Javnom ustanovom Maksimir u određivanju lokacija za Advent Zagreb te davanju podrške nositeljima lokacija.

Zagreb je grad kreativne i kulturne ponude te inovativnih muzeja, cjelogodišnje središte suvremene kulturne scene s bogatom ponudom događanja, originalnih, nesvakidašnjih muzeja i prepoznatljive gradske atmosfere. Iduće godine u fokusu je potpora velikim izložbama koje obilježavaju stote obljetnice rođenja hrvatskih umjetnika Julija Knifera i Ivana Picelja. Također, podržat će se i Trijenale grafike, te Izložba iz fundacije M.T. Abraham koja će se održati u Klovičevim dvorima. Izniman projekt velike kulturne vrijednosti - 58. Međunarodna smotra folklor bit će održana u ljetnom periodu, a u kolovozu će kulturno-umjetnički projekt Okolo ponovo ugostiti domaće i strane umjetnike na ulicama Zagreba. Vrlo zanimljiv i već tradicionalno rado posjećen događaj su Ljetne večeri scene Amadeo, koji se ove godine vraća u obnovljeni prostor Prirodoslovnog muzeja, na novo uređenu i natkrivenu pozornicu muzejskog atrija, uz brojna iznenađenja povodom svoje 25. obljetnice. Glazbeni jazz projekti iduće godine ponovo će obogatiti programe na otvorenom, od proljeća do jeseni: Međunarodni dan jaza u organizaciji Hrvatske glazbene unije, Jazz.hr u organizaciji Hrvatskog društva skladatelja, kao i Spring etno jazz organiziran od strane Platform for culture, te Jazz u muzeju - u Muzeju prekinutih veza. Zagrebački solisti također su podržani za svoj projekt Zagrebačko dvorište, kao i Muzej suvremene umjetnosti koji će u sklopu Ljeta u MSU ugostiti domaće i strane izvođače na krovu muzeja.

Važno je istaknuti i ostale vrijedne kulturno-turističke manifestacije poput Ljetnih noći teatra Exit, Svečanosti Pasijske baštine i mnogih drugih kojima se pruža podrška, a obogaćuju kulturno-turističku ponudu grada Zagreba tijekom cijele godine, kao i novopokrenut višegodišnji projekt platforme Nomad, koji će prezentirati suvremenu hrvatsku umjetnost u javnom prostoru - u zagrebačkoj zračnoj luci.

Brojni festivali utječu na percepciju i imidž grada kao vibrantne destinacije pune doživljaja, grada čije su ulice i trgovi puni života, a ustanove sadržaja, dok najveći rezultiraju povećanjem dolazaka i noćenja. Stoga se i dalje planira podrška raznovrsnim tematskim festivalima koji obrađuju različite teme: festivali posvećeni glazbi, kazalištu, uličnoj umjetnosti, poeziji, književnosti, stripu, suvremenoj umjetnosti, fotografiji, održivosti i socijalnoj uključenosti. Ističu se Zagreb jazz festival, zatim festival posvećen održivosti Greencajt, projekt Ilica Q'Art kojim umjetnost izlazi na ulicu te tradicionalni ulični festival Cest is d best. Svaki od spomenutih festivala na svoj način pruža izuzetan doprinos razvoju turističkog proizvoda grada.

I dalje se planira suradnja s festivalima filma, pri čemu su najpoznatiji Zagreb film festival, ZagrebDox i Animafest Zagreb.

Kulturne ustanove i razne institucije kao i ansambli koji su od značaja za turističku ponudu Zagreba podržavaju se u okviru suradnje s institucijama i ustanovama, primjerice: Muzej suvremene umjetnosti, Hrvatski prirodoslovni muzej, Muzej grada Zagreba, Etnografski muzej, Umjetnički paviljon u Zagrebu, Muzej novog vala, Muzej čokolade Zagreb, Muzej smijeha, Travel experience museum, Ansambl LADO, Tvornica kulture, Peti kupe, Javna ustanova Park prirode Medvednica. Spomenutim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnje programe rada ili za posebne projekte kako bi sadržajno obogatili turističku ponudu. Sukladno pozitivnim iskustvima i uspješnoj dugogodišnjoj praksi, dio potpora projektima i manifestacijama TZGZ-a i dalje se dodjeljuje prema preporuci i u koordinaciji s Gradom Zagrebom i gradskim uredima s naglaskom na značaj istih i njihov doprinos obogaćenju turističke ponude Zagreba, a što uključuje i prijedloge oglašivačke suradnje s partnerima –

sportskim klubovima odnosno sportskim manifestacijama. 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. Prilog1.

Nositelj aktivnosti: Prilog 1.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

1.947.750

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 1.

2.2.2. Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti

S ciljem poticanja organizacije skupova u 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 najčešće zbog poticanja dolaska većeg broja sudionika na kongrese. Osim potpora za kandidature i dobivene skupove, planiraju se i sredstva namijenjena organizaciji posebnih projekata. U 2024. godini planira se organizacija Meetex-a, radionice namijenjene kongresnoj industriji. Burza Meetex u potpunosti je namijenjena prezentaciji domaće ponude te, osim što okuplja velik broj inozemnih kupaca zainteresiranih za Hrvatsku, predstavlja središnje događanje kongresno-incentive industrije u Hrvatskoj. Osim burze u Zagrebu, planira se i organizacija „Meetex visiting... Toronto“, gdje bi se, s obzirom na prethodno iskazan interes kupaca iz Kanade, organizirala poslovna radionica za kongresno-incentive tržište u Torontu.

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 turizam grada, te se za potrebe istih rezerviraju sredstva. Prilog 2.

Nositelj aktivnosti: Prilog 2

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti

158.800

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 2.

2.2.3. Marketinški projekti, potpore i poslovne suradnje

U sklopu sufinanciranja projekata prema zaprimljenim prijavama, TZGZ će i u 2024. 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. Prilog 3.

Nositelj aktivnosti: Prilog 3.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti

222.900

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

2.2.4. Ured direktora – potpore projektima

Tijekom godine pojavljuju se zamolbe za potporama koje nije moguće predvidjeti. Prema odluci Turističkog vijeća, direktor TZGZ-a ima mogućnost odobravanja određenog iznosa za događanja od turističkog značaja za Zagreb.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

33.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

2.2.5. Potpora razvoju DMO-a

Projekti i manifestacije u okviru potpora razvoju DMO-a nastaju i realiziraju se u suradnji TZGZ-a i partnera. Projekti se, u skladu sa strateškim ciljevima i zadaćama TZGZ-a te praćenjem turističkih trendova, valoriziraju te po potrebi nadograđuju i razvijaju. Realiziraju se u suradnji sa stručnim organizacijama, društvima i udrugama uz pomno praćenje pripreme i realizacije od strane TZGZ-a, pri čemu se sustavno radi na kvaliteti postojećih ili na uvođenju i osmišljavanju novih.

Nastavlja se s realizacijom već tradicionalnih projekata, poput Razgleda grada za Zagrepčane, s ciljem edukacije građana koji tako postaju najbolji promotori svoga grada, zatim niza projekata baziranih na povijesti, tradiciji i kulturnoj baštini unutar platforme Zagrebačkog vremeplova. Projekt Zagrebački vremeplov ima za cilj revitalizaciju i očuvanje prošlih običaja i vremena, a ističu se Gornji grad u prošlosti i Folklorna ljetna scena,

glazbena ulična događanja. U oživljavanju Gornjeg grada posebno se podupire projekt Smjene straže te projekt Dvorišta, najznačajnija gornjogradska manifestacija, kojom se javnosti otvaraju inače nedostupni vrtovi, prostori i dvorišta Gornjeg grada. Nastavlja se i s organizacijom prigodnih aktivnosti u vrijeme Uskrsa te kao i posebnog ljetnog događanja Plesnjaka na Zrinjercu. Osim toga, prigodnim programom će se obilježiti Dan grada Zagreba i Svjetski dan turizma.

Pored projekata kojima se prezentira zagrebačko kulturno i povijesno naslijeđe, intenzivno se razvijaju moderna urbana događanja, kao i događanja suvremene kulturne scene. Nakon vrlo uspješnog posljednjeg izdanja, planira se daljnji kvalitativni razvoj drugog ključnog turističkog projekta, Festivala svjetla Zagreb. Festival se razvija s ciljem privlačenja posjetitelja i povećanja popunjenosti smještajnih kapaciteta u ranom proljetnom periodu. Program na brojnim lokacijama Donjeg i Gornjeg grada predstavlja spoj likovne i izvedbene umjetnosti, dizajna i moderne tehnologije, spektakla, zabave i arhitekture, a sam Festival Zagreb svrsta se uz bok svjetskim metropolama domaćinima festivala svjetla. Nakon druge uspješne realizacije projekta Zagreb Classic, višednevnog glazbenog događanja na Trgu kralja Tomislava, nastavit će se s daljnjom kvalitativnom razradom programa s ciljem privlačenja većeg broja domaćih i inozemnih posjetitelja. Na pozornici ispred Umjetničkog paviljona nastupili su brojni domaći i inozemni ansambli: Cameristi della Scala, Cine y Tango, Zagrebačka filharmonija, Zagrebački solisti koji obilježavaju 70. godišnjicu osnutka, Jazz orkestar HRT-a, solisti Opere HNK Zagrebu, Gradsko kazalište Komedija.

Tri godine za redom, Artupunktura – jedinstven projekt Turističke zajednice grada Zagreba (TZGZ) i partnera, etablirao je jesen u Zagrebu kao vrijeme za buđenje svijesti o vrijednosti stvaranja. Projekt je inicijalno zamišljen kao platforma za kulturu i umjetnost koja će objediniti, aktivno podupirati i promicati kulturu, umjetnike iz raznih područja te umjetničke kolektive kako bi se sinergijom postigla međunarodna prepoznatljivost. Cilj je izrastanje u sveobuhvatni društveni proces gdje umjetnost pruža nove perspektive svojom prisutnošću u javnom prostoru i životu zajednice, životu grada i svim aspektima njegovog ekosustava. Kako bi se i nadalje zadržala visoka kvaliteta umjetničkog izričaja, Artupunktura će se od ove godine održavati bienalno po uzoru i na druge velike svjetske manifestacije iz područja umjetnosti i kulture.

Nastavlja se daljnja podrška realizaciji festivala turističkog filma - Zagreb Tourfilm festival, zatim Dani otvorenog grada te vrlo uspješno realiziranog prvog izdanja projekta Open house Zagreb kojim se promovira zagrebačka arhitektura. Prilog 4.

Nositelj aktivnosti: Prilog 4.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 2.102.800

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 4.

2.2.6. **Kulturni turizam**

Na području kulturnog turizma izdvojiti će se potpora za posebne projekte i prezentaciju hrvatske glazbe u Beču (Platform for culture).

Festival hrvatske glazbe u Beču 15.000

Neplanirano: 5.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000

Rokovi realizacije aktivnosti: 2024.

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, hotelijerima i ostalim predstavnicima turističke industrije. Sukladno navedenome, TZGZ će tijekom 2024. godine nastaviti poticati međusobnu suradnju svih dionika u sustavu turizma. Planirane aktivnosti TZGZ-a obuhvaćaju stvaranje dodatne vrijednosti, odnosno nadogradnju postojeće i kreiranje nove turističke ponude te uspostavu sinergije lokalne zajednice u kontekstu provođenja promotivnih aktivnosti kao i postavljanja zajedničkih ciljeva čije će ostvarenje imati brojne pozitivne učinke na sve dionike zagrebačkog turizma.

TZGZ će i u 2024. godini pružiti podršku svojim članicama prilikom nastupa na turističkim sajmovima i na kongresnim burzama i radionicama u organizaciji HTZ-a ili u vlastitoj organizaciji. Podršku će pružiti sufinancirajući dio troška izlaganja na turističkim sajmovima i kongresnim burzama, a spomenute potpore smatraju se *de minimis* potporama. Na ovoj stavci se rezerviraju i sredstva uklanjanja zagrebačke luksuzne i heritage hotelske ponude

sukladno uvjetima Virtuoso udruženja, što ujedno predstavlja i *de minimis* potporu. Na taj način TZGZ potiče i podržava pozicioniranje svojih članova u strukovna udruženja koja destinaciji osiguravaju prepoznatljivost i kredibilitet.

Isto tako, planira se i nastavak provedbe projekta edukacije policijskih službenika odnosno učenje engleskog i njemačkog jezika. Sudionici su policijski službenici koji su svakodnevno u neposrednom kontaktu s posjetiteljima iz inozemstva, a projekt se realizira u suradnji s Policijskom upravom zagrebačkom - Ministarstvom unutarnjih poslova RH.

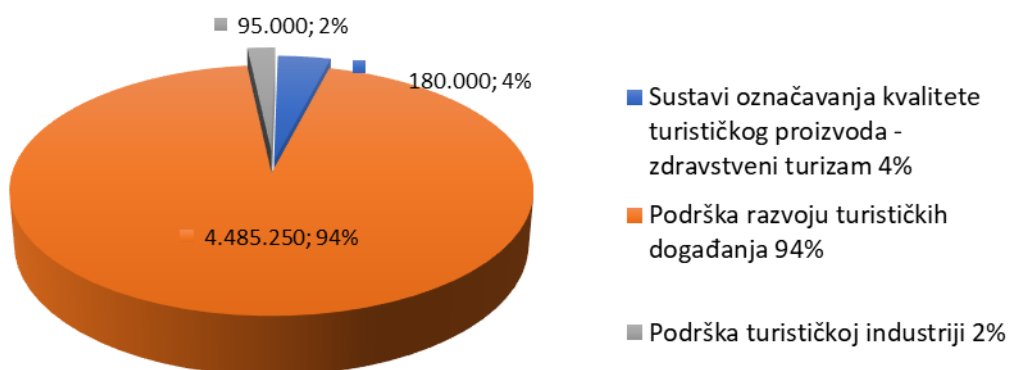
Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 95.000

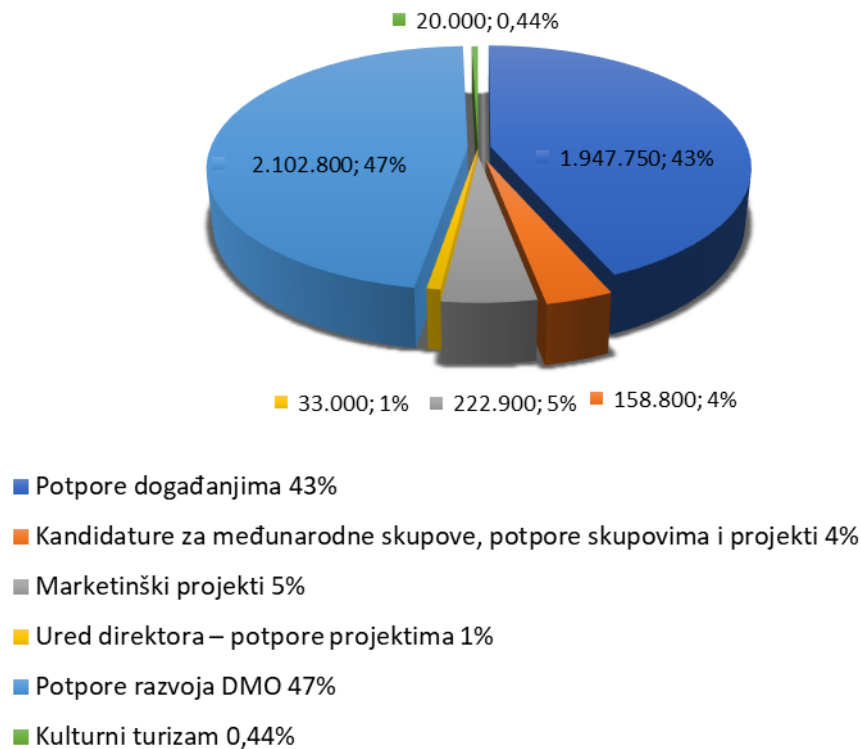
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

UKUPNO RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 4.760.250

RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA



PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA



3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje *branding* sustava i *brand* arhitekture

Slijedom Strateško operativnog i marketinškog plana za razdoblje 2024. – 2028. godine planirano je ulaganje dodatnih sredstava u kreiranje branding sustava i razvoja brand arhitekture, kreiranja novog osnovnog vizualnog identiteta destinacije, a s ciljem unapređenja pozicioniranja Zagreba kao turističke destinacije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

150.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. Kampanje TZGZ

Fokus provođenja marketinških kampanja, a koje obuhvaćaju brojne komunikacijske kanale, bit će usmjeren na dodatno podizanje razine kvalitete, sada već prepoznatljivih, turističkih proizvoda (Festival svjetla Zagreb, ljetna kampanja BUZZG, Zagreb Classic, Međunarodna smotra folkloru Zagreb, Advent Zagreb), ali i Zagreba kao cjelogodišnje turističke destinacije. Posebne kampanje provodit će se i s poznatim udruženjima poput Virtuoso i USTOA-e. Isto tako, priprema se promocija kulturnih projekata, posebice izložbi koje Zagreb stavljaju na kartu europskih destinacija bogate kulturne ponude.

Kampanje se kreiraju strateškom integracijom svih elemenata marketinške komunikacije, na način da se kvalitetno prenese ciljana poruka određenim ciljnim skupinama na definiranim emitivnim tržištima. Tako će se kombinirati tradicionalno oglašavanje i digitalno oglašavanje, ovisno o specifičnostima pojedinih tržišta.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

525.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.2.2. Oglašavanje u tisku

Jedan od neophodnih komunikacijskih kanala s potencijalnim posjetiteljima grada Zagreba svakako je i oglašavanje u tiskanim medijima. Oglašavanje u tiskanim medijima i dalje predstavlja važan segment promocije. Kontinuiranom dugogodišnjom suradnjom s domaćim i inozemnim medijskim kućama, TZGZ promovira Zagreb i njegove turističke proizvode na kreativan način

kako kroz oglase tako i kroz native članke. U hrvatskim tiskovnim medijima stavlja se osobiti naglasak na oglašavanje i najave događanja u gradu te projekata TZGZ-a (npr. Advent Zagreb, Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic), dok se na inozemnim tržištima velika važnost pridaje oglašavanju u specijaliziranim časopisima u svrhu promocije događanja te općenito Zagreba kao turističke destinacije.

Stoga će se i tijekom 2024. godine nastaviti s gore spomenutim vidom promocije koji komplementarno nadopunjuje kampanje koje TZGZ provodi.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 190.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.2.3. Online kampanje

U svojim marketinškim online kampanjama TZGZ će i u 2024. godini nastaviti promovirati grad Zagreb kao destinaciju bogatu kreativnim i kulturnim događanjima, grad sporta, grad koji živi na otvorenom, grad raznolike ugostiteljske ponude, destinaciju kongresnog i zdravstvenog turizma, odnosno destinaciju cjelogodišnje turističke ponude.

U prvom kvartalu 2024. godine, na tržištima SAD-a i Velike Britanije, planirana je kampanja putem Expedia-e, jedne od vodećih svjetskih platformi za putovanja.

Također, početkom godine planira se kampanja za promociju grada Zagreba kao pet friendly destinacije, nakon koje, u proljeće, slijedi kampanja za promociju Festivala svjetla Zagreb, kao vodećeg proljetnog događanja, a u ljeto kampanja koja će obuhvatiti sva ljetna događanja kao i promociju grada koji živi na otvorenom – Summer BuzZg!

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 kulture, povijesti, umjetnosti i inovacija, kroz native članke, banner oglašavanje i newsletter kampanje. Središnom svibnja planirana je i opsežnija promocija Zagreb Classica koja obuhvaća koncerte klasične glazbe na otvorenom. Za kraj godine, i promociju manifestacije Advent Zagreb, provest će se opsežna online kampanja.

Spomenute kampanje uključivat će oglašavanje putem banner, advertorijala i video sadržaja te će se provoditi na portalima i mrežama portala, Google servisima, Internet i streaming servisima te na društvenim mrežama.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 830.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.2.4. TV oglašavanje

Televizija kao medij dodatno upotpunjuje marketinške kampanje u smislu dosega još veće ciljne skupine te tako prenosi informacije o destinaciji, ali i projektima koje TZGZ provodi tijekom godine. U sklopu TV oglašavanja nastavlja se suradnja sa Z1 TV putem emitiranja reklamnog, ali i informativnog sadržaja na četiri strana jezika, putem satelitskog odašiljača EUTELSAT 16-A. Distribucija signala pokriva područje cijele Europe.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 70.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.2.5. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama

TZGZ će tijekom 2024. godine nastaviti s provedbom skupa aktivnosti usmjerenih na promociju Zagreba kao kongresne i poslovne destinacije. Kongresna ponuda oglašavat će se putem objava u specijalnim edicijama, primarno namijenjenim organizatorima kongresa, incentive putovanja te različitih korporativnih skupova i događanja. Oglašavanje će se provoditi putem vlastitih i ostalih online i offline komunikacijskih kanala sukladno potrebi.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.2.6. Promotivni pano i displeji

Neizostavni dio provedbe marketinških kampanja TZGZ-a svakako su i mediji oglašavanja poput plakata, cerada, banner, zastave i sl., a koji čine kvalitetan alat scenske prezentacije kao i dodatne intervencije u prostoru. Tijekom 2024. godine pojedini će se materijali dodatno prilagođavati marketinškim komunikacijama, a sve s ciljem nadopunjavanja brendinga samog turističkog proizvoda.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

- Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** **150.000**
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. 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), a, po potrebi, i dodatnih analiza. Prikupljeni materijali arhiviraju se online te se snimaju na godišnjoj osnovi na DVD, stoga su predviđena sredstva za isto.
Nositelj aktivnosti: TZGZ
- Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** **25.000**
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. 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 putem redovnih aktivnosti odnosa s javnošću - kroz organizaciju studijskih putovanja, konferencija za novinare, slanje priopćenja te putem interneta (web stranice, newsletter, press kutak).
Studijska putovanja inozemnih turističkih novinara organiziraju se samostalno i u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, slijedom određenih kriterija, po pozivu ili po samostalnoj ponudi pojedinih izdavačkih kuća. TZGZ podržava i tematska, grupna studijska putovanja novinara u organizaciji Hrvatske turističke zajednice ili samostalno.
Uložena sredstva višestruko se vraćaju kroz objave raznih članaka, reportaža, TV emisija, objava na društvenim mrežama, portalima ili blogovima, 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 i press kutka gdje su dostupna sva priopćenja TZGZ-a.
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. Također, planira se i 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:** **50.000**
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine
- 3.3.3. Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima**
TZGZ i u 2024. godini planira nastaviti provoditi skup promotivnih aktivnosti kroz suradnju s influencerima, blogerima, digitalnim nomadima i novinarima. Promotivne aktivnosti provodit će se tijekom cijele godine u obliku oglašavanja na društvenim mrežama i specijaliziranim portalima te organizacijom i potporom provedbe studijskih putovanja. U 2024. godini ponovno će se održati i Vlogfest – svjetsko natjecanje u vloganju, koje je postiglo veliki uspjeh i sakupilo milijune pregleda na društvenim mrežama.
Veliki naglasak, kao i do sada, bit će na gastronomskoj ponudi Zagreba, stoga je u planu nastavak suradnje s Michelin magazinom započete u 2020. godini. Tako se u 2024. godini planira održavanje još jedne Masterclass radionice sa zagrebačkim chefovima, koja je prvi put održana 2023. i ostvarila odlične rezultate. Ovakva vrsta promocije dodatno etablira poziciju našeg glavnog grada na europskoj i svjetskoj gastro sceni.
Nositelj aktivnosti: TZGZ
- Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** **150.000**
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine
- 3.3.4. Suradnja s državnim i ostalim institucijama**
U svrhu promocije grada u 2024. godini nastavit će se uska suradnja s državnim i ostalim institucijama te organizacija razgleda grada, kao i dodatnih aktivnosti za strane diplomate, visoke dužnosnike i ostale goste ministarstava RH, protokolarnih službi Ureda predsjednika i Grada Zagreba, veleposlanstava stranih država u RH, obrazovnih i ostalih institucija od značaja.
Nositelj aktivnosti:
- Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:** **70.000**
Rokovi realizacije aktivnosti: do kraja 2024.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

3.4.1. Suradnja s HTZ-om, avioprijevoznicima i agencijama

Suradnjom s avioprijevoznicima i agencijama, a kroz zajedničko oglašavanje s HTZ-om, potiče se kreiranje novih turističkih proizvoda ili stvaranje dodatne vrijednosti na temelju već postojeće turističke ponude. Zajedničke promocije su posebno važne za daljnje pozicioniranje Zagreba kako na turističkoj tako i na poslovnoj karti svijeta. Zagreb je primarno aviodestinicija, stoga se provode aktivnosti u segmentu promocije izravnih letova koji povezuju Zagreb s inozemnim destinacijama. Neophodno je ostvariti suradnju s nacionalnom prijevozniku, kao i sve prisutnijem broju ostalih avioprijevoznika od strateškog značaja za razvoj destinacije. Komplementarnu nadopunu čine i tematske i ciljane kampanje koje dodatno promoviraju pojedine kapitalne projekte TZGZ-a.

Croatia Airlines	130.000
Ostali avioprijevoznici	250.000
Promotivni materijali za avioprijevoznike i agencije	22.000
Tematske i ciljane kampanje sa avioprijevoznicima	60.000
Neplanirano:	23.000
Nositelj aktivnosti: TZGZ	
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:	485.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.4.2. Oglašavanje u promotivnim kampanjama TZGZ i privatnog sektora

U 2024. 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 turoperatora. 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: 70.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.4.3. Promotivne kampanje s partnerima

Promotivne kampanje s partnerima iznimno su bitne za provođenje ciljanih promotivnih aktivnosti sa svrhom poboljšanja kvalitete turističkog proizvoda i percepcije same destinacije, a kako bi se ostvario veći broj posjetitelja u destinaciji. U 2024. TZGZ nastavit će suradnju s partnerima koji djeluju u segmentima kulturnih, glazbenih i sportskih aktivnosti. Tijekom cijele godine provodit će se marketinške i PR aktivnosti s velikom medijskom vidljivošću koje su u funkciji podizanja atraktivnosti i prepoznatljivosti ukupne turističke ponude Zagreba. U planu za 2024. godinu su promotivne suradnje na projektima od posebnog značaja kao što su WRC, World Race Championship, Hrvatski skijaški savez, Hrvatski olimpijski odbor, I.A.A.F. – Hanžekovićev memorijal, Highlander Medvednica, LMF Festival Zagreb i INmusic.

Suradnja s glazbenim festivalima:

INmusic	300.000
LMF Festival Zagreb	100.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.078.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

3.5.1. Samostalni nastupi TZGZ-a i u suradnji s HTZ-om

Sudjelovanjem na turističkim sajmovima u inozemstvu, TZGZ kontinuirano ulaže u promociju turističke ponude grada Zagreba, razvija svijest o gradu Zagrebu kao turističkoj destinaciji i doprinosi vidljivosti destinacije. U 2024. godini planira se nastup na 15 turističkih sajmova od kojih su 6 samostalnih te 9 u suradnji s HTZ-om slijedom Ugovora o suizlaganju. Prilog 5.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 193.400

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.5.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

Specifičnost kongresnog tržišta ogleda se u iznimnoj važnosti osobnog kontakta s potencijalnim kupcima s obzirom da se nerijetko radi o projektima koji se planiraju i nekoliko godina unaprijed, a na kongresnim burzama se najčešće ostvaruje prvi kontakt s potencijalnim klijentima. Važnost prisutnosti predstavnika kongresnih ureda na takvim događanjima ogleda se u tome što klijent dobiva informacije i sugestije iz neovisnog izvora. Dodatno, kongresne burze, kao i specijalizirane

radionice, predstavljaju izvor iz kojih se definiraju potencijalni klijenti za organizaciju studijskih putovanja i inspekcijskih posjeta. Tijekom 2024. godine TZGZ planira, samostalno, ili u suradnji s HTZ-om, nastupiti na vodećim kongresno-incentive burzama: IMEX, IMEX America i IBTM, a s ciljem povećanja vidljivosti Zagreba i ostvarenjem većeg broja poslovnih skupova i incentive putovanja. TZGZ planira i samostalne nastupe na regionalnoj kongresnoj burzi Conventa i kongresnoj burzi The Meeting Show namijenjene primarno britanskom tržištu. Prilog 6.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 62.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.5.3. **Posebne prezentacije i radionice**

Samostalno ili u suradnji s HTZ-om, zrakoplovnim prijevoznicima te hrvatskim diplomatskim predstavništvima, planira se sudjelovanje na posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama na emitivnim tržištima, ali i specijalne radionice na dalekim tržištima u organizaciji TZGZ-a u suradnji s avioprijevoznicima. Cilj posebnih prezentacija i poslovnih radionica je promocija Zagreba kao atraktivne turističke destinacije kao i promocija specifičnih turističkih proizvoda (Advent Zagreb, Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic), kroz susret s predstavnicima turističkih agencija, turoperatora i medija u inozemstvu. Isto tako, planira se sudjelovanje na radionicama u organizaciji relevantnih strukovnih organizacija poput ETOA-e čiji je TZGZ član te Virtuosa u kojem TZGZ ima status Virtuoso Preferred Destination.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 189.600

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.5.4. **Posebne prezentacije i radionice/kongresni odjel**

Posebne prezentacije i radionice jedan su od najvažnijih segmenata u predstavljanju kongresno – incentive ponude destinacije, jer se ciljano, ovisno o tome kojem tržištu su namijenjene, i u relativno kratkom vremenu postiže podizanje interesa kod potencijalnih klijenata. Planirane su aktivnosti u domeni organizacije poslovnih radionica, kao i sudjelovanja na poslovnim radionicama namijenjenih prezentaciji kongresno - incentive ponude u organizaciji HTZ-a. Planira se i samostalni ili zajednički nastup sa zainteresiranim dionicima na radionicama od posebnog značaja za Zagreb poput sudjelovanja na: MCE Central & Eastern Europe Forum (Salzburg), Successful Meetings University (New York), MCE Events Club Associations Forum (Valencia). Planira se i sudjelovanje na radionicama u organizaciji agencije Partance, specijalizirane za francusko tržište i Benelux (različite radionice i posebne prezentacije za međunarodne asocijacije, korporacije i agencije), te sudjelovanje na drugim radionicama prema mogućnostima.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 37.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.6. **Suradnja s organizatorima putovanja**

U 2024. godini nastavit će se suradnja s turističkim agencijama, turoperatorima 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 turoperatorima i njihovim partnerima u RH, s aviokompanijama te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, odnosno predstavništvima HTZ-a u inozemstvu.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 35.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.6.1. **Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa**

Inspekcijska i studijska putovanja predstavljaju najvažniji prodajno-marketinški alat prilikom provođenja kongresnih aktivnosti. TZGZ planira za dio zainteresiranih organizatora kongresa i incentive putovanja organizirati inspekcijska putovanja, kako samostalno, tako i u suradnji s HTZ-om ili drugim partnerima poput DMC/PCO agencija ili hotelijera. Na određenim tržištima planira se korištenje usluge specijaliziranih agencija s ciljem dovođenja klijenata od posebnog značaja za destinaciju.

Planira se organizacija studijskog putovanja za kupce s kongresno-incentive burze Conventa u veljači. Tijekom godine, planira se i studijsko putovanja za francusko tržište u suradnji s agencijom Partance. Postoji i mogućnost organizacije studijskog putovanja kupaca s britanskog tržišta u suradnji s organizatorima burze The Meetings Show.

U suradnji s lokalnom turističkom industrijom, planira se organizacija studijskog putovanja za

tržište Njemačke, Austrije i Švicarske, te studijsko putovanje za klijente iz Beneluxa. Planirana sredstva planiraju se i za potencijalne inspekcijske posjete, te druga studijska putovanja zainteresiranih kupaca ovisno o situaciji.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

3.7.1. Brošure i tiskani materijali

TZGZ u 2024. godini planira nastaviti s izradom tiskanih promotivnih materijala namijenjenih posjetiteljima grada Zagreba te promotivnim aktivnostima u inozemstvu, odnosno nastupima na sajmovima i kongresnim burzama, poslovnim radionicama i posebnim prezentacijama. U planu su izrade i narudžbe mjesečnika Programa priredaba, s ponudom raznovrsnih događanja koji se tiska u hrvatskoj i engleskoj verziji. Predviđen je i višekratni tisak letka-plana grada te dotisak opće brošure Dobro došli u Zagreb i vodiča-mape Korak po korak, ovisno o dinamici potrošnje. Isto tako, u planu je izrada posebnih tiskanih materijala u obliku mapa ili letaka vezanih za projekte i kampanje TZGZ-a od posebnog značaja. Prilog 7.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 213.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.7.2. Suveniri i promo materijali

Suveniri i promotivni materijali koje TZGZ koristi prilikom promocije Zagreba u zemlji i inozemstvu, kao što su licitarska srca, vezice za akreditacije, magneti sv. Marko i ilustrirani magneti, kemijske olovke i drvene olovke pribavljat će se sukcesivno tijekom 2024. godine, sukladno potražnji te dinamici prigoda za koje je namijenjena njihova distribucija.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 126.800

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.7.3. Newsletter TZGZ

Slanjem newslettera TZGZ nastavlja ciljanu komunikaciju s novinarima, hotelima, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, veleposlanstvima te ostalim dionicima sustava turizma. Newsletter se šalje periodički, 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 te relevantnih turističkih projekata.

U 2024. godini TZGZ će nastaviti i sa slanjem posebnog newsletter-a namijenjenog kongresnoj industriji, a čiji će sadržaj obuhvaćati informacije od posebnog značaja za poslovni segment, odnosno razne poslovne novosti, aktualnosti vezane uz kongresne kapacitete te primjere dobre prakse iz industrije. Fokus će i dalje biti na poticanju mladih poduzetnika te pozicioniranju 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. U 2024. godini planirano je i slanje posebnog newslettera u obliku alerta turističkim agencijama i turoperatorima čime se planira osnažiti komunikacija s jednim od najvažnijih dionika u turizmu i privući što veći broj posjetitelja u destinaciju. Uz najavu velikih događanja kroz ovaj poseban newsletter komunicirat će se najnovije vijesti iz destinacije i inicijative TZGZ-a.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.140

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.7.4. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Multimedijalni materijali osnovni su alat za izradu i provedbu uspješnih marketinških kampanja, kako destinacijskih tako i promocije događanja od posebnog značaja ili posebnih kampanja poput gastro, sportskih, kulturnih i sl.

Proizvodnja novog i atraktivnog multimedijalnog sadržaja ključna je za postizanje konkurentnosti na turističkom tržištu. TZGZ u 2024. godini planira proizvodnju novih multimedijalnih materijala, kao što su promotivni filmovi, animacije i različiti sadržaji audio-vizualnih formata prilagođenih digitalnim oglašivačkim medijima, kao i korekcije i dorade postojećih materijala kako bi bili aktualni u nadolazećem razdoblju.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**230.000**

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.7.5. Kreiranje materijala za kanale online

TZGZ će kroz cijelu 2024. 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 2024. godine spomenuta web stranica će se i dalje obogaćivati novim tekstovima (blogovima) i vlogovima (video blogovima).

Službene stranice TZGZ-a infozagreb.hr obogatit će se inovativnim sadržajem, poput proširene stvarnosti (AR), čime će se poboljšati razina interaktivnosti s posjetiteljima.

Također, sve web stranice TZGZ-a 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. Sukladno trendovima u turizmu TZGZ će nastaviti sadržajno obogaćivati nove Green BuzZg podstranice, namijenjene zelenoj, održivoj i aktivnoj turističkoj ponudi. Za potrebe promocije ljetnih događanja na posebnoj podstranici Summer BuzZg, u planu je i kreiranje novog sadržaja kojim će se predstaviti bogata ponuda Zagreba tijekom ljetnih mjeseci. 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.

S obzirom na promociju Zagreba kao pet friendly destinacije, podstranica Ljubimci Zagreba nastavit će se obogaćivati novim sadržajem.

Tijekom 2024. 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 platformama. Isto će se primjenjivati i na društvenim mrežama Facebook i LinkedIn koje su primarno orijentirane na promociju kongresne ponude grada, s posebnim naglaskom na interese i sklonosti poslovnog segmenta posjetitelja u gradu Zagrebu.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:**125.000**

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. 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 Advent Zagreb: www.adventzagreb.hr, internet stranice Festivala svjetla Zagreb: www.festivalsvjetlazagreb.hr, blog stranicu www.lovezagreb.hr, Internet stranice posvećene projektu Artupunktura: www.artupunktura.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).

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

U 2024. godini planira se nastavak redizajna turističkih stranica www.infozagreb.hr. Također, TZGZ planira nastaviti razvijati posebne stranice posvećene kućnim ljubimcima naziva Ljubimci Zagreba/Pets of Zagreb, kako bi na jednom mjestu objedinila sve informacije za vlasnike kućnih ljubimaca koji dolaze grad Zagreb. Na stranicama Festivala svjetla Zagreb, Around Zagreb i Advent Zagreb 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, blog stranica www.lovezagreb.hr, te sve ostale web stranice, u 2024. godini će se prilagoditi na novi sustav CMS-a i redizajnirati u skladu s novim tehnologijama.

Za potrebe promocije ljetnih događanja podstranica Summer BuzZg vizualno će se redizajnirati i obogatiti sadržajem. Podstranice Zagreb Culture&Arts, podstranice sport.infozagreb.hr, podstranice Zagreb – centar medicinske izvrsnosti, podstranice vezane za digitalne nomade <https://digitalnomads.infozagreb.hr/> te podstranice Green BuzZg kao i podstranice posvećene festivalu Zagreb Classic bit će redovito ažurirane i optimizirane, a sukladno zahtjevima promocije pojedinih projekata, razvijat će se i nove. U 2024. planiran je i redizajn integracija novog CMS-a za digitalnu bazu fotografija <https://media.infozagreb.hr/>. Nastavit će se i redovito ažuriranje i održavanje Zagreb 360 - WebVR aplikacije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 84.500

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.9. **Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka**

(dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)

Glavnim nosiocima marketinške komunikacije, koju čine materijali poput oglasa, plakata, brošura, letaka i sl., prethodi čitav niz drugih aktivnosti poput kreativnog dizajnerskog osmišljavanja te izrade samog sadržaja, kreiranja, lektura i prijevoda tekstova, otkupa potrebnog foto materijala kao glavnog vizualnog elementa te razni oblici grafičkog oblikovanja sadržaja.

Izrada promotivnih materijala uključuje i autorsko pisanje tekstova, prijevode i lekture istih, za sve tiskane, ali i digitalne materijale TZGZ-a, sve oblike dizajna i grafičkih prilagodbi i priprema, uključujući i prijenos svih prava na TZGZ.

Za potrebe izrade materijala za promotivne kampanje TZGZ-a (kreiranje oglasa, billboarda i citylightsa), nastupa na sajmovima, ažuriranja internet stranica te komunikacije s domaćim i stranim medijima, neophodan je otkup novih vizualnih rješenja te kvalitetnih turističkih fotografija s motivima Zagreba i gradskih događanja, koji uključuju i otkup prava na neograničeno medijsko, prostorno i vremensko korištenje.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 250.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.10. **Turističko-informativne aktivnosti**

Tijekom 2024. 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. Eventualno, veća i značajnija događanja tijekom godine kao npr. Festival svjetla Zagreb, Advent Zagreb, zahtijevat će prilagođeno (produženo) radno vrijeme te će isto biti organizirano u skladu s potrebama. Bude li za pojedina događanja bilo potrebe za dodatnom distribucijom informacija, organizirat će se i privremeni info-punktovi te će se po potrebi angažirati studenti za rad preko studentskih ugovora. Studenti će se također sukladno potrebama angažirati i tijekom godine. Nastavit će se s prikupljanjem, obradom informacija i ažuriranjem 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-a. Kao i prethodnih godina, kontinuirano će se voditi dnevna evidencija o broju domaćih i inozemnih posjetitelja tijekom godine u svim info-centrima te temeljem prikupljenih podataka raditi usporedbe i analize. Također će se evidentirati primjedbe, sugestije i prijedlozi posjetitelja, a u svrhu pružanja što kvalitetnije usluge.

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

OD i ostala primanja radnika:

420.000

Ostali troškovi:

71.500

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 491.500

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3.10.1. **Smeđa signalizacija i info table**

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

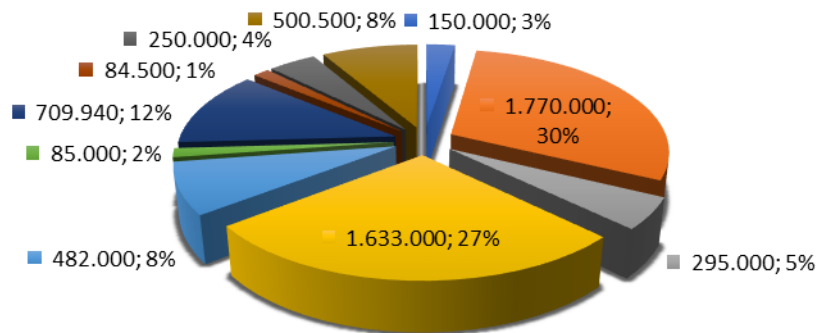
Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

3. UKUPNO: 5.959.940

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE



- 3.1. Definiranje branding sustava i brand arhitekture 3%
- 3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda 30%
- 3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR 5%
- 3.4. Marketinške i poslovne suradnje 27%
- 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice 8%
- 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja 2%
- 3.7. Kreiranje promotivnog materijala 12%
- 3.8. Internetske stranice 1%

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 dobiva se uvid u relevantne informacije glede postojećeg stanja i turističkih kretanja na pojedinim tržištima te trendovima na globalnom tržištu. Planira se sudjelovanje na godišnjim sastancima, seminarima i kongresima, poput godišnjeg kongresa ICCA-e i USTOA-a kao i na specijaliziranim radionicama i događanjima u organizaciji relevantnih strukovnih udruga poput City Destinations Alliance (TIC Expert Meetinga te City Cards Expert Meetinga), Virtuosa i ostalih.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 80.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

4.1.1. Kultura turizma – uvođenje izbornog predmeta u škole

Projekt Kultura turizma, u obliku izvannastavne aktivnosti, pokrenut je 2010. godine u zagrebačkim srednjim školama od strane TZGZ u suradnji s Gradskim uredom nadležnim za obrazovanje. Osnovni cilj projekta je razvijanje svijesti o gradu Zagrebu kao turističkoj destinaciji te o njegovim kulturnim, povijesnim i prirodnim potencijalima kod srednjoškolske populacije. Interaktivnom i projektnom 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: 40.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)

Nastavno na osvajanje nekoliko nagrada i priznanja u 2023. godini i nadalje se planira sudjelovati na međunarodnim stručnim natjecanjima i festivalima s prezentacijama promotivnih materijala (filmskim, elektronskim ili tiskanim).

U sklopu planiranih posebnih prezentacija Zagreba kao i nastupa na radionicama u inozemstvu, predviđa se i dodjeljivanje nagradnih putovanja u Zagreb, poglavito turističkim agentima i predstavnicima različitih vrsta medija, što predstavlja dodatne poticaje marketinškim naporima da se Zagreb pozicionira kao atraktivna destinacija na svjetskom turističkom tržištu.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. 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. Digitalna kartica se izrađuje u verziji 24 sata i 72 sata te korisnicima pruža besplatan gradski prijevoz, besplatan ulaz na čak 6 gradskih atrakcija te dodatne popuste u restoranima, trgovinama itd. U 2024. godini planira se nastavak unapređenja projekta na novom sustavu, koji je aktivan od kolovoza 2023. godine. Osim toga, u 2024. godini planira se pojačano oglašavanje Zagreb Card kartice na online i offline kanalima promocije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 70.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. 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.

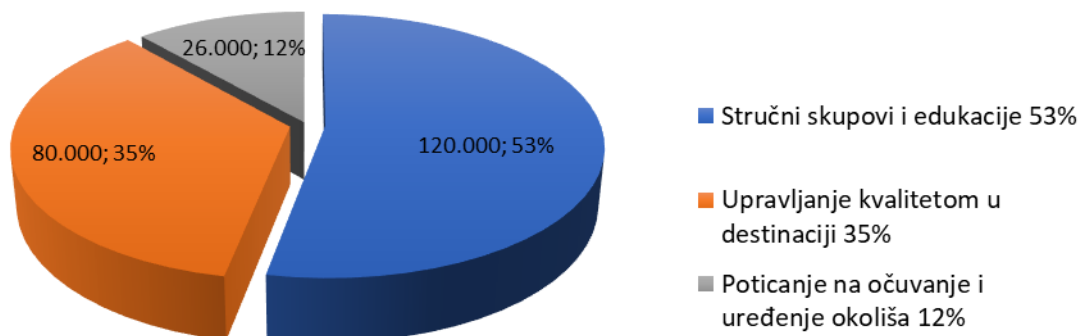
Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 26.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

UKUPNO: 226.000

DESTINACIJSKI MENADŽMENT



5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

TZGZ je član relevantnih međunarodnih strukovnih organizacija: UNWTO, USTOA, ASTA, ETOA, City Destinations Alliance, City Destinations Alliance City Cards Project, ICCA, Skål te World Tourism Cities Federation u kojima se planira nastaviti s članstvom i u 2024. godini.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 18.600

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2024. godine

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

U 2024. godini TZGZ planira nastaviti sa članstvom u sljedećim domaćim organizacijama: UHPA, UPUHH i Udruzi računovođa i financijskih djelatnika.

Planirana sredstva: 2.500

UKUPNO: 21.100

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće i ostala materijalna primanja radnika

Planirana sredstva 1.950.000

6.1.1. Izdaci za prijevoz na posao

Planirana sredstva: 32.000

6.1.2. Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu i sl.)

Planirana sredstva 29.200

6.2. Materijalni troškovi

Planirana sredstva: 709.510

6.3. Tijela turističke zajednice

Planirana su sredstva za organizaciju rada tijela TZGZ-a – Skupštine, Turističkog vijeća te Radne skupine za nadzor.

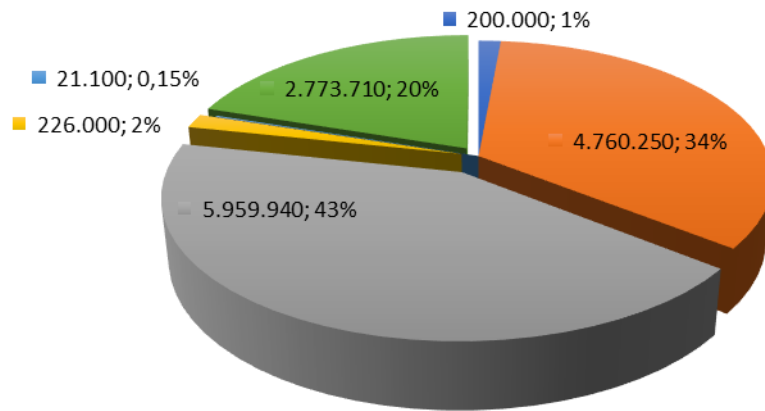
Planirana sredstva: 53.000

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.) koji su se korigirali u prošloj godini sukladno inflacijskim promjenama, a temeljem odluka Turističkog vijeća. Materijalni troškovi (režijski troškovi, odvjetničke, revizorske i savjetodavne usluge, edukacije, održavanje prostora, nabava i održavanje opreme, adaptaciju i dr. - Prilog 9) planirani su sukladno očekivanim troškovima i usklađeni s rastom cijena usluga i materijala. U 2024. godini planira se nabava novog vozila u zamjenu za staro, kao i adaptacije dijelova poslovnih prostora u slučaju potrebe.

UKUPNO: 2.773.710

SVEUKUPNO: 13.941.000

AKTIVNOSTI



- ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE 1%
- KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE 43%
- ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA 0,15%
- RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 34%
- DESTINACIJSKI MENADŽMENT 2%
- ADMINISTRATIVNI POSLOVI 20%

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2024. GODINU

I. PRIHODI

RB		PRIHODI	Plan 2023.	ID 2023.	Plan 2024.	Udio %	Index
1.		Izvorni prihodi					
	1.1.	Turistička pristojba	1.860.000	1.860.000	2.150.000	15,42	115,59
	1.2.	Turistička članarina	7.700.000	9.900.000	10.800.000	77,47	109,09
2.		Preneseni prihod iz prethodne godine	1.932.305	1.932.305	980.000	7,03	50,72
3.		Ostali prihodi	8.600	8.600	11.000	0,08	127,91
		SVEUKUPNO:	11.500.905	13.700.905	13.941.000	100,00	101,75

1.1. Turistička pristojba

Planirani prihod od uplate turističke pristojbe u 2024. godini iznosi 2.150.000 Eura. Planirani iznos predviđen je temeljem ostvarenih rezultata u 2023. godini te odluci o visini turističke pristojbe za 2024. godinu i naplati zaostalih potraživanja iz prethodnog razdoblja.

1.2. Turistička članarina

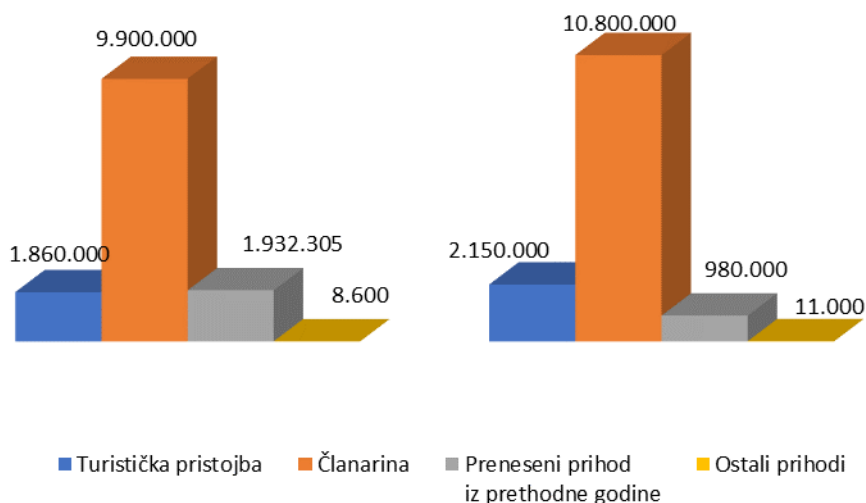
Turistička članarina planirana je u iznosu od 10.800.000 Eura. Uzimajući u obzir rast gospodarstva u 2023. godini, trenutnu realizaciju prihoda od turističke članarine i projekciju do kraja godine te akontacije turističke članarine koje se uplaćuju temeljem ostvarenih prihoda u 2023. godini, očekujemo veći prihod od turističke članarine u 2024. godini. Jednako tako i dalje se očekuje realizacija povrata preplaćenih akontacija obveznika plaćanja članarine, ali u manjem obujmu nego u prethodnom razdoblju.

2. Višak prihoda planiran je u iznosu od 980.000 Eura. Ostvareni ukupni iznos prenesenih prihoda će se izraziti u Izvješću o izvršenju programa rada za 2023. godinu.

3. Ostali prihodi

Planirani su ostali prihodi - prihod od refundacija za projekte (ZG Card), te prihodi od prodaje imovine i novčanih sredstava u iznosu od 11.000 Eura.

PRIHODI



II. RASHODI

RB		AKTIVNOSTI	Plan 2023.	ID 2023.	Plan 2024.	Udio %	Index
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE					
	1.1.	Istraživanje i analiza tržišta	79.600	75.000	200.000	1,43	266,67
		Ukupno:	79.600	75.000	200.000	1,43	266,67
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA					
	2.1	Sustavi označavanja kvalitete turist. proizvoda - Zdravstveni turizam	41.150	27.572	180.000	1,29	652,84
	2.2	Podrška razvoju turističkih događanja					
	2.2.1.	Potpore događanjima	1.277.265	2.169.257	1.947.750	13,97	89,79
	2.2.2.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti	128.280	147.721	158.800	1,14	107,50
	2.2.3.	Marketinški projekti	229.240	257.495	222.900	1,60	86,56
	2.2.4.	Ured direktora – potpore projektima	33.200	33.200	33.000	0,24	99,40
	2.2.5	Potpore razvoja DMO	1.652.510	2.123.146	2.102.800	15,08	99,04
	2.2.6	Kulturni turizam	19.900	44.940	20.000	0,14	44,50
	2.3.	Podrška turističkoj industriji	59.730	70.000	95.000	0,68	135,71
		Ukupno:	3.441.275	4.873.331	4.760.250	34,15	97,68
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE					
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	132.720		150.000	1,08	
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda					
	3.2.1	Kampanje TZGZ	464.530	674.791	525.000	3,77	77,80
	3.2.2	Oglašavanje u tisku	216.340	216.340	190.000	1,36	87,82
	3.2.3	Online kampanje	853.740	896.890	830.000	5,95	92,54
	3.2.4	TV oglašavanje	39.820	67.000	70.000	0,50	104,48
	3.2.5	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama	25.000	10.000	5.000	0,04	50,00
	3.2.6	Promotivni pano i displeji	66.360	140.000	150.000	1,08	107,14
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR					
	3.3.1.	Formiranje baze podataka, presscut	19.910	25.000	25.000	0,18	100,00
	3.3.2.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	39.820	50.000	50.000	0,36	100,00
	3.3.3.	Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima	66.360	107.750	150.000	1,08	139,21
	3.3.4.	Suradnja s državnim i ostalim institucijama	39.820	100.000	70.000	0,50	70,00
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje					
	3.4.1.	Suradnja s HTZ-om, avioprijevoznicima i agencijama	424.710	427.375	485.000	3,48	113,48
	3.4.2.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama TZGZ i privatnog sektora	66.360	50.000	70.000	0,50	140,00
	3.4.3.	Promotivne kampanje s partnerima	1.264.855	1.033.371	1.078.000	7,73	104,32
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice					
	3.5.1.	Samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ-om	173.860	172.282	193.400	1,39	112,26
	3.5.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	87.500	53.330	62.000	0,44	116,26
	3.5.3.	Posebne prezentacije i radionice	113.880	142.157	189.600	1,36	133,37
	3.5.4.	Posebne prezentacije i radionice/kongresni odjel	60.000	60.000	37.000	0,27	61,67

RB	AKTIVNOSTI	Plan 2023.	ID 2023.	Plan 2024.	Udio %	Index
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	33.180	20.000	35.000	0,25	175,00
3.6.1.	Organizacija inspekcijskih putovanja organizatora kongresa	67.000	55.000	50.000	0,36	90,91
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala					
3.7.1.	Brošure i tiskani materijali	179.180	197.160	213.000	1,53	108,03
3.7.2.	Suveniri i promo materijali	116.280	135.884	126.800	0,91	93,31
3.7.3.	Newsletter TZGZ	15.130	15.130	15.140	0,11	100,07
3.7.4.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	126.100	327.586	230.000	1,65	70,21
3.7.5.	Kreiranje materijala za kanale online	161.920	115.000	125.000	0,90	108,70
3.8.	Internetske stranice	91.250	85.000	84.500	0,61	99,41
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka (dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)	318.540	330.000	250.000	1,79	75,76
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	427.300	438.800	491.500	3,53	112,01
3.10.1.	Smeđa signalizacija i info table	9.290	9.290	9.000	0,06	96,88
	Ukupno:	5.700.755	5.955.136	5.959.940	42,75	100,08
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT					
4.1.	Stručni skupovi i edukacije	53.100	84.000	80.000	0,57	95,24
4.1.1.	Kultura turizma - uvođenje izbornog predmeta u škole	39.800	39.800	40.000	0,29	100,50
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)	9.290	6.500	10.000	0,07	153,85
4.2.1.	Zagreb Card	46.450	47.000	70.000	0,50	148,94
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	26.550	26.550	26.000	0,19	97,93
	Ukupno:	175.190	203.850	226.000	1,62	110,87
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA					
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	18.190	18.357	18.600	0,13	101,32
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	1.860	2.317	2.500	0,02	107,90
	Ukupno:	20.050	20.674	21.100	0,15	102,06
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI					
6.1.	Plaće	1.400.000	1.420.000	1.950.000	13,99	137,32
6.1.1.	Izdaci za prijevoz na posao	31.850	31.850	32.000	0,23	100,47
6.1.2.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu)	11.995	17.000	29.200	0,21	171,76
6.2.	Materijalni troškovi - Turistički ured	587.100	643.569	709.510	5,09	110,25
6.3.	Tijela turističke zajednice	53.090	53.090	53.000	0,38	99,83
	Ukupno:	2.084.035	2.165.509	2.773.710	19,90	128,09
	SVEUKUPNO:	11.500.905	13.293.500	13.941.000	100,00	104,87

Opis	Iznos	Udio %
REZERVE-NEPLANIRANO RASPOREĐENO U PLANU PO STAVKAMA-tijekom godine u slučaju potrebe raspoređena su sredstva za neplanirane aktivnosti po pojedinim stavkama ovisno o sadržaju	283.000	2,02%

III. REKAPITULACIJA

UKUPNO PRIHODI: 13.941.000 EUR

UKUPNO RASHODI: 13.941.000 EUR

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2024.GODINU

PRILOZI

PRILOG 1. - POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	De minimis	Plan 2024.
1.	MUZZA Zagreb Science Week - udruga Muzza, snaga znanosti, tehnologije i kulture / travanj		20.000
2.	Design week Zagreb - Scuderia d.o.o. / rujan	10.000	10.000
3.	Floraart, međunarodna vrtna izložba - Zagrebački holding d.o.o. - Podružnica Zrinjevac / svibanj	6.500	6.500
4.	Markiranje, označavanje i obilježavanje planinarskih staza na Medvednici - Planinarski savez Zagreba / kroz godinu		5.000
5.	Glazbena kontrola Zagrebačkog orkestra ZET-a - Zagrebački orkestar ZET-a / kroz godinu		7.000
6.	Rooftop sessions with Sara Renar - Sara Renar samostalna umjetnička djelatnost / lipanj - rujan		2.650
7.	Glazbene šetnje Zagrebom - Hrvatski glazbeni zavod / kroz godinu		2.000
8.	Segway City Tour Zagreb - Supercroatian, obrt / kroz godinu	1.400	1.400
9.	Secret Zagreb - Kazivačica d.o.o. za savjetovanje i usluge / kroz godinu	1.400	1.400
10.	How to become Zagrepčanin in 3 steps :) - Private Tours / kroz godinu		1.500
11.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike tours Zagreb j.d.o.o. / kroz godinu	2.000	2.000
12.	EvenTura - Feshtaona obrt za usluge / kroz godinu	2.000	2.000
13.	MSU tematske ture - MSU / kroz godinu		2.000
14.	Zagrebačka Kalifornija i druge priče iz života i pera Augusta Šenoae - Svi naši Šenoae / kroz godinu		1.400
15.	Zagrebački vergl - Udruga Zagrebački vergl / kroz godinu		2.000
16.	Booksa u parku - Udruga za promicanje kultura Kulturtreger / kroz godinu		3.000
17.	38. zagrebački oldtimer rally - Oldtimer Klub Zagreb / lipanj		1.300
18.	Dnevnik Velikog Perice - višee nositelja / kroz godinu		10.000
19.	Zagreb Dog Shows - Hrvatski kinološki savez / travanj	5.000	5.000
20.	NEPLANIRANO		15.000
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	28.300	101.150

RB	Eno i gastro	De minimis	Plan 2024.
1.	Mali piknik i jazz koncerti - Udruga Mali plac / srpanj		9.000
2.	Le Grič - Udruga Mali plac / kolovoz		6.000
3.	PLACe market Hrvatska - S2 d.o.o. / travanj - listopad	5.000	5.000
4.	Plac mljac, Ljeto na Trešnjevčkom placu - G.A.D. Produkcija d.o.o. / lipanj - srpanj		5.000
5.	Vinske ture, Zagreb i okolica - Hrvatska na čašu d.o.o. / kroz godinu	1.500	1.500
6.	NEPLANIRANO		3.000
	UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO	6.500	29.500

RB	Sport	De minimis	Plan 2024.
1.	32. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	7.000	7.000
2.	Svjetsko prvenstvo u sinkroniziranom klizanju - Hrvatski klizački savez / travanj	7.000	7.000
3.	56. Zlatna pirueta Zagreba - Hrvatski klizački savez / prosinac	5.000	5.000
4.	International Dance Open Zagreb - Sportski klub Bambi kids / svibanj		5.500
5.	WDSF svjetsko prvenstvo u standardnim plesovima - PK Academia		5.000
6.	European Judo Championships Seniors Zagreb - Hrvatski judo savez / travanj	5.000	5.000
7.	IJF Judo Grand Prix Zagreb - Hrvatski judo savez / kolovoz	5.000	5.000
8.	Zagreb Open Grand Prix, Ranking series - Savez hrvatskih sportova grada Zagreba / siječanj	5.000	5.000
9.	Snow park Sljeme - Snowboard Klub B Zona / siječanj - ožujak	2.000	2.000
10.	Sirius Open - Teniski klub osoba s invaliditetom Sirius / lipanj		2.000
11.	24. Otvoreno prvenstvo Zagreba u orijentacijskom trčanju - Orijentacijski klub Vihor / srpanj	2.000	2.000
12.	SMA CroatiaRun - Društvo distrofičara Zagreb / svibanj		1.000
13.	NEPLANIRANO		10.000
	UKUPNO SPORT	38.000	61.500

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	De minimis	Plan 2024.
1.	NK Dinamo		45.000
2.	RK Zagreb		45.000
3.	VK Mladost		25.000
4.	KK Cibona		45.000
5.	HAOK Mladost		25.000
6.	RK Lokomotiva		25.000
7.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni / ljeto		7.000
8.	Dani satire Fadila Hadžića - Satiričko kazalište Kerempuh / rujan		5.000
9.	Neraspoređeno		28.000
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM		250.000

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis	Plan 2024.
1.	Božićna i novogodišnja događanja 2024.		1.000.000
2.	Troškovi Adventa iz 2023. godine		25.000
	SVEUKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA		1.025.000

RB	Kultura	De minimis	Plan 2024.
1.	58. Međunarodna smotra folklora - Kulturni centar Travno / srpanj		20.000
2.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz		33.000
3.	Dan otvorenog grada – Priredba d.o.o. / svibanj		27.000
4.	Ljetne večeri scene Amadeo - Udruga Scena Amadeo / kolovoz - rujan		14.000
5.	JULIJE KNIFER – Povodom 100. godišnjice rođenja, Međunarodna konferencija i izložba - Institut za suvremenu umjetnost / svibanj		15.000
6.	Izložba iz fundacije M.T. Abraham Group - Galerija Klovićevi dvori		10.000
7.	Remember Picelj: Picelj i prijatelji (povodom 100-godišnjice rođenja Ivana Picelja) - HDLU / listopad - siječanj		7.000
8.	Hrvatski trijenale grafike - HAZU / travanj		3.000
9.	Unternehmen Barbarossa - kuća Lauba / srpanj - kolovoz		10.000
10.	Umjetnost u javnom prostoru - udruga Nomad / lipanj		10.000
11.	Izložba kolekcije Vujčić - Gea progressa d.o.o. / travanj		5.000
12.	Zagrebački salon arhitekture i urbanizma - UHA / studeni		5.000
13.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista		10.000
14.	Spring etno jazz - Platform for culture d.o.o.		7.000
15.	Brokenships stage - Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / lipanj - rujan	5.500	5.500
16.	Hrvatska glazbena unija - Međunarodni dan jazz-a / travanj		2.000
17.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu		2.000
18.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj	9.000	9.000
19.	Ljetne noći Teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - kolovoz		4.000
20.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih / kroz godinu		3.000
21.	Bajka za van - Teatar Poco Loco / kroz godinu		3.000
22.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj		2.000
23.	Music speaks languages - Centar mladih Ribnjak / kroz godinu		2.000
24.	Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasionska baština / ožujak		5.300
25.	Glazba u crkvi sv. Marka, Oratorijsko društvo crkve sv. Marka / travanj - prosinac		4.000
26.	Salon mladih - HDLU / travanj		3.000
27.	Zvuci Opatovine - Studentsko kulturno-umjetničko društvo Ivan Goran Kovačić / svibanj - listopad		2.000
28.	Knjige u krošnjama, festival književnosti i zvučnog eksperimenta - Centar mladih Ribnjak / svibanj		2.000
29.	Nesvrstani 7 - kuća Lauba / lipanj		3.000
30.	Hrvatska glazbena unija - Svjetski dan glazbe / lipanj		3.000
31.	Art Zagreb, sajam umjetnina - Scuderia d.o.o. / rujan		3.000
32.	Noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava / studeni		2.000
33.	NEPLANIRANO		15.000
	UKUPNO KULTURA	14.500	250.800

RB	Festivali	De minimis	Plan 2024.
1.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o. / kroz godinu	10.000	10.000
2.	Večeri na Griču - KIC / srpanj		7.000
3.	Musica maxima X, festival komorne glazbe i 20. obljetnički koncert - Zagrebački komorni orkestar / rujan		5.000
4.	Međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan		5.000
5.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj		5.000
6.	Eurijala - UO Eurokaz / lipanj - srpanj		5.000
7.	Gibanja festival - KONTEJNER buro suvremene umjetničke prakse / svibanj		5.000
8.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan	4.000	4.000
9.	Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / svibanj		4.000
11.	Međunarodni festival fotografije Organ Vida - udruga Organ vida / rujan - studeni		4.000
12.	Zagreb Wind & Brass fest WIBRA - Zagrebački orkestar ZET-a / lipanj		2.000
13.	Greencajt festival - FHR d.o.o. / svibanj	15.000	15.000
14.	Projekti Ilica: Q'Art - udruga Imagination / kroz godinu		10.000
15.	Cest is d'best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj		25.000
16.	Kulturan ulični festival - Cirkorama / rujan		3.000
17.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj		4.000
18.	BSH events - Marinanet d.o.o. / kroz godinu	6.000	6.000
19.	Zagreb Beer Fest - Hashtag j.d.o.o. / lipanj	10.000	10.000
20.	NEPLANIRANO		15.000
	UKUPNO FESTIVALI	45.000	144.000

RB	Filmski projekti	De minimis	Plan 2024.
1.	Zagreb Film Festival - UO Zagreb Film Festival / studeni		5.000
2.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / ožujak - travanj		5.300
3.	Animirani Zagreb - Hulahop d.o.o. / svibanj - lipanj		5.000
4.	Fantastic Zagreb film festival - udruga Rudolf / srpanj		3.000
5.	DA2, Zagreb design, art & architecture film festival - Pari pikule / listopad		3.000
6.	NEPLANIRANO		4.000
	UKUPNO FILMSKI PROJEKTI		25.300

RB	Suradnja s ustanovama i institucijama	De minimis	Plan 2024.
1.	Muzej grada Zagreba		4.000
2.	Muzej suvremene umjetnosti		4.000
3.	Hrvatski prirodoslovni muzej		4.000
4.	Etnografski muzej		4.000
5.	Umjetnički paviljon u Zagrebu		4.000
6.	Ansambli narodnih plesova i pjesama Hrvatske - Lado		6.500
7.	Koncertna dvorana Tvornica kulture, programi kroz godinu	5.000	5.000
8.	Peti kupe - Beat electric d.o.o.		5.000
9.	Travel experience museum - Kompas d.o.o.		5.000
10.	Muzej čokolade Zagreb - Svijet čokolade d.o.o.		3.000
11.	Muzej smijeha - Profi Coating		5.000
12.	Javna ustanova Park prirode Medvednica		2.000
13.	Muzej novog vala - Neprilagođen d.o.o.	2.000	2.000
14.	NEPLANIRANO		7.000
	UKUPNO SURADNJA S USTANOVAMA I INSTITUCIJAMA	7.000	60.500
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	139.300	1.947.750

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

RB	Naziv	De minimis	Plan 2024.
1.	Zimmerfrei 3.0, Irundo d.o.o., 14. - 15.2.	3.000	3.000
2.	UZRT 2024: Early Language Learning in Formal Contexts, Filozofski fakultet , 15.-17.2.		1.000
3.	3. Simpozij o dijabetesu, kardiologiji, nutriciji i endo-onkologiji, A.T.I. d.o.o, 16.-18.2.	2.000	2.000
4.	Croatian-Israeli High-Tech Innovation Summit CiTech 2024, Institut za istraživanje I razvoj tehnologija, 28.-29.2.	2.500	2.500
5.	RED konferencija, HESA Group d.o.o., 28.-29.2.	2.000	2.000
6.	Kandidatura za Europske dane znanstvene fantastike EUROCON 2028, Društvo Sfera, ožujak - rujan 2024.		2.000
7.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni eventi d.o.o., 12.-14.3.	45.000	45.000
8.	Money Motion 2024, Short Notice Productions, 21.-22.3.	2.000	2.000
9.	WINE EnoGASTRO VIP Event - Međunarodna konferencija vinskih, ugostiteljskih i gastronomskih znalaca, Ricerca Mercato, 21.3.	3.000	3.000
10.	Međunarodna konferencija i izložba Julije Knifer, Institut za suvremenu umjetnost, 2.-5.5.		3.000
11.	Međunarodni dani znanstvene fantastike SFeraKon 2024, Društvo Sfera, 9. - 12.5.	3.000	3.000
12.	Future Tense 2024, Komunikacijski laboratorij, 15.5.	2.000	2.000
13.	LEAP Summit 2024., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 16 .- 17. 5.	4.000	4.000
14.	Industry programi Animafesta Zagreb 2024., Hulahop d.o.o., 3.-8.6.	4.000	4.000
15.	Međunarodna konferencija Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla - Genij za budućnost, 11.7.		1.500
16.	10. Europski žanrovski forum (9th European Genre Forum - Screenwriting and Directing Lab), Udruga Rudolf, 11.-14.7.	1.500	1.500
17.	Zeleni dodir Medvednice, Javna ustanova Park prirode Medvednica, 4.- 5.9.		2.000
18.	23rd Congress of the EAA and 16th Congress of the ISSHG and Clinical Auxology, Institut za antropologiju, 5.-8.9.	5.000	5.000
19.	Međunarodna konferencija o suvremenoj fotografiji i spekulativnim umjetničkim praksama, Fotografska udruga Organ Vida, 17.-18.9.		1.500
20.	Meetex Visiting ... Toronto 2024, Inovativni eventi d.o.o., 24.-27.9.	5.000	5.000
21.	ArhiBau 2024 - Sajam kulture građenja i održivog razvoja, Društvo arhitekata Zagreb, 24.-29.9.	3.000	3.000
22.	6. Profilm Days Symposium, Ustanova Zagreb film, 28.-29.9.		2.000
23.	Konferencija Tourism 365 i b2b Marketplace, Julius Rose d.o.o., 1.-3.10.	15.000	15.000
24.	Forum zagrebačkih ugostitelja 2024., Udruženje ugostitelja Zagreb, 15.10..		5.300
25.	TEDxZagreb 2023., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 17.10.	1.500	1.500
26.	29. hrvatski simpozij osoba s invaliditetom, Zajednica saveza osoba s invaliditetom RH - SOIH, 21.-22.10.		1.500
27.	Festival Dani Orisa 24, Oris d.o.o., 8. -9.11.	2.000	2.000
28.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društava distrofičara Hrvatske SDDH, 22.-24.11.		1.500
29.	Best Stay, Positive Garden d.o.o., 27. - 28. 11.	3.000	3.000
30.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma, 11.12.		2.000
31.	2nd European Congress on Biomedical and Veterinary Engineering BIOMEDVETMECH, Udruga za ortopedsko inženjerstvo "Orthoing", 18.-20.10.	2.000	2.000
32.	Festival Hrvatske bratske zajednice, Speranza d.o.o.	15.000	15.000
33.	Potpore za candidature - neraspoređeno		10.000
	UKUPNO:	125.500	158.800

PRILOG 3. - MARKETINŠKI PROJEKTI, POTPORE I POSLOVNE SURADNJE

RB	Marketinški projekti	De minimis	Plan 2024.
1.	Zagreb For You - 30 stupnjeva - oblikovanje informacija		41.000
2.	ZAGART - 30 stupnjeva - oblikovanje informacija		30.000
3.	Enjoy Zagreb		34.000
4.	Delicious Zagreb - Akademija gastronomije j.d.o.o. i Put hrane obrt		15.000
5.	Zagreb Digital Nomad 2024 - 4 seasons - Destinacija senzacija	7.800	7.800
6.	Međunarodni sajam turizma - Place2Go	10.000	10.000
7.	Rostuhar - Klub za ekspedicionizam i kulturu - VR kino	15.000	15.000
8.	Zagreb Gay Guide - Udruga Domino		1.500
9.	Javna ustanova "Park prirode Medvednica" - Medvednica karte		3.000
10.	Javna ustanova "Park prirode Medvednica" - Medvednica online		3.000
11.	Udruga Vizkultura - Dijalozi u galerijama(vizkultura.hr)		3.000
12.	Pikto Arthouse - Gallery Rally mobilna aplikacija		5.000
13.	YELO - Basna, bajka i burg 2		1.200
14.	Script, obrt za računalno programiranje i druge usluge - Aplikacija ZagrebExplorer		7.000
15.	Gamechuck - Profesor Baltazar aplikacija/igrica	5.000	5.000
16.	Dare 2 dream d.o.o. - Zagreb Time Travel digitalni razgled grada	2.000	2.000
17.	Hrvatski prirodoslovni muzej, mobilna aplikacija šeci gradom		4.000
18.	DTVZ 930g osnutka Zagreba - Zagreb vječno mlad		4.000
19.	Udruga branitelj Domovinskog rata MOJ-GRAD - Mobilna aplikacija Zagreb		1.400
20.	NEPLANIRANO		30.000
	UKUPNO:	39.800	222.900

PRILOG 4. – POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	De minimis	Plan 2024.
1.	Festival svjetla Zagreb		1.100.000
2.	Zagreb Classic		700.000
3.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
3.1.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / svibanj - rujan		30.000
3.2.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / lipanj - rujan		7.000
3.3.	Folklorna ljetna scena za turiste - Centar za tradicijsku kulturu Etnoteka / srpanj, kolovoz		10.000
4.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad i Nova godina		60.000
5.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / kolovoz	30.000	30.000
6.	Plesnjak na Zrinjevcu - Katapult promocija d.o.o. / ljeto		50.000
7.	Open house Zagreb - više nositelja / kroz godinu		30.000
8.	USKRSNI PROGRAMI		
8.1.	Zagrebački kvartet		4.000
8.2.	Komorni zbor Ivan Filipović		2.500
8.3.	Hrvatski glazbeni centar		2.300
9.	Svjetski dan turizma / rujan		15.000
10.	Dan grada Zagreba / svibanj		7.000
11.	Zagreb Tourfilm Festival - Balduči film d.o.o. / listopad		20.000
12.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane		5.000
13.	NEPLANIRANO		30.000
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ	30.000	2.102.800

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

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2024.
		HONG KONG			
1.	Hong Kong		13.-16.6.	12	15.000
		JAPAN			
2.	Osaka/Tokyo	Tourism Expo Japan	26-29.9.		9.100
		SAD			
3.	New York	NY Travel & Adventure Show	27.-28.1.	9	13.300
		SRBIJA			
4.	Beograd	International Fair of Tourism	22.-25.2.	12	6.800
		ŠPANJOLSKA			
5.	Barcelona	B-Travel	15.-17.3.	10	8.000
		SINGAPUR			
6.	Singapore	ITB Asia	23.-25.10.	18	22.000
	UKUPNO				74.200

NASTUPI S HTZ-om

RB	Grad	Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2024.
		AUSTRIJA			
1.	Beč	Ferienmesse	14.-17.3.	5	7.400
		FRANCUSKA			
2.	Pariz	IFTM Top Resa	17.-20.9.	7	10.300
		ITALIJA			
3.	Napulj	BMT	14.-16.3.	7	6.000
		NJEMAČKA			
4.	Munchen	f.r.e.e.	14.-18.2.	5	6.000
5.	Berlin	ITB	5.-7.3.	7	11.000
		ŠPANJOLSKA			
6.	Madrid	Fitur	24.-28.1.	5	6.500
		ŠVICARSKA			
7.	Zurich	FESPO	1.-4.2.	5	10.000
		UAE			
8.	Dubai	ATM Dubai	6.-9.5.	7	21.500
		VELIKA BRITANIJA			
9.	London	WTM	5.-7.11.	7	13.500
	UKUPNO NASTUPI S HTZ-om				92.200
	NEPLANIRANO - SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om				27.000
	UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om				193.400

PRILOG 6. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2024.
1.	Ljubljana	Conventa	20.-22.2.	4	4.500
2.	Frankfurt	IMEX	14.-16.5.	4	11.000
3.	London	The Meetings Show 2024	19.-20.6.	3	9.500
4.	Las Vegas	IMEX America	7.-10.10.	4	20.000
5.	Barcelona	IBTM World	19.- 21.11.	4	11.000
6.	Neplanirano				6.000
	UKUPNO				62.000

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

RB	Naziv	Plan 2024.
1.	Mapa Korak po korak	7.000
2.	Monografije i knjige - razno	2.000
3.	Program priredaba	73.000
4.	Plan grada – letak	35.000
5.	Brošura Dobro došli u Zagreb	60.000
6.	Brošure, karte i letci projekata	30.000
7.	Kongresna brošura	1.000
8.	NEPLANIRANO	5.000
	UKUPNO	213.000

SUVENIRI I PROMO MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2024.
1.	Olovke	1.300
2.	Licitarska srca	30.000
3.	Vezice za akreditacije	3.300
4.	Blokovi za pisanje	1.000
5.	Svijeće i mirisi	7.500
6.	Stolne zastavice	500
7.	Magneti	6.000
8.	Vrećice	7.700
9.	Adventski promo materijal	30.000
10.	Privjesci	10.000
11.	Promotivni suveniri - Festival svjetla	15.000
12.	Promotivni materijali za posebne prezentacije i radionice	1.500
13.	Promotivni suveniri - ZagrebClassic	3.000
14.	NEPLANIRANO	10.000
	UKUPNO	126.800

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

RB	Opis	Plan 2024.
1.	Usluge student servisa	1.600
2.	Usluge najma	17.000
3.	Radna odjeća	1.200
4.	Potrošnja električne energije i plina	6.400
5.	Usluge održavanja	6.300
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	4.600
7.	Komunalne usluge	2.300
8.	Uređenje prostora	2.000
9.	Troškovi reprezentacije	1.700
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	1.300
11.	Ostali nespomenuti rashodi	700
	Ukupno:	45.100

TIC - ZRAČNA LUKA

RB	Opis	Plan 2024.
1.	Usluge student servisa	800
2.	Usluge najma	2.700
3.	Radna odjeća	1.000
4.	Potrošnja električne energije i plina	1.300
5.	Troškovi telefona i internet	1.000
6.	Usluge održavanja	550
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	1.000
8.	Komunalne usluge	550
9.	Uređenje prostora	500
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	1.300
11.	Ostali nespomenuti rashodi	400
	Ukupno:	11.100

TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2024.
1.	Usluge student servisa	4.000
2.	Usluge najma	8.000
3.	Radna odjeća	400
4.	Tekuće i investicijsko održavanje	1.200
5.	Uređenje prostora	400
6.	Literatura (glasila, časopisi..)	1.000
7.	Ostali nespomenuti rashodi	300
	Ukupno:	15.300

PRILOG 9 . MATERIJALNI TROŠKOVI

RB	Rashodi ureda	Plan 2023.	ID 2023.	Plan 2024.	udio %	Index
1.	Potrošni materijal	10.600	10.600	10.000	1,41	94,34
2.	Materijal za održavanje čistoće	1.600	1.600	2.000	0,28	125,00
3.	Uredski materijal	7.900	10.000	10.000	1,41	100,00
4.	Potrošnja električne energije i plina	33.000	25.000	21.000	2,96	84,00
5.	Utrošak benzina	6.600	5.000	5.000	0,70	100,00
6.	Izdaci za sitan inventar	6.650	6.650	6.500	0,92	97,74
7.	Trošak telefona i telefaksa	31.000	32.000	32.000	4,51	100,00
8.	Trošak poštarine	8.650	10.000	10.000	1,41	100,00
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	79.700	100.000	100.000	14,09	100,00
10.	Usluge čišćenja	31.500	30.000	35.000	4,93	116,67
11.	Usluge najma poslovnog prostora	148.700	162.000	174.000	24,52	107,41
12.	Ostale komunalne usluge	4.650	4.650	4.000	0,56	86,02
13.	Odvjetničke i revizorske usluge i usl. savjetovanja	19.900	10.000	10.000	1,41	100,00
14.	Grafičke i digitalne usluge	2.650	2.650	2.410	0,34	90,94
15.	Ostale usluge	26.560	35.000	35.000	4,93	100,00
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	700	700	1.000	0,14	142,86
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	2.000	3.000	5.000	0,70	166,67
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	200	200	200	0,03	100,00
19.	Trošak reprezentacije	26.500	26.500	26.500	3,73	100,00
20.	Premije osiguranja	6.650	6.650	6.600	0,93	99,25
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	8.650	8.650	8.600	1,21	99,42
22.	Stručna literatura i tisak	8.600	8.600	8.600	1,21	100,00
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	53.000	65.000	110.000	15,50	169,23
24.	Ostali troškovi poslovanja	7.940	6.000	6.000	0,85	100,00
25.	Neplanirani rashodi	100	119	100	0,01	84,03
26.	Obuka osoblja, edukacije, seminari i studijska putovanja	39.800	43.000	50.000	7,05	116,28
	UKUPNO I.	573.800	613.569	679.510	95,77	110,75
II.	Poslovni prostor, adaptacija	13.300	30.000	30.000	4,23	100,00
	UKUPNO RASHODI UREDA	587.100	643.569	709.510	100,00	110,25