



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2025. GODINU

Zagreb, prosinac 2024.

Program rada za 2025. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2025. 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 2025. godinu, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada za 2025. 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.....	25
5. Članstvo u strukovnim udrugama.....	27
6. Administrativni poslovi.....	27
I. Prihodi.....	30
II. Rashodi.....	31
III. Rekapitulacija.....	33
Prilozi	
Prilog 1. Potpore događanjima.....	35
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.....	42
Prilog 7. Brošure i suveniri.....	43
Prilog 8. Rashodi TIC – evi.....	44
Prilog 9. Materijalni troškovi.....	45

UVOD

Grad Zagreb, kao administrativno i političko središte Republike Hrvatske, već se dugi niz godina pozicionira ne samo kao poslovna, već i sve istaknutija turistička i kulturna destinacija. Ovaj status potvrđuju sve veći broj dolazaka i noćenja stranih posjetitelja te njihova zadovoljstva iskazana kroz povratne informacije i preporuke, što dodatno naglašava jedinstvenost i privlačnost grada. Globalna geopolitička i ekonomska kretanja značajno utječu na svjetski turizam, uključujući i Zagreb i Hrvatsku. Iako je 2023. godina donijela globalni oporavak turističkog sektora nakon pandemije koronavirusa, gospodarske izazove dodatno su otežale recesija i inflacija, kao posljedica trenutnih sigurnosnih okolnosti u svijetu. Ovi čimbenici nastavljaju oblikovati turističke trendove s mogućnošću još snažnijeg utjecaja u narednom razdoblju. Unatoč tim izazovima, 2024. godina obilježena je daljnjim jačanjem turističkog prometa, no održavanje takvog trenda zahtijeva prilagođavanje dugoročnog planiranja stanju i situaciji u kratkom roku te brzo i efikasno donošenje odluka. Ovdje svakako treba uzeti u obzir i posljedice potresa iz 2020. godine koje su još uvijek vidljive u Zagrebu, osobito u segmentu kulturne baštine, turističke ponude i smještajnih kapaciteta. Dodatno, značajni infrastrukturni projekti obnove, koji su u tijeku, utječu na prometnu funkcionalnost grada, ali istovremeno doprinose dugoročnom oporavku i modernizaciji urbanih prostora.

Grad Zagreb posljednjih je godina imao aktivna kretanja u ponudi smještajnih kapaciteta – 2021. godini grad je raspolagao s 8.594 kreveta u 68 hotela, 2.108 kreveta u 46 hostela, 7.961 krevet u 2.023 kod privatnih iznajmljivača te 5.411 krevet u različitim smještajnim objektima. U 2022. godini je bilo 8.581 kreveta u 68 hotela, 1.887 kreveta u 40 hostela, 8.459 kreveta u 2.213 privatnih iznajmljivača te 5.487 kreveta u različitim smještajnim objektima, dok je u 2023. godini Zagreb raspolagao s 9.207 kreveta u 68 hotela, 1.859 kreveta u 39 hostela, 9.456 krevetom u 2.567 privatnih iznajmljivača te 5.491 kreveta u različitim smještajnim objektima. U rujnu 2024. godine u Zagrebu je bilo 70 hotela (9.357 kreveta), zatim 38 hostela (1.883 kreveta), 2.821 privatna iznajmljivača (10.165 kreveta), 3 seoska domaćinstva i 11 drugih smještajnih objekata.

Statistički podaci za 2024. godinu u odnosu na zauzetost smještajnih objekata ukazuju na poboljšanje pa je tako prosječna zauzetost u hotelima u prvih 9 mjeseci 2024. godine iznosila 49,83%, što je povećanje od 1% u odnosu na 2023. godinu i smanjenje od 5% u odnosu na 2019. godinu. U hostelima je prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci 2024. godine, iznosila 23,65%, što je smanjenje od 2% u odnosu na 2023. godinu i smanjenje od 9% u odnosu na 2019. godinu. Kod privatnih iznajmljivača je prosječna zauzetost u prvih 9 mjeseci 2024. godine, iznosila 21,53%, što je smanjenje od 4% u odnosu na 2023. godinu i smanjenje od 4% u odnosu na 2019. godinu. Primjećuje se rast otvaranja privatnog smještaja i to 12% u odnosu na prvih 9 mjeseci 2023. godine (446 novootvorenih privatnih iznajmljivača, dok su zatvorena 189 privatna iznajmljivača).

Planiranje promotivnih aktivnosti Turističke zajednice grada Zagreba potrebno je provoditi strateški, uz praćenje i prilagodbu izazovima i posljedicama globalne recesije te poremećajima na svjetskom tržištu uzrokovanim geopolitičkom nestabilnošću. Također, pored međunarodnih emitivnih tržišta važnu ulogu u promociji destinacije imat će i domaće tržište i tržišta regije. Promotivne aktivnosti

obuhvatit će širok spektar alata, uključujući tiskane medije, radio, vanjsko oglašavanje (OOH), online kanale te sudjelovanje na sajmovima, radionicama i prezentacijama. Ovaj pristup osigurat će maksimalnu vidljivost i učinak u različitim segmentima ciljane publike.

Program rada za 2025. 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. Također, uvjetovan je i ekonomskim prilikama i predviđanjima koji se sustavno prate te se traži oprezno planiranje i poslovanje. Program rada za 2025. 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 izradila novi Strateško operativni marketinški plan 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 podizanje efikasnosti organizacijskih procesa i provođenje radionica za podizanje sposobnosti zaposlenika
 - 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. NPS-om se sagledava vjerojatnost posjetitelja Zagreba da će preporučiti nekome Zagreb kao destinaciju.
 - Održavanje visoke razine zadovoljstva turista destinacijskom ponudom
 - Fokus na stvaranju destinacijskih ambasadora koji će širiti pozitivne recenzije o destinaciji

Grad Zagreb pozicionira se kao „city break“ destinacija s bogatom ponudom kulturno-umjetničkih, sportskih, eno i gastronomskih te brojnih inovativnih događanja koja privlače posjetitelje tijekom cijele godine. S ciljem podrške navedenom pozicioniranju planira se daljnja podrška razvoju kulturnog turizma, kao jednog od najznačajnijih motiva turističkih dolazaka i noćenja, ali i brojnih suvremenih, gastronomskih, sportskih i drugih urbanih događanja koja su već tradicionalna za Zagreb. Pored tradicionalnih događanja i gradskih muzeja, posebno se ističe i podrška novim inovativnim muzejskim zbirkama i konceptima, čiji je broj u porastu. Prepoznajući njihov potencijal, kreirana je platforma „Museums, Maybe“, koja ovim projektima osigurava veću vidljivost i snažnije povezivanje s publikom na lokalnoj, europskoj i globalnoj razini.

Nastavlja se s razvojem najvažnijih turističkih događanja Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic, Artupunktura te Advent Zagreb, usklađujući ih s jedne strane, s prostornim kapacitetima urbane sredine i lokalnom zajednicom, a s druge strane aktualnim svjetskim trendovima. Projektom Festival svjetla Zagreb u rano proljeće, želi se pozicionirati Zagreb na razinu svjetskih metropola koje organiziraju festivale svjetla te povećati broj dolazaka i noćenja u navedenom periodu. Stoga se nastavlja njegov daljnji kvalitativni razvoj, kroz suradnju s domaćim i inozemnim umjetnicima, ali imajući u vidu prostorne kapacitete grada i obnovu grada nakon potresa. Zagreb Classic, višednevni je glazbeni festival na otvorenom, koji također za cilj ima povećanje broja dolazaka i noćenja posjetitelja, ali i podizanje razine kvalitete kulturnih događanja u gradu tijekom ljetnih mjeseci. Stoga se planira nastaviti s daljnjom kvalitativnom razradom programa s ciljem privlačenja većeg broja domaćih i inozemnih posjetitelja. Budući da su kultura i kulturni programi značajni promotori destinacije te važan dio turističke ponude Zagreba, nastavlja se s realizacijom bienalnog projekta. Artupunktura u jesenskom razdoblju, koje povezuje kulturu i turizam, stavlja naglasak na područje suvremene kulture i pozicionira Zagreb kao suvremeno kreativno središte. Sukladno ciljevima i strategiji planira se razvoj i

prilagodba projekta novim trendovima. Realizacijom ovog projekta u jesenskom periodu, učvršćuje se zagrebačka cjelogodišnja ponuda i zaokružuje sva četiri godišnja doba. Advent Zagreb, koji je potaknuo razvoj vansezonske ponude diljem Hrvatske, nastavlja se razvijati kroz bogate kulturne i umjetničke programe, kao i dekorativne zone koje na najbolji način ističu ljepote zagrebačkih ulica, trgova, parkova i znamenitosti.

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

Projekt Kultura turizma ove godine predstavio se s novim nazivom „Određite: Zagreb“ te je kreiran novi vizualni identitet. Projekt u obliku izvannastavne aktivnosti, prvotno je pokrenut 2010. godine u zagrebačkim srednjim školama od strane TZGZ-a, u suradnji s Gradskim uredom nadležnim za obrazovanje s ciljem razvijanja svijesti o gradu Zagrebu kao turističkoj destinaciji te o njegovim kulturnim, povijesnim i prirodnim potencijalima kod srednjoškolske populacije. Učenicima se na drugačiji način približavaju baština, kultura i turizam kroz nastavu i gostujuća predavanja sveučilišnih profesora te se potiče kreativnost i poduzetništvo stvaranjem turističkih proizvoda.

Vežano 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 65. mjesto od 332 destinacije koje imaju zabilježeni minimalno 5 kongresa međunarodnih asocijacija sukladno kriterijima i dodatnih 1.963 destinacije koje su ih evidentirale manje. U odnosu na prethodno razdoblje, to predstavlja skok za 13 mjesta.

S ciljem ostvarivanja novih kontakata, promocije i prodaje destinacije, 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. Planira se i potpora organizaciji M&I Express Forumu u Zagrebu na kojoj se očekuje više od 300 organizatora poslovnih događanja iz Europe.

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 2025. godini, TZGZ će nastaviti s razvojem i pozicioniranjem Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma, s posebnim fokusom na medicinski turizam, potičući suradnju svih relevantnih dionika. Aktivnosti će uključivati sudjelovanje na

sajmovima specijaliziranim za zdravstveni turizam te oglašavanje na ključnim medijima.

Suradnja s dionicima u turizmu grada Zagreba iznimno je važna i nastaviti će se i u 2025. godini, s ciljem dodatnog poticanja organiziranog dolaska u grad. Ova suradnja očituje se kroz zajedničko sudjelovanje na sajmovima, udruženo oglašavanje, pravovremenu informiranost, zajedničke aktivnosti te poticanje suradnje s partnerskim stranim organizacijama, uključujući dovođenje stranih savjetnika za putovanja.

U 2025. godini TZGZ planira provesti pojedina istraživanja tržišta kao što su utjecaj i važnost turizma kao djelatnosti za Zagreb, ali i započeti s procesom izrade novog vizualnog identiteta destinacije. Ujedno, u idućoj godini, a sukladno zakonskoj obvezi iz Zakona o turizmu, TZGZ će pripremiti dokument Plan upravljanja destinacijom sa svim potrebnim i pratećim istraživanjima.

Suradnja TZGZ-a 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, Zagreb Classic, Dvorišta, Artupunktura, Advent Zagreb), kao i destinacijske 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. Posebno se planira sveobuhvatna kampanja na Expediji, kao jednoj od najvećih i najznačajnijih platformi za putovanja.

U 2025. godini TZGZ planira i sveobuhvatnu offline i online kampanju posvećenu bogatoj turističkoj ponudi i kulturnoj baštini Medvednice. Osim izrade specijalizirane web stranice, planira se i izrada aplikacije za IOS i Andorid telefone na kojoj će biti prikazane sve relevantne informacije, ali i planinarske staze sa označenim rutama na zapadu, istoku i središnjem dijelu Medvednice.

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-a u suradnji sa Smithsonian.com. Stranice posvećene neobičnim muzejima (Museums maybe) bit će nadopunjavane novim sadržajima i promovirane

na domaćem i stranim tržištima. U 2025. godini nastavit će se promocija Zagreba kao zelene i održive destinacije, za čije potrebe su izrađene i posebne Green BuzzZg 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.

Planira se i nastavak vrlo uspješne suradnje s Michelinom, najpoznatijim vodičem za restorane, u smislu organizacije još jedne Michelin Masterclass radionice u Zagrebu te posjete Michelinovih influencera Zagrebu. Naglasak u promociji destinacije će i u 2025. godini biti i na gastro ponudi Zagreba pa je u planu i provedba online i offline kampanje posvećene bogatoj gastro sceni i ponudi grada pod nazivom Delicious Zagreb, kao i suradnja s gastro vodičima i influencerima.

S obzirom na to da sve veći broj turista sa sobom na putovanja vodi svoje kućne ljubimce, TZGZ će nastaviti objavljivati korisne informacije za vlasnike kućnih ljubimaca koji dolaze u grad Zagreb, kao i promovirati iste, na već izrađenim i objavljenim web stranicama posvećenima ljubimcima - Ljubimci Zagreba/Pets of Zagreb.

Zagreb je još 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 2025. 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 2025. godinu proveden je i sukladno javnom pozivu za prikupljanje prijava za sufinanciranje projekata, manifestacija, marketinških projekata, skupova i kandidatura u 2025. 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 odredbama Uredbe Komisije (EU) 2023/2831 od 13. prosinca 2023. godine o primjeni članka 107. i 108. Ugovora o funkcioniranju Europske unije na *de minimis* potpore.

Utjecaj svih vanjskih okolnosti na cjelokupno gospodarstvo, a posebno na turizam, je u potpunosti bilo nemoguće predvidjeti i procijeniti. TZGZ, slijedom analize dolazaka i noćenja za prvih 9 mjeseci 2024. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 1.420.000 dolazaka (9% više u odnosu na 2023. godinu), a što predstavlja 97% dolazaka u 2019. godini i 2.685.000 noćenja (6% više u odnosu na 2023. godinu), a što predstavlja povećanje od 1% u odnosu na noćenja iz 2019. godini. Za 2025.

godinu su sukladno Strateškom operativnom marketinškom planu napravljena tri scenarija – Pesimistični (2% više noćenja iz 2023. godine), Umjereni (5% više noćenja iz 2023. godine) te Optimistični (9,5% više noćenja iz 2023. godine). Kako će se s očekivanim rezultatima od 6% više noćenja na godišnjoj razini ostvariti i optimistični scenarij za 2024. godinu i u 2025. godini se očekuje nastavak trenda rasta.

U razdoblju siječanj – listopad 2024. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 1.198.217 dolazaka i 2.253.327 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 214.515 dolazaka te 383.227 noćenja (17,01% ukupnih noćenja), a strani turisti 983.702 dolaska i 1.870.100 noćenja (82,99% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2023. godinu, ostvareno je porast broja dolazaka turista za 9% (domaći dolasci su veći za 11% i strani dolasci su veći za 9%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 6% (domaća noćenja su veća za 5%, a strana noćenja veća za 6%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: SAD 85.191 (7% više u odnosu na isto razdoblje 2023. godine), Njemačke 75.734 (3% manje nego 2023. godine), Italije 51.211 (4% manje), Koreje 48.375 (81% više), Srbije 37.530 (17% više), a potom slijede turisti iz Španjolske, Ujedinjenog Kraljevstva, Bosne i Hercegovine, Bugarske i Francuske. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz SAD-a 182.855 (9% više nego 2023. godine), Njemačke 144.676 (4% manje), Italije 133.372 (5% manje), Ujedinjenog Kraljevstva 83.657 (5% više), Španjolske 71.771 (34% više), a potom slijede turisti iz Srbije, Francuske, Bosne i Hercegovine, Koreje i Austrije.

U cilju ostvarenja turističke politike u 2025. 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 2025. godinu.

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2025. GODINU

STRUKTURA AKTIVNOSTI

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

Slijedom usvojenog Strateško operativnog marketinškog plana za razdoblje 2024.-2028. godina, sredstva na stavci se rezerviraju za istraživanje i izradu Plana upravljanja destinacijom i pokazatelja za praćenje razvoja i održivosti turizma te analizu prihvatnih kapaciteta destinacije. Također, u planu je i dovršetak istraživanja i analize potrošnje Adventa Zagreb te utjecaja cjelokupne turističke ponude i turističkih kretanja, a posebno utjecaja turizma na gospodarstvo grada.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 190.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine
 - UKUPNO: 190.000**
2. **RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**
 - 2.1. **Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - Zdravstveni turizam**

Zdravstveni turizam ključni je segment u strategijama razvoja turizma kako Hrvatske, tako i Zagreba. U skladu s tim, nastaviti će se provedba aktivnosti usmjerenih na unapređenje i promociju zdravstvenog turizma, posebice medicinskog turizma. Za 2025. godinu planira se integrirana marketinška kampanja koja će obuhvatiti oglašavanje u tiskanim medijima, vanjsko oglašavanje (OOH) i online kampanju. Također, planirani su nastupi na specijaliziranim sajmovima, kongresima, konferencijama i radionicama posvećenima zdravstvenom turizmu, uz različite oblike podrške subjektima i dionicima zdravstvenog turizma u Zagrebu.

Planirane su i *de minimis* potpore za razvoj digitalne platforme zdravstvenog turizma specijalizirane za digitalnu strategiju, transformaciju poslovanja i medicinski turizam čiji je nositelji RexRea sa sjedištem u Zagrebu u iznosu do najviše 10.000 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 145.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine
 - 2.2. **Podrška razvoju turističkih događanja**
 - 2.2.1. **Potpore događanjima**

Cilj potpore 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, Glazbena kontrola ZET-a, Booksa u parku. Nastavlja se s pružanjem financijske potpore dosadašnjim uspješnim turističkim turama poput: Glazbenih šetnji Zagrebom, Secret Zagreba, Biciklističkih i pješačkih tura, tura Udruge Svi naši Šenoe, a potpore će se pružiti i novim, kvalitetnim turističkim turama, kao i projektima: Art plac na Splavnici, Ljetno kino arhitekture na Dolcu, Jane's Walk, itd.

Podržavanjem boutique događanja kao što su Le Grič, Mali piknik na Gornjem gradu, Zagreb Underground - festival vina u Tunelu Grič, Vinske ture Zagreba i okolice 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, među kojima se posebno ističu već poznati Zagrebački maraton, IJF Judo Grand Prix Zagreb, Zagreb Open Grand Prix - Ranking series, Svjetsko prvenstvo u hrvanju za seniore, Downhill Sljeme - međunarodno natjecanje u

biciklizmu, Zagreb Dance Grand Prix te brojne druge sportske manifestacije. S ciljem podizanja svijesti o inkluzivnosti, podržavaju se i natjecanja osoba s invaliditetom kao što je Sirius open – teniski turnir osoba u invalidskim kolicima. 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 predstavlja ključni i međunarodno prepoznat, nagrađivani turistički proizvod grada Zagreba. Kroz inovativne i kreativne sadržaje, značajno doprinosi diferencijaciji ponude, povećanju potrošnje, broja dolazaka, produljenju boravka i broju noćenja, čime dodatno osnažuje turističku atraktivnost destinacije. U realizaciji manifestacije sudjeluje širok spektar dionika, uključujući organizatore različitih lokacija, festivala, koncerata, izložbi, predstava i drugih kulturno-turističkih aktivnosti. Dok Grad Zagreb osigurava uvjete za korištenje javnih površina, TZGZ koordinira i promovira događanja, pruža podršku organizatorima te u suradnji s partnerima na specifičnim lokacijama razvija programe i sadržaje koji obogaćuju iskustva posjetitelja. Poseban fokus stavlja se na kreiranje nezaboravnih doživljaja, jedinstvenih scenografija i iluminacija, čineći Advent Zagreb prepoznatljivim simbolom grada, koji tijekom zimskih blagdana nudi toplu atmosferu i iznimnu zabavu. U cilju boljeg upravljanja manifestacijom, TZGZ surađuje s Gradom Zagrebom i ustanovom Priroda grada Zagreba u odabiru lokacija i pružanju potpore nositeljima tih lokacija, čime doprinosi uspješnoj realizaciji Adventa. S obzirom na vremenski odmak, programi i sadržaji Adventa se dogovaraju i reguliraju tijekom godine.

Zagreb je grad kulture, bogatog i raznovrsnog kulturno-umjetničkog života s brojnim povijesnim i umjetničkim sadržajima. TZGZ surađuje s brojnim nositeljima kulturne ponude koje se potiče na unapređivanje postojećih sadržaja u cilju razvijanja identiteta grada Zagreba kao grada kulture. Nastavno navedenom, u fokusu je potpora inovativnim i kreativnim kulturnim inicijativama koje doprinose diverzifikaciji na turističkom tržištu. Takvi su projekti vezani za kulturna događanja u javnom prostoru kojima je cilj revitalizirati gradske prostore, kao što su: projekt OKOLO koji donosi umjetničke instalacije i prostorne intervencije u centru grada, multimedijalni projekt Ljeto u MSU u formi „5 u 1“ (koncerti, festival, izložba, film, ples), Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista na Gornjem gradu i drugi. Turističku ponudu grada od proljeća do jeseni ponovno obogaćuju i brojni jazz projekti: Međunarodni dan jazzu 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. Zagreb je cjelogodišnje središte suvremene kulturne scene s bogatom ponudom originalnih kulturnih događanja koji imaju velik potencijal i značaj za budući rast ukupnog turističkog sektora zbog čega je u fokusu potpora značajnim izložbenim projektima koje u 2025. godini pripremaju Galerija Klovićevi dvori s izložbom „Bukovac u Pragu“ (treća izložba iz ciklusa „Bukovac u Europi“) te Arheološki muzej u Zagrebu s izložbama „Histerija zaborava“ o prvim ženama zagrebačkih muzeja i „Arheologija i popularna kultura“. U skladu s nastojanjima TZGZ-a za daljnje razvijanje kulturnog turizma u gradu Zagrebu s novim, originalnim sadržajima, podržavaju se izložbeni projekti (2+2) x 5 Nenada Sovilja u Etnografskom muzeju u Zagrebu te „Blackout: 40 godina Hip-Hopa u Hrvatskoj“ u organizaciji Udruge Blackout Hip Hop. Osim gore spomenutih, važno je istaknuti i ostale, već tradicionalne, vrijedne kulturno-turističke manifestacije poput Ljetnih večeri scene Amadeo, Ljetnih noći Teatra Exit, Glazbe u crkvi sv. Marka, Noći muzeja, Noći kazališta i mnogih drugih kojima se dodjeljuju sredstva, a obogaćuju kulturno-turističku ponudu grada Zagreba tijekom cijele godine.

U gradu se kroz godinu održavaju brojni i različiti festivali koji u velikoj mjeri oblikuju percepciju i imidž grada, čineći ga prepoznatljivom i živahnom destinacijom punom raznih iskustava. Ulice, trgovi i kulturne ustanove postaju vibrantni prostori ispunjeni životom, a najistaknutiji festivali često dovode do značajnog porasta broja posjetitelja i noćenja. U tom kontekstu, planira se nastavak podrške raznovrsnim tematskim festivalima koji pokrivaju širok spektar interesa i kulturnih područja. To uključuje festivale posvećene uličnoj umjetnosti i zabavi, jazzu, klasičnoj i elektronskoj glazbi, održivosti, kazalištu, poeziji, filmu, stripu te socijalnoj uključenosti. Među njima se ističu Zagreb jazz festival, tradicionalni ulični festival Cest is d' best, eventni elektronske glazbe s brojnim posjetiteljima koji dolaze izvan Zagreba - BSH events, ulična kulturna manifestacija Ilica Q'Art, dok Muzej iluzija izlazi na ulicu i priprema Festival iluzija povodom desete godišnjice rada.

Nastavlja se pružanje potpore i suradnja s organizatorima filmskih festivala, pri čemu su najpoznatiji Zagreb film festival, ZagrebDox i Animafest Zagreb.

Kulturne ustanove i razne institucije koje 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, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika s Meštrovićevim paviljonom, Kolekcionart, Tvornica kulture, Javna ustanova Park prirode Medvednica. Spomenutim ustanovama dodjeljuju se sredstva za godišnje programe rada ili za posebne projekte i manifestacije kako bi sadržajno dodatno obogatili turističku ponudu.

Na temelju pozitivnih iskustava i uspješne dugogodišnje prakse, dio potpore projektima i manifestacijama TZGZ-a i dalje se odobrava prema preporuci te u koordinaciji s Gradom Zagrebom i gradskim uredima, s naglaskom na njihov značaj i doprinos obogaćivanju turističke ponude Zagreba. To uključuje i prijedloge oglašivačke suradnje s partnerima, poput sportskih klubova i sportskih manifestacija. Turističko vijeće TZGZ-a razmatra svaku preporuku Grada te donosi konačnu odluku o pružanju potpore određenoj manifestaciji ili oglašivačkoj suradnji, s ciljem valorizacije kvalitete i značaja manifestacije te izbjegavanja dvostrukog financiranja pojedinih projekata. Prilog 1.

Nositelj aktivnosti: Prilog 1.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

2.306.500

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 2025. 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 Meetex-a, Zagreb će krajem kolovoza ugostiti i M&I express forum, kojem je glavni partner HUP Zagreb i Hotel Zonar. Cilj dvodnevnog foruma/radionice je promocija Zagreba kao poželjne kongresne i incentive destinacije, te upoznavanje s njegovim specifičnostima i mogućnostima. M&I forumi se održavaju u raznim destinacijama Europe i svijeta poput Barcelone, Londona, Lisabona, Istanbula, Dubrovnika, Chicaga, New Yorka i mnogih drugih. 2025. godine će se po prvi puta organizirati u Zagrebu, a očekuje se više od 300 organizatora poslovnih događanja iz UK, Irske, Njemačke, Francuske, Skandinavije i drugih europskih zemalja. Uz promotivne koristi, ostvarit će se više od 600 noćenja u destinaciji.

Posebni (međunarodni) kongres Jehovinih svjedoka, održat će se krajem srpnja i početkom kolovoza, a dovest će oko 15.000 sudionika od kojih je više od 10.000 stranaca. Riječ je o velikom projektu, koji će značajno doprinijeti broju gostiju u Zagrebu tijekom ljetnih mjeseci.

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

181.500

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 2.

2.2.3. Marketinški projekti, potpore i poslovne suradnje

Sukladno zaprimljenim prijavama za sufinanciranje projekata u 2025. godini, TZGZ će nastaviti podupirati projekte od posebne važnosti za kvalitetnu i raznoliku promociju turističke ponude grada. Realizacija projekata značajno će doprinijeti prepoznatljivosti grada, unaprijediti i poboljšati promociju same destinacije na različitim platformama kako u tiskanim izdanjima, tako i na digitalnim platformama. Prilog 3.

Nositelj aktivnosti: Prilog 3.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti

284.375

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. 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 2025. 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 realizacija već tradicionalnih projekata, poput Razgleda grada za Zagrepčane, s ciljem edukacije građana koji na ovaj način postaju najbolji promotori svoga grada, zatim niza projekata baziranih na povijesti, tradiciji i kulturnoj baštini unutar skupine projekata pod nazivom Zagrebački vremeplov. Projekt Zagrebački vremeplov revitalizira stare običaje i vremena, a ističu se Gornji grad u prošlosti, Folklorna ljetna scena, kao i Gornjogradske glazbene vedute. U oživljavanju Gornjeg grada posebno se podupire projekt Smjene straže te projekt Dvorišta, najznačajnija gornjogradska manifestacija, kojom se javnosti otvaraju inače zatvorena dvorišta i vrtovi Gornjeg grada. Nastavlja se i s organizacijom prigodnih aktivnosti u vrijeme Uskrsa kao i atraktivnog ljetnog događanja Plesnjaka na Zrinjevcu. Osim toga, tradicionalno će se obilježiti Dan grada Zagreba te 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.

Slijedom uspješnih dosadašnjih rezultata, 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 svrstava na razinu svjetskih metropola domaćina festivala svjetla.

Nakon treće uspješne realizacije projekta Zagreb Classic, višednevnog festivala klasične glazbe na Trgu kralja Tomislava, nastavit će se s daljnjom kvalitativnom razradom programa s ciljem profiliranja Festivala te privlačenja većeg broja posjetitelja. Na pozornici ispred Umjetničkog paviljona nastupili su brojni domaći i inozemni ansambli: Zagrebačka filharmonija, Simfonijski i Jazz orkestar HRT-a, Gradsko kazalište Komedija, Baletni ansambl HNK i dr. Projekcijama djela najpoznatijih austrijskih kulturnih institucija bilo je izvedeno i nekoliko programa Bečkog glazbeno-filmskog festivala koji su se pokazali kao kvalitetan novitet u ovogodišnjem programu Festivala.

Od 2021. do 2023. godine, tri godine za redom, Artupunktura – jedinstven projekt TZGZ-a i partnera, etablirao je jesen u Zagrebu kao vrijeme za buđenje svijesti o vrijednosti stvaranja. Kako bi se i nadalje zadržala visoka kvaliteta umjetničkog izričaja, u 2023. godini odlučeno je da će se Artupunktura održavati bialno po uzoru i na druge velike svjetske manifestacije iz područja umjetnosti i kulture.

Budući da su kultura i kulturni programi značajni promotori destinacije te važan dio turističke ponude Zagreba, nastavlja se s realizacijom bialnog projekta Artupunktura u jesenskom razdoblju, koje povezuje kulturu i turizam, stavljajući naglasak na područje suvremene kulture i pozicionira Zagreb kao suvremeno kreativno središte.

Nastavlja se daljnje partnerstvo i podrška realizaciji festivala turističkog filma - Zagreb Tourfilm festival i međunarodnog projekta Open house Zagreb koji promovira zagrebačku arhitekturu. Prilog 4.

Nositelj aktivnosti: Prilog 4.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

2.850.000

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.

Festival hrvatske glazbe u Beču - Platform for culture

15.000

Neplanirano:

10.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: **25.000**

Rokovi realizacije aktivnosti: 2025.

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 2025. godine nastaviti poticati međusobnu suradnju svih dionika u sustavu turizma. Planirane aktivnosti TZGZ-a obuhvaćaju stvaranje dodatne vrijednosti, 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.

Na ovoj stavci rezerviraju se i sredstva članstva 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.

TZGZ će nastaviti pružati podršku svojim članicama i u 2025. godini, osobito u kontekstu nastupa na turističkim sajmovima, kongresnim burzama i radionicama samostalno ili u organizaciji Hrvatske turističke zajednice (HTZ). Ova podrška uključuje sufinanciranje dijela troškova izlaganja na tim sajmovima ili radionicama, što omogućava članicama da učinkovitije promoviraju svoje usluge i proizvode na međunarodnim i domaćim tržištima.

Važno je napomenuti da spomenute potpore spadaju u kategoriju *de minimis* potpora, što znači da iznos potpore koji se može odobriti svakoj pojedinoj članici neće premašiti zakonom definiranu granicu za taj tip potpora, a kako bi se izbjeglo narušavanje tržišne konkurencije unutar Europske unije.

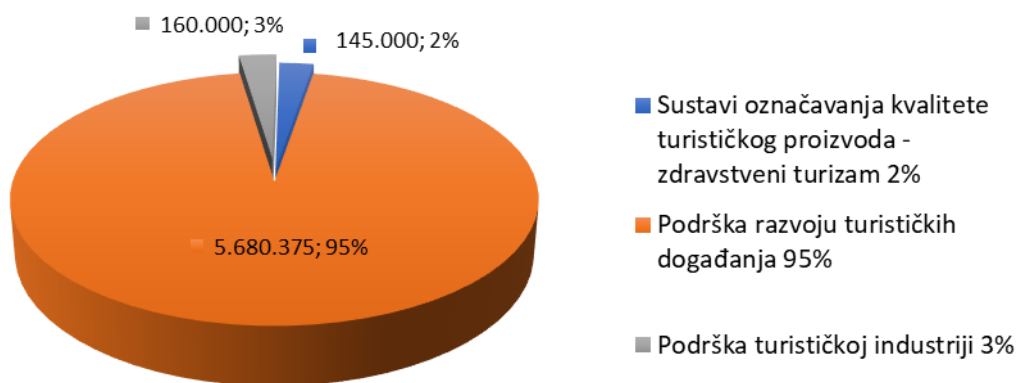
Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: **160.000**

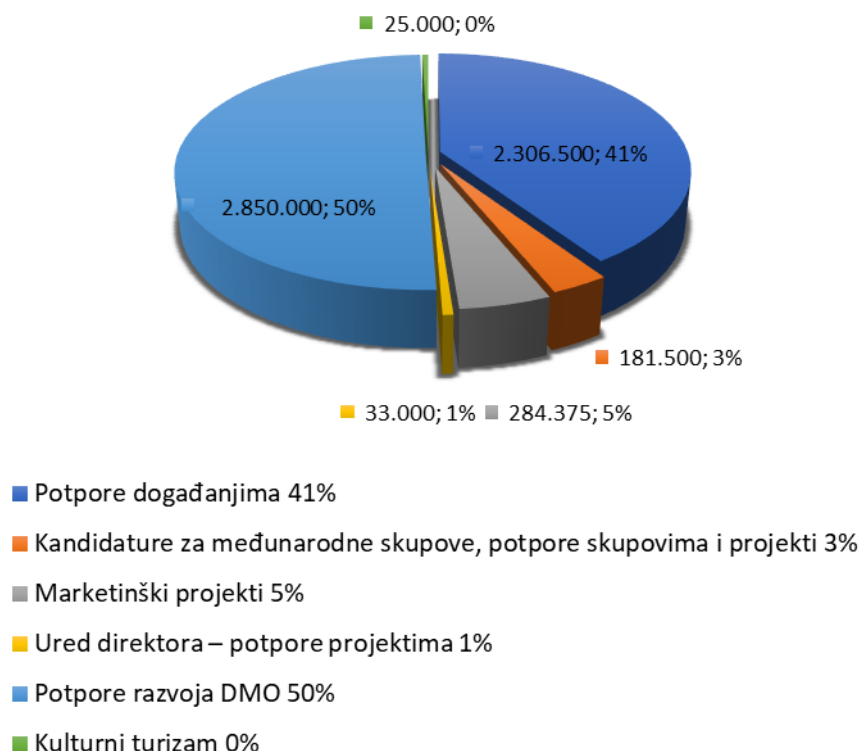
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

UKUPNO RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA **5.985.375**

RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA



PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA



3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

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

S ciljem unapređenja pozicioniranja Zagreba kao turističke destinacije, a slijedom Strateško operativnog i marketinškog plana za razdoblje 2024.-2028. godine, planirano je ulaganje sredstava u kreiranje novog branding sustava i razvoja novog brenda destinacije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. Kampanje TZGZ

Marketinška komunikacija kapitalnih projekata jedan je od prvih kontakata kojim će se potencijalni posjetitelji upoznati i doći u kontakt s destinacijom. Također, marketinške kampanje jedna su od osnovnih misija Strateškog plana te se njihovoj provedbi posvećuje velika pažnja. Imajući u vidu kako kampanje komuniciraju samu destinaciju kao i projekte u destinaciji, fokus će biti na korištenju brojnih i raznih komunikacijskih kanala. Postojeći turistički proizvodi koji će se promovirati putem ovih kampanja su Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic, Artupunktura te Advent Zagreb. Uz navedene projekte, u 2025. godini će se provesti i specijalizirane kampanje poput one za promociju Medvednice kao neizostavne i jedinstvene turističke ponude Zagreba.

Dodatno, posebna pažnja će se posvetiti promociji destinacije na američkom tržištu u suradnji s američkom udruženjem savjetnika za putovanja - Virtuoso, čije kampanje imaju za cilj privlačenje još većeg broja posjetitelja iz SAD-a.

TZGZ će razvijati kampanje kroz stratešku integraciju svih elemenata marketinške komunikacije, koristeći različite kombinacije komunikacijskih alata. Ovaj pristup uključuje kreiranje kampanja, analizu tržišta, učinkovito korištenje medija i praćenje rezultata. Kampanje će obuhvatiti širok spektar oglašavanja, kako na tradicionalnim tako i na digitalnim javnim površinama, uključujući OOH oglašavanje, radio oglašavanje i druge slične kanale.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

550.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.2.2. Oglašavanje u tisku

Unatoč značajnom porastu online oglašavanja, jedan od ključnih komunikacijskih kanala za povezivanje s potencijalnim posjetiteljima Zagreba i dalje ostaje oglašavanje u tiskanim medijima. Kroz ove oglase i suradnje, TZGZ koristi razne pristupe u pisanju članaka s ciljem pružanja ključnih informacija kao i motivacije posjetitelja da odaberu Zagreb kao destinaciju za posjet. Dugogodišnjom suradnjom s domaćim i međunarodnim medijskim kućama, kreativno se promovira grad putem oglasa, advertorijala i native članaka. Ova strategija bit će nastavljena i u 2025. godini, s ciljem dodatnog osnaživanja promocije turističkih proizvoda Zagreba u tisku, kao komplementarnog elementa šire marketinške kampanje. Objavljivanjem atraktivnih oglasa, TZGZ će i dalje razvijati prepoznatljiv identitet i imidž grada, kako na domaćem, tako i na stranim tržištima.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

238.586

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.2.3. Online kampanje

TZGZ će nastaviti u 2025. godini sustavno promovirati Zagreb kroz svoje online marketinške kampanje, predstavljajući ga kao atraktivnu destinaciju bogatu raznolikim i kreativnim događanjima. Poseban naglasak bit će stavljen na pozicioniranje Zagreba kao grada s bogatom kulturnom ponudom, destinacije sportskog, kongresnog i zdravstvenog turizma, te grada s raznovrsnom gastronomskom scenom. Isticat će se jedinstvena događanja i cjelogodišnja turistička ponuda, čime će Zagreb biti predstavljen kao idealna destinacija za posjet u svako doba godine.

U prvoj polovici 2025. godine, na tržištima SAD-a i Velike Britanije, TZGZ će nastaviti vrlo uspješnu kampanju putem Expedia-e, jedne od vodećih svjetskih platformi za putovanja.

Također, početkom godine planira se kampanja kojom će se istaknuti prirodne ljepote, raznovrsne planinarske staze, te bogata turistička ponuda i kulturna baština Medvednice. U proljeće slijedi kampanja za promociju Festivala svjetla Zagreb, kao vodećeg proljetnog događanja. Sredinom svibnja planirana je i opsežnija promocija Zagreb Classica koja obuhvaća koncerte klasične glazbe na otvorenom, dok je jesen rezervirana za promociju Artupunktura, jedinstvenog kulturnog događanja koje okuplja dionike u kulturi.

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.

Na tržištu SAD-a planiraju se i tzv. awareness kampanje koje će se provoditi putem popularnih streaming platformi Hulu i Roku. Hulu, poznat po širokom izboru televizijskih serija, filmova i originalnih sadržaja, omogućava doseganje raznolike publike, dok Roku, s milijunima korisnika i pristupom brojnim kanalima, pruža odličnu priliku za povećanje vidljivosti i jačanje prepoznatljivosti brenda.

Za završetak godine i promociju manifestacije Advent Zagreb, planira se provedba opsežne online kampanje. 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:

1.001.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.2.4. TV oglašavanje

Televizija kao medij značajno doprinosi marketinškim kampanjama šireći doseg na što veću ciljnu skupinu, čime omogućava prijenos informacija o destinaciji i projektima koje TZGZ provodi tijekom godine. U okviru TV oglašavanja, TZGZ nastavlja suradnju sa Z1 TV koja uključuje emitiranje reklamnog i informativnog sadržaja na četiri strana jezika. Također, TZGZ planira promociju kapitalnih događanja putem emitiranja atraktivnih animacija na nacionalnim medijskim kućama.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

100.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.2.5. Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama

TZGZ će tijekom 2025. 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. Promocija i 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 2025. godine

3.2.6. **Promotivni pano i displeji**

Oglašivački materijali poput plakata, cerada, banneri i zastava predstavljaju ključne elemente marketinških kampanja TZGZ-a, pružajući snažnu scensku prezentaciju i omogućujući intervencije u prostoru. Tijekom 2025. godine, odabrani materijali bit će dodatno usklađeni s marketinškim komunikacijama kako bi se dodatno osnažio branding turističkog proizvoda.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

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

3.3.1. **Formiranje baze podataka**

Predviđena su sredstva za prikupljanje objavljenih tekstova, reportaža, osvrti, najava i selekcioniranih prikaza u tiskanim i elektroničkim medijima, koji će biti korišteni u arhivske svrhe. Fokus će biti na temama vezanim uz turizam grada Zagreba i Turističku zajednicu grada Zagreba, kako na domaćem, tako i na međunarodnom tržištu. Također, bit će izrađene godišnje analize PR pojavnosti, uključujući i cost-benefit analize te, po potrebi, dodatne analize. Svi prikupljeni materijali bit će arhivirani online i snimljeni na DVD, stoga su predviđena sredstva za isto.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.3.2. **Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima**

Najvažniji oblik promocije turističke destinacije, suradnja s medijima, uključuje kako domaće, tako i strane medije, a temelji se na redovnim aktivnostima odnosa s javnošću. To obuhvaća organizaciju studijskih putovanja, konferencija za novinare, slanje priopćenja te komunikaciju putem interneta (web stranica, newsletter, press kutak).

Studijska putovanja za inozemne turističke novinare organiziraju se samostalno ili u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, prema određenim kriterijima. TZGZ također podržava tematska grupna studijska putovanja novinara, bilo u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom ili samostalno.

Uložena sredstva vraćaju se višestruko kroz objave članaka, reportaža, TV emisija, društvenih mreža, portala i blogova. Vrijednost objavljenog materijala prati se putem press clipping usluga.

Komunikacija s medijima putem interneta odvija se kroz dva kanala – web stranicu, koja nudi relevantne informacije i fotografije visoke rezolucije za tisak te mjesečne newslettere i press kutak, gdje su dostupna sva priopćenja TZGZ-a.

Suradnja s domaćim novinarima ima ključnu ulogu u stvaranju pozitivne percepcije o važnosti turizma u Zagrebu, a u tom kontekstu planira se redovito slanje priopćenja i organizacija konferencija za novinare u sklopu posebnih prezentacija turističke ponude grada. Za konferencije će biti pripremljeni prigodni press materijali.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

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

TZGZ i u 2025. 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.

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 2025. godini uz održavanje još jedne Masterclass radionice sa zagrebačkim chefovima, koja je prvi put održana 2023. i ostvarila odlične rezultate, planira i organizacija Michelin Influencer trip-a. Organizacijom Influencer trip-a, zahvaljujući velikom broju pratitelja Michelin društvenih mreža i influencera, doseći će se ciljana publika kojoj se želi promovirati lokalna gastronomska i ugostiteljska ponuda, kao i destinacija u cjelini.

Ovakva vrsta promocije dodatno etablira poziciju našeg glavnog grada na europskoj i svjetskoj

gastro sceni.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

227.500

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

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

U svrhu promocije grada u 2025. godini, nastavit će se organizacija razgleda grada, uz dodatne aktivnosti koje će biti usmjerene na strane diplomate, visoke dužnosnike, kao i druge goste važnih institucija, uključujući ministarstva RH, protokolarnu službu Ureda predsjednika i Grada Zagreba, veleposlanstva stranih država u Hrvatskoj, te obrazovne i kulturne ustanove od značaja. Kroz ove aktivnosti nastoji se dodatno promovirati kulturna baština Zagreba, kao i njegovi ekonomski i turistički potencijali, stvarajući uvjete za jačanje međunarodnih odnosa i suradnje na različitim poljima, uključujući politiku, diplomaciju i gospodarstvo. Organizacija ovih događanja bit će prilagođena specifičnim interesima i potrebama sudionika.

Nositelj aktivnosti:

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

50.000

Rokovi realizacije aktivnosti: do kraja 2025.

3.4. **Marketinške i poslovne suradnje**

3.4.1. **Suradnja s HTZ-om, avioprijevoznicima i agencijama**

Suradnjom s avioprijevoznicima i putničkim agencijama te kroz zajedničke promotivne aktivnosti u suradnji s HTZ-om, nastoji se potaknuti razvoj novih turističkih proizvoda, kao i stvaranje dodatne vrijednosti na temelju postojeće turističke ponude Zagreba. Ove zajedničke promotivne inicijative ključne su za daljnje pozicioniranje grada na globalnoj turističkoj i poslovnoj karti, čime se Zagreb ističe kao atraktivna destinacija za putovanja i ulaganja. Zagreb je primarno aviodestinacija pa je stoga neophodno usmjeriti pažnju na promociju izravnih letova koji povezuju grad s ključnim inozemnim destinacijama. Aktivnosti u ovom segmentu uključuju jačanje suradnje s nacionalnim prijevoznikom, ali i s rastućim brojem međunarodnih avioprijevoznika koji imaju strateški značaj za daljnji razvoj destinacije. Komplementarnu nadopunu čine tematske i ciljno usmjerene kampanje koje dodatno promoviraju specifične kapitalne projekte TZGZ-a. Ove aktivnosti imaju za cilj ne samo povećanje broja dolazaka i prometa, nego i jačanje prepoznatljivosti Zagreba kao međunarodnog centra kulture, inovacija i poslovanja.

Croatia Airlines

130.000

Ostali avioprijevoznici

195.000

Promotivni materijali za avioprijevoznike i agencije

22.000

Tematske i ciljane kampanje sa avioprijevoznicima

150.000

Neplanirano:

30.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

527.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.4.2. **Oglašavanje u promotivnim kampanjama TZGZ i privatnog sektora**

U 2025. godini planira se provesti udruženo oglašavanje kroz promotivne kampanje koje će uključivati suradnju dionika javnog i privatnog sektora. To znači da će TZGZ i odabrani nositelji smještajne ponude u destinaciji, turističke agencije i turoperatoru udružiti snage kako bi stvorili koherentnu i učinkovitu promociju. Ovakav oblik zajedničkog oglašavanja omogućit će sinergiju između različitih sektora, a to će rezultirati širim dosegom i većom vidljivošću destinacije na tržištu, te jačanju konkurentnosti, budući da objedinjavanje resursa i znanja svih dionika omogućuje maksimalno iskorištavanje promotivnih kanala. Kroz zajedničke marketinške aktivnosti, svi partneri bit će u mogućnosti dosegnuti nove ciljne skupine i stvoriti dugoročnu vrijednost za destinaciju.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

150.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.4.3. **Promotivne kampanje s partnerima**

U 2025. godini, suradnja s partnerima iz područja sporta, glazbe i kulture, kao i implementacija ciljanih promotivnih aktivnosti bit će ključna za unapređenje turističke ponude i poboljšanje percepcije Zagreba kao destinacije različitih oblika turizma. Ovi projekti, koji čine temelj turističke ponude grada, privući će veliki broj posjetitelja i imati značajan utjecaj na prepoznatljivost Zagreba, kao i na njegovo pozicioniranje na globalnoj karti destinacija domaćina velikih događanja. Planirane promotivne suradnje obuhvaćaju projekte poput WRC, Highlander Medvednica, LMF Festival Zagreb, INMusic festival, suradnju s HNS-om te Hrvatskim skijaškim

savezom i Hrvatskim olimpijskim odborom. U planu za 2025. godinu su promotivne suradnje na projektima od posebnog značaja te se rezerviraju sredstva koja će se tek konkretizirati u operativnom razdoblju.

Suradnja s glazbenim festivalima:

INmusic 370.000

LMF Festival Zagreb 150.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 955.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

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

Sudjelovanjem na međunarodnim turističkim sajmovima, TZGZ kontinuirano ulaže u promociju turističke ponude grada Zagreba, jača prepoznatljivost grada kao atraktivne turističke destinacije te povećava vidljivost destinacije na globalnom tržištu.

U 2025. godini planira se nastup na 16 turističkih sajmova od kojih je 7 samostalnih te 9 u suradnji s HTZ-om slijedom Ugovora o suizlaganju. Prilog 5.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 227.300

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.5.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

Specifičnost kongresnog tržišta manifestira 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. Na vodećim kongresnim burzama sudjeluje velik broj partnera iz industrije, specijaliziranih agencija i hotelijera, koji uz podršku destinacije imaju veće mogućnosti dogovaranja konkretnih poslova. Dodatno, kongresne burze, kao i specijalizirane radionice, predstavljaju izvor iz kojih se definiraju potencijalni klijenti za organizaciju studijskih putovanja i inspekcijskih posjeta. Tijekom 2025. 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: 60.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.5.3. Posebne prezentacije i radionice

Samostalno ili u suradnji s HTZ-om, zrakoplovnim prijevoznicima i hrvatskim diplomatskim predstavništvima, TZGZ planira sudjelovati na posebnim prezentacijama i poslovnim radionicama na ključnim emitivnim tržištima. Cilj tih aktivnosti je promocija Zagreba kao atraktivne turističke destinacije s posebnim naglaskom na jedinstvene turističke proizvode poput Adventa Zagreb, Festivala svjetla i Zagreb Classica. Prezentacije i radionice omogućuju direktne susrete s predstavnicima turističkih agencija, turoperatora i medija u inozemstvu. Također, planira se sudjelovanje na radionicama koje organiziraju relevantne strukovne udruge poput Virtuosa, u kojem TZGZ ima status Virtuoso Preferred Destination. U suradnji s Virtuosom, planira se održavanje webinarima i uspostava sustava za online učenje, s ciljem dodatne promocije Zagreba kao turističke destinacije i edukacije ključnih dionika sjevernoameričke turističke industrije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 247.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. 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. Planiraju se aktivnosti vezane uz samostalni ili zajednički nastup sa zainteresiranim partnerima na radionicama od posebnog značaja za Zagreb poput sudjelovanja na: Destination Showcase (London), MCE Central Europe Forum (Antalya), Balkans MICE Roadshow u organizaciji MIKI Travel (Manilla, Bangkok, Jakarta), Successful Meetings University (New York), PURE

International (Paris) MCE North & West Europe Forum (London), M&I Transatlantic (Madrid), M&I Express (u sklopu potpore projektu u Zagrebu). Krajem godine, u suradnji sa specijaliziranom agencijom za francusko tržište, planira se posebna prezentacija Zagreba u Parizu. Prema mogućnostima, planira se sudjelovanje na drugim specijaliziranim radionicama na različitim tržištima.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 69.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.6. **Suradnja s organizatorima putovanja**

U 2025. godini nastavit će se intenzivna suradnja s turističkim agencijama, turoperatorima, aviokompanijama i drugim ključnim dionicima turističke industrije, kako bi se dodatno unaprijedila promocija grada Zagreba kao atraktivne turističke destinacije. Jedan od glavnih fokusa bit će organizacija studijskih putovanja za savjetnike za putovanja (agente), čiji je osnovni cilj omogućiti im izravno upoznavanje s turističkom ponudom Zagreba, čime će se otvoriti nove mogućnosti za promociju grada na međunarodnim tržištima. Studijska putovanja savjetnika organizirat će se kroz različite oblike suradnje, kako samostalno, tako i u partnerstvu sa stranim turoperatorima, njihovim lokalnim partnerima u Hrvatskoj, te aviokompanijama koje omogućuju direktne letove prema Zagrebu. Osim toga, suradnja će obuhvatiti i HTZ, kao i njezina predstavništva u inozemstvu. Cilj ove strategije je dugoročno povećanje broja stranih turista, kao i širenje baze savjetnika za putovanja.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.6.1. **Organizacija inspekcijskih i studijskih putovanja organizatora kongresa**

Inspekcijska i studijska putovanja predstavljaju najvažniji prodajno-marketinški alat vezane uz kongresne aktivnosti. Za dio zainteresiranih organizatora kongresa i incentive putovanja, planira se organizacija inspekcijskih i studijskih 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 putovanje 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 klijente s europskog tržišta.

Sredstva se planiraju prema potrebi i za potencijalne individualne inspekcijske posjete, te druga studijska putovanja zainteresiranih kupaca ovisno o mogućnostima.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.7. **Kreiranje promotivnog materijala**

3.7.1. **Brošure i tiskani materijali**

TZGZ planira nastaviti izradu tiskanih promotivnih materijala koji će biti usmjereni na privlačenje posjetitelja te na promociju grada Zagreba na međunarodnom tržištu. Obuhvatit će sljedeće aktivnosti: izrada mjesečnika Programa priredaba na engleskom i hrvatskom jeziku koji će sadržavati informacije o raznovrsnim događanjima i manifestacijama u Zagrebu. Predviđen je tisak plana grada kao i dotisak naše opće brošure Dobro došli u Zagreb i mape vodiča Korak po Korak koji će pružiti lakše snalaženje te pružiti korisne informacije posjetiteljima grada Zagreba. Izrada posebnih tiskanih materijala, ovisno o projektima i aktivnostima TZGZ-a, pratit će promociju određenih aktivnosti ili same destinacije od posebnog značaja. Prilog 7.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 220.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.7.2. **Suveniri i promo materijali**

TZGZ planira nabavku i distribuciju suvenira i promotivnih materijala koji će biti korišteni prilikom promocije grada Zagreba u zemlji i inozemstvu s naglaskom na prepoznatljive simbole i suvenire povezane s gradom: licitarska srca, magneti, privjesci, drvene i kemijske olovke i vezice s

logom TZGZ-a koji će se dijeliti na sajmovima i kongresnim radionicama. Planira se i izrada suvenira i promo materijala za posebne projekte i kampanje TZGZ-a., a koje imaju za cilj unaprijediti promociju grada i ojačati brand destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 180.800

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. 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 2025. 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, nastaviti će se sa slanjem posebnog newslettera s naglaskom na kulturu, a kojim se Zagreb ciljano komunicira kao destinacija bogata raznolikom kulturnom ponudom. U 2025. godini nastavlja se 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: 15.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.7.4. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Multimedijalni materijali ključni su za promociju destinacije i predstavljaju neizostavan element svake marketinške kampanje. Proizvodnja inovativnog i atraktivnog multimedijalnog sadržaja od presudne je važnosti za ostvarivanje konkurentnosti na turističkom tržištu. Ovi materijali čine osnovu za razvoj i implementaciju marketinških kampanja, bilo da se radi o promociji destinacije, specifičnih događanja ili tematskih kampanja kao što su gastro, sportske, kulturne i slične. TZGZ planira u 2025. godini producirati nove multimedijalne materijale, uključujući promotivne filmove, animacije i druge audio-vizualne sadržaje prilagođene digitalnim oglašivačkim platformama.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 280.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.7.5. Kreiranje materijala za kanale online

TZGZ će kroz cijelu 2025. 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 2025. godine spomenuta web stranica će se i dalje obogaćivati novim tekstovima (blogovima) i vlogovima (video blogovima).

U planu je i kreiranje sadržaja za web stranice, mobilnu aplikaciju i kampanje kojima će se predstaviti prirodne ljepote, raznovrsne planinarske staze, te bogata turistička ponuda i kulturna baština Medvednice, kao i ponuda Zagreba za djecu.

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, 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 kapitalnih događanja (Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic, Artupunktura, Advent Zagreb) u planu je kreiranje i prijevod novog sadržaja kojim će se ažurirati pripadajuće web stranice. Kao i do sada, posebna pažnja bit će usmjerena kvalitetnoj prezentaciji turističkih informacija te redovitim ažuriranjem, obogaćivanjem i optimiziranjem 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, za podstranicu Ljubimci Zagreba nastaviti će se izrađivati novi sadržaj. Također, platforma Museums, maybe, koja predstavlja niz neobičnih zagrebačkih zbirki i atrakcija, ažurirat će se sadržajem sukladno otvaranju/dodavanjem novih muzeja.

Tijekom 2025. godine nastaviti će se s kreiranjem novog i kreativnog sadržaja za potrebe prezentacije na društvenim mrežama od kojih TZGZ ima profile na Facebook, Instagram, TikTok, X 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 2025. 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 Festival svjetla Zagreb, Artupunkturu, Advent Zagreb, zatim blog stranicu www.lovezagreb.hr, web stranicu www.tzgz.hr vezanu za ustroj i rad TZGZ-a.

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

U 2025. godini planira se nastavak redizajna turističkih stranica www.infozagreb.hr te prilagodba novog sustava za novi CMS V4.

Planirano je i treniranje AI modela i integracija AI tražilice na sadržaju infozagreb.hr za bolje i jednostavnije pretraživanje sadržaja te pomoć posjetiteljima u kreiranju itinerara za posjet Zagrebu.

U planu je redizajn i izrada novih web stranica tzgz.hr i meetinzagreb.hr, kao i nastavak izrade novih web stranica za promociju turističke ponude i kulturne baštine Medvednice.

U 2025. godini TZGZ planira napraviti nove web stranice posvećene djeci, odnosno svima onima koji putuju u Zagreb s djecom i u potrazi su za sadržajem prilagođenim njima.

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 sustav za Prijavu za sufinanciranje projekata, skupova, kandidatura i manifestacija. Planira se izrada novih prijavnica za 2025. godinu, izrada backup-a kompletnog sustava zbog prilagodbe za nadograđeni sustav u 2024., kao i potpuno nova aplikacija za prijavitelje sa još boljom validacijom podataka. Sve web stranice u 2025. godini će se prilagoditi na novi sustav CMS-a V4 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 2025. planiran je i redizajn integracija novog CMS-a V4 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:

127.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

(dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)

Glavni nositelji marketinške komunikacije, poput oglasa, plakata, brošura i letaka, nastaju kroz niz prethodnih aktivnosti, uključujući kreativno dizajniranje, izradu sadržaja, lekturu i prijevod tekstova, otkup foto materijala kao ključnog vizualnog elementa te različite oblike grafičkog oblikovanja. Izrada promotivnih materijala obuhvaća autorsko pisanje tekstova, prijevode i lekturu za sve tiskane i digitalne materijale TZGZ-a, kao i dizajn, grafičke prilagodbe i pripremu, uključujući prijenos svih prava na TZGZ. Jedan od ključnih resursa TZGZ-a je i njegova

fotografska baza, koja mora biti konstantno ažurirana kako bi se osigurala dovoljna količina kvalitetnih oglašivačkih materijala za cijelu godinu. Stoga je nužno kontinuirano obnavljati bazu fotografija te otkupljivati prava za njihovo medijsko, prostorno i vremensko korištenje.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 280.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.9.1. Analize podataka internetskih stranica i društvenih mreža

Navedena aktivnost obuhvaća analizu podataka s internetskih stranica i društvenih mreža blogera, influencera i drugih relevantnih digitalnih platformi koji surađuju s TZGZ-om ili pokazuju interes za promociju destinacije. Cilj je procijeniti kvalitetu i doseg njihovih sadržaja, demografske podatke njihove publike te utjecaj objava na vidljivost i promociju Zagreba. Dobiveni uvidi omogućit će kvalitetniji odabir suradnika, optimizaciju budućih kampanja i bolje usmjeravanje resursa.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.500

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

Tijekom 2025. 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 u svakodnevnom radu TIC-eva. 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: **520.000**

Ostali troškovi: 85.600

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 605.600

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3.10.1. Smeđa signalizacija i info table

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

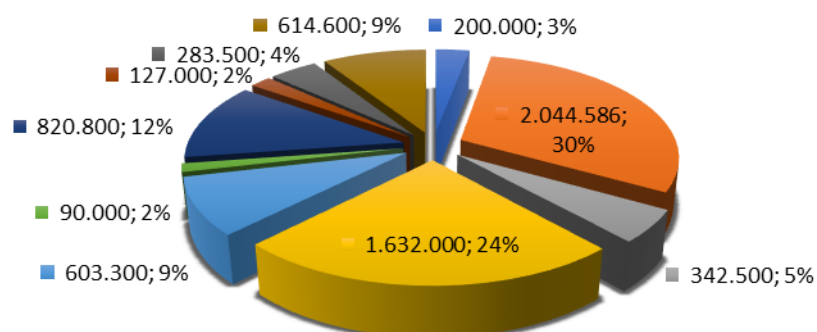
Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

3. UKUPNO: 6.758.286

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 24%
- 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice 9%
- 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja 2%
- 3.7. Kreiranje promotivnog materijala 12%
- 3.8. Internetske stranice 2%

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Stručni skupovi i edukacije

Sudjelovanjem na stručnim i poslovnim skupovima u organizaciji strukovnih udruga, TZGZ nastavlja ulagati u profesionalni razvoj i obrazovanje svojih zaposlenika. Time se omogućava pristup važnim informacijama o trenutnom stanju i turističkim kretanjima na različitim tržištima, kao i globalnim trendovima. Planira se sudjelovanje na godišnjim sastancima, seminarima i kongresima, uključujući godišnje kongrese ICCA-e, SITE-a i USTOA-a, kao i na specijaliziranim stručnim skupovima koje organiziraju relevantne strukovne udruge, poput City Destinations Alliance, Virtuosa i drugih.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

4.1.1. Kultura turizma – uvođenje izbornog predmeta u škole

Projekt Kultura turizma ove godine se predstavlja s novim nazivom „Odredište: Zagreb” te je kreiran novi vizualni identitet. Projekt u obliku izvannastavne aktivnosti, prvotno je pokrenut 2010. godine u zagrebačkim srednjim školama od strane TZGZ - a 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. Učenicima se na drugačiji način približavaju baština, kultura i turizam kroz nastavu i gostujuća predavanja sveučilišnih profesora te se potiče kreativnost i poduzetništvo stvaranjem turističkih proizvoda. 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: 50.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)

Nastavno na osvajanje nekoliko nagrada i priznanja u 2024. godini i nadalje se planira sudjelovati na međunarodnim stručnim natjecanjima i festivalima s promotivnim materijalima (filmskim, elektronskim ili tiskanim). U sklopu planiranih posebnih prezentacija Zagreba, kao i nastupa na različitim radionicama i sajmovima u inozemstvu, predviđeno je dodjeljivanje nagradnih putovanja u Zagreb. Ova putovanja bit će namijenjena, prije svega, savjetnicima za putovanja, predstavnicima medija te ključnim influencerima iz industrije turizma. Takvi potezi imaju višestruki značaj jer ne samo da potiču direktnu promociju Zagreba kao turističke destinacije, već služe i kao snažan marketinški alat u pozicioniranju grada na globalnom turističkom tržištu. Nagradna putovanja predstavljaju dodatni poticaj za jačanje međunarodnih odnosa i suradnje, dok istovremeno povećavaju vidljivost Zagreba u različitim segmentima turizma. Ovaj pristup omogućit će da Zagreb, kroz direktnu promociju i osobno iskustvo, stekne status atraktivne destinacije među profesionalcima i novinarima u turizmu, čime se stvara dugoročan temelj za daljnji rast posjećenosti i međunarodnog ugleda.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

10.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

4.2.1. Zagreb Card

Zagreb Card kartica dio je europskog projekta *We Love City Cards*, koji se provodi u okviru međunarodne udruge ECM (*European Cities Marketing*). Namijenjena je svim posjetiteljima Zagreba s ciljem da im boravak učini što ugodnijim i atraktivnijim, dok istovremeno doprinosi jačanju imidža Zagreba kao popularne destinacije za *city break*. Dostupna u verzijama od 24 i 72 sata, kartica korisnicima omogućuje besplatan gradski prijevoz, besplatan ulaz na šest gradskih atrakcija te dodatne popuste u galerijama, muzejima i raznim uslugama.

Za 2025. godinu planira se daljnje unapređenje sustava, proširenje broja partnerskih lokacija te integraciju novih atrakcija i usluga. Promocija će se intenzivirati na online i offline kanalima, uključujući ciljne kampanje na društvenim mrežama, suradnju s influencerima i partnerima u turističkoj industriji, kao i prisutnost na sajmovima i promotivnim događanjima. Naglasak će biti na modernizaciji korisničkog iskustva i prilagođavanju potrebama suvremenih putnika.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

70.950

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

4.3. Poticanje na čuvanje i uređenje okoliša

Nastavlja se dugogodišnja praksa postavljanja cvjetnih košarica na ulične svjetiljke Donjeg i Gornjeg grada uz turistički atraktivne lokacije, s ciljem uljepšavanja gradskih ulica i kreiranjem dodatnih zelenih punktova.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

26.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

UKUPNO:

256.950

DESTINACIJSKI MENADŽMENT



5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

TZGZ je član relevantnih međunarodnih strukovnih organizacija: UN Tourism, USTOA, ETOA, CityDNA - City Destinations Alliance, ICCA, Skâl, SITE te World Tourism Cities Federation u kojima se planira nastaviti sa članstvom i u 2025. godini.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.686

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2025. godine

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

U 2025. godini TZGZ planira nastaviti sa članstvom u sljedećim domaćim organizacijama: UHPA, UPUHH i Udruzi računovođa i financijskih djelatnika.

Planirana sredstva: 2.687

UKUPNO: 23.373

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće i ostala materijalna primanja radnika

Planirana sredstva 2.300.000

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 40.000

6.2. Materijalni troškovi

Planirana sredstva: 800.016

6.3. Tijela turističke zajednice

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

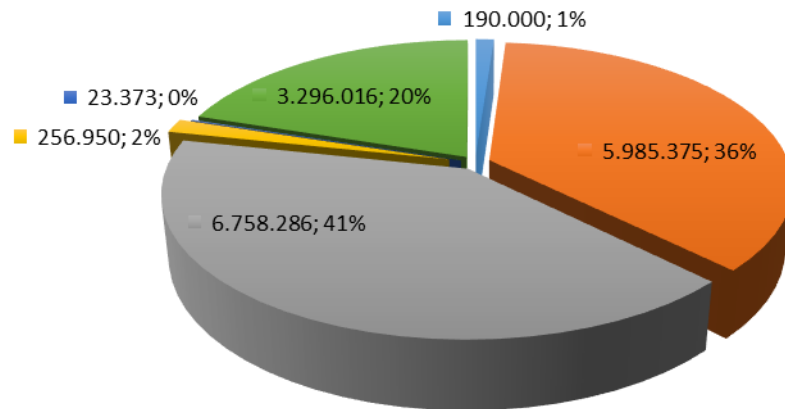
Planirana sredstva ukupno za točki 6.: 124.000

Ured TZGZ-a će koordinirati izvršenje Programa rada i provoditi sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća TZGZ-a. Administrativni poslovi uključuju troškove plaća i ostalih materijalnih primanja radnika, prijevoza i drugih rashoda za zaposlenike (sistematski pregledi, zaštita na radu i sl.) te materijalne troškove. Materijalni troškovi (režijski troškovi, odvjetničke, revizorske i savjetodavne usluge, edukacije, održavanje prostora, nabava i održavanje opreme, najamnine, adaptacija i dr. - Prilog 9) planirani su sukladno očekivanim troškovima i usklađeni s rastom cijena. U 2025. godini planira se nabava novog vozila u zamjenu za staro, kao i nabava računalne opreme.

UKUPNO: 3.296.016

SVEUKUPNO: 16.510.000

AKTIVNOSTI



- ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE 1%
- RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 36%
- KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE 41%
- DESTINACIJSKI MENADŽMENT 2%
- ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA 0%
- ADMINISTRATIVNI POSLOVI 20%

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2025. GODINU

I. PRIHODI

RB		PRIHODI	Plan 2024.	ID 2024.	Plan 2025.	Udio %	Index
1.		Izvorni prihodi					
	1.1.	Turistička pristojba	2.150.000	2.150.000	2.290.000	13,87	106,51
	1.2.	Turistička članarina	10.800.000	11.500.000	12.870.000	77,95	111,91
2.		Preneseni prihod iz prethodne godine	980.000	980.000	1.230.000	7,45	125,51
3.		Ostali prihodi	11.000	120.000	120.000	0,73	100,00
		SVEUKUPNO:	13.941.000	14.750.000	16.510.000	100,00	111,93

1.1. Turistička pristojba

Planirani prihod od uplate turističke pristojbe u 2025. godini iznosi 2.290.000 eura. Planirani iznos predviđen je temeljem ostvarenih rezultata u 2024. godini te odluci o visini turističke pristojbe za 2025. godinu.

1.2. Turistička članarina

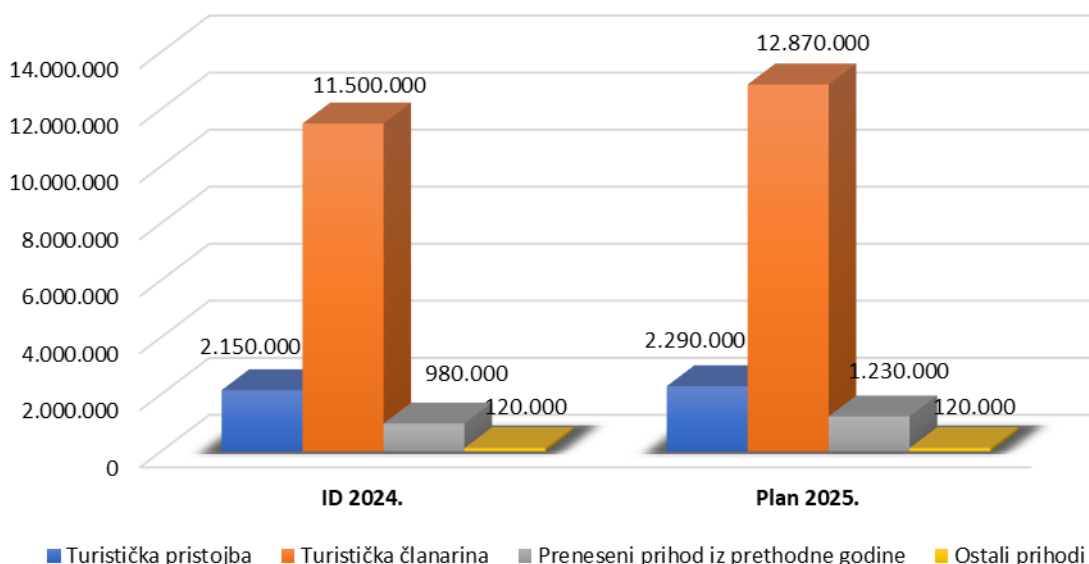
Turistička članarina planirana je u iznosu od 12.870.000 eura. Uzimajući u obzir rast gospodarstva u 2024. godini, trenutnu realizaciju prihoda od turističke članarine i projekciju do kraja godine te akontacije turističke članarine koje se uplaćuju po osnovi ostvarenih prihoda u 2024. godini, očekujemo veći prihod od turističke članarine u 2025. godini.

2. Višak prihoda planiran je u iznosu od 1.230.000 eura. Ostvareni ukupni iznos prenesenih prihoda će se izraziti u Izvješću o izvršenju programa rada za 2024. godinu.

3. Ostali prihodi

Planirani su ostali prihodi u iznosu od 120.000 eura.

PRIHODI



II. RASHODI

RB		AKTIVNOSTI	Plan 2024.	ID 2024.	Plan 2025.	Udio	Index
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE					
	1.1.	Istraživanje i analiza tržišta	200.000	55.000	190.000	1,15	345,45
		Ukupno:	200.000	55.000	190.000	1,15	345,45
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA					
	2.1	Sustavi označavanja kvalitete turist. proizvoda - Zdravstveni turizam	180.000	45.500	145.000	0,88	318,68
	2.2	Podrška razvoju turističkih događanja					
	2.2.1.	Potpore događanjima	1.947.750	2.389.215	2.306.500	13,97	96,54
	2.2.2.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti	158.800	149.051	181.500	1,10	121,77
	2.2.3.	Marketinški projekti, financijske potpore i posl. suradnje	222.900	302.000	284.375	1,72	94,16
	2.2.4.	Ured direktora – potpore projektima	33.000	33.000	33.000	0,20	100,00
	2.2.5	Potpore razvoja DMO	2.102.800	1.911.069	2.850.000	17,26	149,13
	2.2.6	Kulturni turizam	20.000	22.000	25.000	0,15	113,64
	2.3.	Podrška turističkoj industriji	95.000	90.000	160.000	0,97	177,78
		Ukupno:	4.760.250	4.941.835	5.985.375	36,25	121,12
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE					
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	150.000	5.000	200.000	1,21	4.000,00
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda					
	3.2.1	Kampanje TZGZ	525.000	450.000	550.000	3,33	122,22
	3.2.2	Oglašavanje u tisku	190.000	197.871	238.586	1,45	120,58
	3.2.3	Online kampanje	830.000	760.000	1.001.000	6,06	131,71
	3.2.4	TV oglašavanje	70.000	70.000	100.000	0,61	142,86
	3.2.5	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama	5.000	5.000	5.000	0,03	100,00
	3.2.6	Promotivni panoji i displeji	150.000	150.000	150.000	0,91	100,00
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR					
	3.3.1.	Formiranje baze podataka, presscut	25.000	25.000	25.000	0,15	100,00
	3.3.2.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	50.000	40.000	40.000	0,24	100,00
	3.3.3.	Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima	150.000	135.000	227.500	1,38	168,52
	3.3.4.	Suradnja s državnim i ostalim institucijama	70.000	60.000	50.000	0,30	83,33
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje					
	3.4.1.	Suradnja s HTZ-om, avioprijevoznicima i agencijama	485.000	497.000	527.000	3,19	106,04
	3.4.2.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama TZGZ i privatnog sektora	70.000	125.000	150.000	0,91	120,00
	3.4.3.	Promotivne kampanje s partnerima	1.078.000	1.128.200	955.000	5,78	84,65
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice					
	3.5.1.	Samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ-om	193.400	194.541	227.300	1,38	116,84
	3.5.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	62.000	52.096	60.000	0,36	115,17
	3.5.3.	Posebne prezentacije i radionice	189.600	210.000	247.000	1,50	117,62
	3.5.4.	Posebne prezentacije i radionice/kongresni odj.	37.000	43.799	69.000	0,42	157,54

RB	AKTIVNOSTI	Plan 2024.	ID 2024.	Plan 2025.	Udio	Index
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	35.000	25.000	40.000	0,24	160,00
3.6.1.	Organizacija inspekcijskih i studijskih putovanja organizatora kongresa	50.000	37.000	50.000	0,30	135,14
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala					
3.7.1.	Brošure i tiskani materijali	213.000	220.500	220.000	1,33	99,77
3.7.2.	Suveniri i promo materijali	126.800	181.453	180.800	1,10	99,64
3.7.3.	Newsletter TZGZ	15.140	14.750	15.000	0,09	101,69
3.7.4.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	230.000	271.700	280.000	1,70	103,05
3.7.5.	Kreiranje materijala za kanale online	125.000	125.000	125.000	0,76	100,00
3.8.	Internetske stranice	84.500	113.400	127.000	0,77	111,99
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka (dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)	250.000	280.000	280.000	1,70	100,00
3.9.1.	Analize podataka internetskih stranica i društvenih mreža			3.500	0,02	
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	491.500	550.700	605.600	3,67	109,97
3.10.1.	Smeđa signalizacija i info table	9.000	9.000	9.000	0,05	100,00
	Ukupno:	5.959.940	5.977.010	6.758.286	40,93	113,07
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT					
4.1.	Stručni skupovi i edukacije	80.000	100.000	100.000	0,61	100,00
4.1.1.	Odredište: Zagreb - uvođenje izbornog predmeta u škole	40.000	50.000	50.000	0,30	100,00
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)	10.000	10.000	10.000	0,06	100,00
4.2.1.	Zagreb Card	70.000	55.763	70.950	0,43	127,23
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	26.000	26.000	26.000	0,16	100,00
	Ukupno:	226.000	241.763	256.950	1,56	106,28
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA					
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	18.600	21.400	20.686	0,13	96,66
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	2.500	2.687	2.687	0,02	100,00
	Ukupno:	21.100	24.087	23.373	0,14	97,04
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI					
6.1.	Plaće	1.950.000	1.950.000	2.300.000	13,93	117,95
6.1.1.	Izdaci za prijevoz na posao	32.000	32.000	32.000	0,19	100,00
6.1.2.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu, radna odjeća)	29.200	50.000	40.000	0,24	80,00
6.2.	Materijalni troškovi - Turistički ured	709.510	747.600	800.016	4,85	107,01
6.3.	Tijela turističke zajednice	53.000	56.000	124.000	0,75	221,43
	Ukupno:	2.773.710	2.835.600	3.296.016	19,96	116,24
	SVEUKUPNO:	13.941.000	14.075.295	16.510.000	100,00	117,30

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	443.200	2,68%

III. REKAPITULACIJA

UKUPNO PRIHODI: 16.510.000 EUR

UKUPNO RASHODI: 16.510.000 EUR

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2025.GODINU

PRILOZI

PRILOG 1. - POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	De minimis	Plan 2025.
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.	Glazbena kontrola - Čvenk kod uspinjače - Zagrebački orkestar ZET-a / kroz godinu		7.000
4.	Rooftop sessions with Sara Renar - Sara Renar samostalna umjetnička djelatnost / lipanj - rujan		2.500
5.	Glazbene šetnje Zagrebom - Hrvatski glazbeni zavod / kroz godinu		2.000
6.	Segway City Tour Zagreb - Supercroatian, obrt / kroz godinu	1.500	1.500
7.	Secret Zagreb - Kazivačica d.o.o. za savjetovanje i usluge / kroz godinu	1.500	1.500
8.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike tours Zagreb j.d.o.o. / kroz godinu	1.500	1.500
9.	MSU tematske ture - Muzej suvremene umjetnosti / kroz godinu		1.500
10.	Galerija Šenoa u pokretu, riječi i slici / udruga Svi naši Šenoje / kroz godinu		1.500
11.	Zagrebački vergl - Udruga Zagrebački vergl / kroz godinu		2.000
12.	Books u parku - Udruga za promicanje kultura Kulturtreger / kroz godinu		3.000
13.	ESCAPE ZA VAN U MUZEJU - Kreativna Audiovizualna Asocijacija / studeni		1.500
14.	Art Plac na Splavnici - Rekreator / kroz godinu		2.000
15.	Jane's Walk Zagreb - Centar za kulturu Trešnjevka / svibanj		1.500
16.	Ljetno kino arhitekture na Dolcu - UHA / lipanj - srpanj		3.000
17.	NEPLANIRANO		15.000
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	14.500	77.000

RB	Eno i gastro	De minimis	Plan 2025.
1.	Mali piknik - Udruga Mali plac / srpanj		7.500
2.	Le Grič - Udruga Mali plac / kolovoz		7.500
3.	PLACe market Hrvatska - S2 d.o.o. / travanj - listopad	5.000	5.000
4.	Vinske ture, Zagreb i okolica - Hrvatska na čašu d.o.o. / kroz godinu	1.500	1.500
5.	ZAGREB UNDERGROUND - Media desk d.o.o. / travanj	1.500	1.500
6.	NEPLANIRANO		10.000
	UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO	8.000	33.000

RB	Sport	De minimis	Plan 2025.
1.	Svjetsko prvenstvo u hrvanju za seniore - Zagreb 2025./ Hrvatski hrvački savez	15.000	15.000
2.	33. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	10.000	10.000
3.	IJF Judo Grand Prix Zagreb - Hrvatski judo savez / kolovoz	7.000	7.000
4.	Zagreb Open Grand Prix, Ranking series - Savez hrvačkih sportova grada Zagreba / siječanj	7.000	7.000
5.	World finale Zagreb 2025. - Sportski klub Bambi kids / svibanj		3.000
6.	Zagreb Dance Grand Prix - Plesni klub Spin / svibanj	1.500	1.500
7.	Zagreb Run 2025. - DSR Aktivan život / svibanj - prosinac	3.000	3.000
8.	Downhill Sljeme 2025. - DSR Bike park Sljeme / rujan	2.000	2.000
9.	Sirius Open - Teniski klub osoba s invaliditetom Sirius / lipanj		2.000
10.	NEPLANIRANO		20.000
	UKUPNO SPORT	45.500	70.500

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	De minimis	Plan 2025.
1.	I.A.A.F. - Hanžekovićev memorijal, međunarodni atletski miting – Atletski klub Dinamo Zrinjevac / rujan		70.000
2.	NK Dinamo		45.000
3.	RK Zagreb		45.000
4.	KK Cibona		45.000
5.	VK Mladost		27.000
6.	HAOK Mladost		27.000
7.	RK Lokomotiva		27.000
8.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni / ljeto		7.000
9.	Dani satire Fadila Hadžića - Satiričko kazalište Kerempuh / rujan		4.000
10.	Neraspoređeno		100.000
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM		397.000

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis	Plan 2025.
1.	Božićna i novogodišnja događanja 2025.		1.275.000
2.	Troškovi Adventa prethodne godine		25.000
	SVEUKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA u dijelu		1.300.000

RB	Kultura	De minimis	Plan 2025.
1.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz		30.000
2.	Ljetne večeri scene Amadeo - Udruga Scena Amadeo / kolovoz - rujan		14.000
3.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista - UO Zagrebački solisti / rujan		10.000
4.	Zagrebačko glazbeno proljeće - "Šulek i suvremenici" - KD Vatroslav Lisinski / svibanj		10.000
5.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj	5.000	5.000
6.	Muzički biennale Zagreb - Hrvatsko društvo skladatelja Muzički Bienalle Zagreb / travanj		4.000
7.	Glazba u crkvi sv. Marka, Oratorijsko društvo crkve sv. Marka / travanj - prosinac		4.000
8.	Zvuci Opatovine - Studentsko kulturno-umjetničko društvo Ivan Goran Kovačić / kroz godinu		2.000
9.	Svjetski dan glazbe - Hrvatska glazbena unija / lipanj		3.000
10.	Koncerti iznenađenja - Hrvatski glazbeni zavod / ožujak - lipanj		5.000
11.	Spring etno jazz - Platform for culture d.o.o. / svibanj		7.000
12.	Brokenships stage - Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / lipanj - srpanj	5.500	5.500
13.	Međunarodni dan jazza - Hrvatska glazbena unija / travanj		2.000
14.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu		2.000
15.	Izložba (2 + 2) x 5 - Sovilj dva d.o.o. / prosinac		15.000
16.	Izložba Bukovac u Pragu (treća izložba iz ciklusa Bukovac u Europi) - Galerija Klovičevi dvori studeni 2025. - veljača 2026.		10.000
17.	Zagrebački umjetnici povezuju Zagreb i Beč - udruga Nomad / listopad - prosinac		4.000
18.	Izložba Histerija zaborava - prve žene zagrebačkih muzeja te Arheologija i popularna kultura - Arheološki muzej u Zagrebu / ožujak 2025. - veljača 2026.		5.000
19.	60. zagrebački salon - HDLU / rujan - studeni		5.000
20.	Nesvrstani 7 - kuća Lauba / lipanj		3.000

RB	Kultura	De minimis	Plan 2025.
21.	Ivan Meštrović i Tomislav Gotovac INTIMA JAVNOGA - Institut Tomislav Gotovac / veljača - ožujak		2.000
22.	Izložba - Blackout : 40 godina Hip-Hopa u Hrvatskoj - Udruga Blackout Hip Hop / veljača - ožujak		2.500
23.	11. Reli po galerijama - Udruga za poticanje kreativnosti Atanor / listopad		1.500
24.	Noć muzeja - Hrvatsko muzejsko društvo / siječanj		2.000
25.	Noć kazališta - Narodno sveučilište Dubrava / studeni		2.000
26.	Ljetne noći Teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - kolovoz		6.000
27.	Croatian Theatre Subtitled - Zagrebačko kazalište mladih / kroz godinu		3.000
28.	NEPLANIRANO		20.000
	UKUPNO KULTURA	10.500	184.500

RB	Festivali	De minimis	Plan 2025.
1.	Cest is d'best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj		25.000
2.	Festival iluzija - 10. godišnjica Muzeja Iluzija - Mozgaonica d.o.o. / lipanj		10.000
3.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o. / kroz godinu	20.000	20.000
4.	Večeri na Griču - KIC / srpanj		7.000
5.	Musica maxima X, festival komorne glazbe i 20. obljetnički koncert - Zagrebački komorni orkestar / rujan		5.000
6.	BSH events - Marinanet d.o.o. / kroz godinu	6.000	6.000
7.	Zagreb Wind & Brass fest WIBRA - Zagrebački orkestar ZET-a / lipanj		3.000
8.	Projekti Ilica: Q'Art - udruga Imagination / kroz godinu		6.000
9.	Greencajt festival - FHR d.o.o. / svibanj	5.000	5.000
10.	Međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan		5.000
11.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj		5.000
12.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan	4.000	4.000
13.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj		4.000
14.	BIT - Međunarodni festival kazališta slijepih i slabovidnih - OU Novo kazalište / rujan - listopad		4.000
15.	Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / svibanj		3.000
16.	Pop Up Film Festival - Urban Entertainment j.d.o.o. / ljeto	2.500	2.500
17.	NEPLANIRANO		20.000
	UKUPNO FESTIVALI	37.500	134.500

RB	Filmski projekti	De minimis	Plan 2025.
1.	Zagreb Film Festival - UO Zagreb Film Festival / studeni		6.500
2.	ZagrebDox, međunarodni festival dokumentarnog filma - Udruga Factum / ožujak - travanj		6.500
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		28.000

RB	Suradnja s ustanovama i institucijama	De minimis	Plan 2025.
1.	Muzej grada Zagreba		10.000
2.	Muzej suvremene umjetnosti		3.000
3.	Hrvatski prirodoslovni muzej		4.000
4.	Etnografski muzej		4.000
5.	Umjetnički paviljon u Zagrebu		4.000
6.	Meštrovićev paviljon u gostovanju: Martina Miholić - Hrvatsko društvo likovnih umjetnika		3.000
7.	Javna ustanova Park prirode Medvednica		5.000
8.	Koncertna dvorana Tvornica kulture, programi kroz godinu	5.000	5.000
9.	Muzej prekinutih veza (novi stalni postav) - MBR kolektiv d.o.o.	10.000	10.000
10.	Godišnji izložbeni program - Kuća Lauba	10.000	10.000
11.	Muzej čokolade Zagreb - Svijet čokolade d.o.o.	3.000	3.000
12.	Muzej novog vala - Neprilagođen d.o.o.	3.000	3.000
13.	Kolekcionart Nove Perspektive - Godišnji program izložbi - Kolekcionart		3.000
14.	NEPLANIRANO		15.000
	UKUPNO SURADNJA S USTANOVAMA I INSTITUCIJAMA	31.000	82.000
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	147.000	2.306.500

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

RB	Naziv	De minimis	Plan 2025.
1.	WINE EnoGASTRO VIP Event - Međunarodna konferencija vinskih, ugostiteljskih i gastronomskih znalaca, Ricerca Mercato, 4.-5.2.	3.000	3.000
2.	Vinart Grand Tasting, Vinart d.o.o., 1. 2. - 4. 3.	3.000	3.000
3.	Kongres Europske baseball softball konfederacije 2025, Hrvatski baseball savez, 6.-9.2.		3.000
4.	4. Simpozij o dijabetesu, kardiologiji, nutriciji i endo-onkologiji, A.T.I. d.o.o, 14.-16.2.	2.000	2.000
5.	Međunarodni sudački seminar i ispit za mušku sportsku gimnastiku i parkour, Hrvatski gimnastički savez, 14.-26.2.	3.000	3.000
6.	Best Stay konferencija, Positive Garden d.o.o., 27. - 28.2.	3.000	3.000
7.	Voices - Europski festival novinarstva i medijske pismenosti, Sindikat novinara Hrvatske, 28.2.-1.3.		10.000
8.	RED konferencija, HESA Group d.o.o., 11.-13.2.		2.000
9.	Izazovi i dobiti uključivanja pasa pomagača i terapijskih pasa, Hrvatska udruga za školovanje pasa vodiča i mobilitet, 20.-21.3.	1.500	1.500
10.	Money Motion 2025, Short Notice Productions, 27.-28.3.	2.000	2.000
11.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni eventi d.o.o., 1.-3.4.	45.000	45.000
12.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društava distrofičara Hrvatske SDDH, 25.-27.4..		1.500
13.	Future Tense powered by Lurssen 2025, Komunikacijski laboratorij, 8.5.	2.500	2.500
14.	LEAP Summit 2025., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 8. - 9. 5.	4.000	4.000
15.	Međunarodni dani znanstvene fantastike SFeraKon 2025, Društvo Sfera, 9. - 12.5.	3.000	3.000
16.	Kandidatura za Europske dane znanstvene fantastike EUROCON 2028, Društvo Sfera, 10.-15.5.	2.000	2.000
17.	European Nuclear Young Generation Forum, Hrvatsko nuklearno društvo, 2.-6.6.	3.000	3.000
18.	Industry programi Animafesta Zagreb 2025., Hulahop d.o.o., 2.-7.6.	4.000	4.000
19.	Green Energy EXPO Zagreb 2025, A.T.I. d.o.o., 3. - 4.6.	2.000	2.000
20.	Annual Congress of Central European Diabetes Association (CEDA 2025), A.T.I., 12.-14.6.	3.000	3.000
21.	11. Europski žanrovski forum, Udruga Rudolf, 3.- 6.7.	2.000	2.000
22.	Međunarodna konf. Tesla u Zagrebu, Udruga Nikola Tesla - Genij za budućnost, 11.7.		1.500
23.	M&I Express Zagreb 2025, HUP-Zagreb, 27.-29.8.	14.000	14.000
24.	Posebni (međunarodni) kongres Jehovinih svjedoka 2025., Jehovini svjedoci KVZ, 27.7.-5.8.		20.000
25.	4th International Congress on Roman Bioarchaeology, Institut za antropologiju, 31.8. - 2.9.	2.500	2.500
26.	2025 Zagreb IAPL Colloquium: Judicial Efficiency Revisited, Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 11. - 13.9.	2.500	2.500
27.	Zagreb SLUSH'D 2025, Hrvatski ured za kreativnost, 15.-16.10.	2.000	2.000
28.	30. hrvatski simpozij osoba s invaliditetom, Zajednica saveza osoba s invaliditetom RH - SOIH, 20.-21.10.		1.500
29.	Forum zagrebačkih ugostitelja 2025., Udruženje ugostitelja Zagreb, 22.10..		5.000
30.	Festival Dani Orisa 25, Oris d.o.o., studeni	2.000	2.000
31.	Adriatic Translation Conference 2025., Treger Team d.o.o., 24.10.	1.000	1.000
32.	Festival ultrazvuka u akutnoj medicini, HLZ- Društvo za internu medicinu, studeni	4.000	4.000
33.	27. Kongres hotelijera, Udruga poduzetnika u hotelijerstvu Hrvatske, 25.-26.11.	2.000	2.000
34.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma, 9.12.		2.000
35.	Project Days, Hrvatska udruga za upravljanje projektima, 15.-16.12.	2.000	2.000
36.	Potpore za candidature - neraspoređeno		15.000
	UKUPNO:	120.000	181.500

PRILOG 3. - MARKETINŠKI PROJEKTI, POTPORE I POSLOVNE SURADNJE

RB	Naziv	De minimis	Plan 2025.
1.	Zagreb For You - 30 stupnjeva - oblikovanje informacija		43.350
2.	Enjoy Zagreb		40.000
3.	ZAGART - 30 stupnjeva - oblikovanje informacija		29.025
4.	Međunarodni sajam turizma - Place2Go	10.000	10.000
5.	MSU - I. Kožarić, monografija		10.000
6.	Holjevac - monografija		10.000
7.	Židovska zajednica - Židovi i arhitektura modernog Zagreba		10.000
8.	DTVZ 930g osnutka Zagreba - doprinos manjina u kulturno povijesnoj baštini		4.000
9.	Javna ustanova "Park prirode Medvednica" - Medvednica karte		3.000
10.	Zagreb film - Zagreb kao filmska destinacija		2.500
11.	Zagreb Gay Guide - Udruga Domino		2.500
12.	HDD - Izložba hrvatskog dizajna, brošura	3.000	3.000
13.	Delicious Zagreb - Akademija gastronomije j.d.o.o. i Put hrane obrt		60.000
14.	Zagreb Digital Nomad 2025 - 4 seasons - Destinacija senzacija	6.000	6.000
15.	PETCHAT j.d.o.o. - Besplatna veterinarska podrška za sve turiste grada Zagreba		5.000
16.	Downtown Game Studio j.d.o.o. - Dark Queen (Crna Kraljica)		5.000
17.	Javna ustanova "Park prirode Medvednica" - Medvednica online		3.000
18.	Ironing club - ZAGrebi-ispod površine okusa		3.000
19.	YELO - Basna, bajka i burg 2		2.000
20.	Dare 2 dream d.o.o. - Zagreb Time Travel digitalni razgled grada	1.500	1.500
21.	Udruga branitelji Domovinskog rata MOJ-GRAD - Mobilna aplikacija Zagreb		1.500
22.	NEPLANIRANO		30.000
	UKUPNO:	20.500	284.375

PRILOG 4. – POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	De minimis	Plan 2025.
1.	Festival svjetla Zagreb		1.200.000
2.	Zagreb Classic		800.000
3.	ARTUPUNKTURA		450.000
4.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
4.1.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / svibanj - rujan		35.000
4.2.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / lipanj - rujan		7.000
4.3.	Folklorna ljetna scena za turiste - Centar za tradicijsku kulturu Etnoteka / srpanj, kolovoz		10.000
5.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad i Nova godina		60.000
6.	Dvorišta, otvaranje gornjogradskih dvorišta i vrtova - Katapult promocija d.o.o. i G.A.D. produkcija d.o.o. / kolovoz	70.000	70.000
7.	Plesnjak na Zrinjvcu - Katapult promocija d.o.o. / ljeto		70.000
8.	Open house Zagreb - više nositelja / kroz godinu		15.000
9.	USKRSNI PROGRAMI		
9.1.	Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasionska baština / ožujak		5.500
9.2.	Zagrebački kvartet		4.500
9.3.	Komorni zbor Ivan Filipović		2.500
9.4.	Hrvatski glazbeni centar		2.300
10.	Svjetski dan turizma / rujan		15.000
11.	Dan grada Zagreba / svibanj		7.000
12.	Zagreb Tourfilm Festival - Balduči film d.o.o. / listopad	15.000	15.000
13.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane		5.000
14.	Kostimirani likovi na događanjima		5.000
15.	Održavanje murala		10.000
16.	NEPLANIRANO		61.200
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ	85.000	2.850.000

PRILOG 5. – SAJMOVI

SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ

RB	Grad		Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2025.
1.	SAD	New York	NY Travel & Adventure Show	25. - 26.1.	9	22.000
2.	SAD	Chicago	Chicago Travel & Adventure Show	1. - 2.2.	9	13.500
3.	Španjolska	Barcelona	B-Travel	28. - 30.3.	10	8.000
4.	Brazil	São Paulo	WTM Latin America	14. - 16.4.		20.000
5.	Kina	Šangaj	ITB China	27. - 29.5.		12.000
6.	Japan	Aichi	Tourism Expo Japan	26. - 29.9.		11.000
7.	Singapur	Singapore	ITB Asia	15. - 17.10.	18	24.000
	UKUPNO					110.500

NASTUPI S HTZ-om

RB	Grad		Sajam	Datum	TZGZ m2	Plan 2025.
1.	Nizozemska	Utrecht	Vakantiebeurs	9. - 12.1.	5	6.300
2.	Austrija	Beč	Ferienmesse	16. - 19.1.	5	7.000
3.	Španjolska	Madrid	Fitur	22. - 26.1.	5	8.000
5.	Njemačka	Munchen	f.r.e.e.	19. - 23.2.	5	7.000
6.	Njemačka	Berlin	ITB	4. - 6.3.	7	12.000
7.	Italija	Napulj	BMT	13. - 15.3.	7	6.000
8.	UAE	Dubai	ATM Dubai	28.4. - 1.5.	7	21.500
9.	Francuska	Pariz	IFTM Top Resa	23. - 25.9.	7	14.000
10.	Velika Britanija	London	WTM	4. - 6.11.	7	15.000
	UKUPNO NASTUPI S HTZ-om					96.800
	NEPLANIRANO - SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om					20.000
	UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om					227.300

PRILOG 6. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	TZGZ m2	Plan 2025.
1.	Ljubljana	Conventa	18.-20.2.	4	4.500
2.	Frankfurt	IMEX	20.-22.5.	4	12.000
3.	London	The Meetings Show 2025	25.-26.6.	3	9.500
4.	Las Vegas	IMEX America	6.-9.10.	4	15.000
5.	Barcelona	IBTM World	19.- 21.11.	4	13.000
6.	Neplanirano				6.000
	UKUPNO				60.000

PRILOG 7. – BROŠURE I SUVENIRI

BROŠURE I TISKANI MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2025.
1.	Mapa Korak po korak	8.500
2.	Monografije i knjige - razno	1.500
3.	Program priredaba	74.000
4.	Plan grada – letak	40.000
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	220.000

SUVENIRI I PROMO MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2025.
1.	Olovke	1.500
2.	Licitarska srca	30.000
3.	Vezice za akreditacije	4.500
4.	Blokovi za pisanje	1.000
5.	Svijeće i mirisi	7.500
6.	Stolne zastavice	300
7.	Magneti	6.000
8.	Vrećice	7.000
9.	Adventski promo materijal	55.000
10.	Privjesci	7.000
11.	Promotivni suveniri - posebne prezentacije i kampanje	46.500
17.	USB stick	2.500
18.	NEPLANIRANO	12.000
	UKUPNO	180.800

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

RB	Opis	Plan 2025.
1.	Usluge student servisa	3.000
2.	Usluge najma	28.000
3.	Radna odjeća	1.500
4.	Potrošnja električne energije i plina	5.000
5.	Usluge održavanja	6.000
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	4.600
7.	Komunalne usluge	2.500
8.	Uređenje prostora	2.000
9.	Troškovi reprezentacije	1.700
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	1.300
11.	Ostali nespomenuti rashodi	800
	Ukupno:	56.400

TIC - ZRAČNA LUKA

RB	Opis	Plan 2025.
1.	Usluge student servisa	1.000
2.	Usluge najma	2.700
3.	Radna odjeća	1.200
4.	Potrošnja električne energije i plina	1.300
5.	Troškovi telefona i internet	1.000
6.	Usluge održavanja	550
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	1.300
8.	Komunalne usluge	550
9.	Uređenje prostora	500
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	500
11.	Ostali nespomenuti rashodi	400
	Ukupno:	11.000

TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2025.
1.	Usluge student servisa	7.000
2.	Usluge najma	8.000
3.	Radna odjeća	500
4.	Tekuće i investicijsko održavanje	1.500
5.	Uređenje prostora	400
6.	Literatura (glasila, časopisi..)	500
7.	Ostali nespomenuti rashodi	300
	Ukupno:	18.200

PRILOG 9 . MATERIJALNI TROŠKOVI

RB	Rashodi ureda	Plan 2024.	ID 2024.	Plan 2025.	udio %	Index
1.	Potrošni materijal	10.000	10.000	10.000	1,25	100,00
2.	Materijal za održavanje čistoće	2.000	2.000	2.000	0,25	100,00
3.	Uredski materijal	10.000	6.000	7.000	0,87	116,67
4.	Potrošnja električne energije i plina	21.000	17.000	17.000	2,12	100,00
5.	Utrošak benzina	5.000	4.000	4.000	0,50	100,00
6.	Izdaci za sitan inventar	6.500	6.500	6.500	0,81	100,00
7.	Trošak telefona i telefaksa	32.000	32.000	32.000	4,00	100,00
8.	Trošak poštarine	10.000	10.000	12.000	1,50	120,00
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	100.000	115.000	115.000	14,37	100,00
10.	Usluge čišćenja	35.000	35.000	36.400	4,55	104,00
11.	Usluge najma poslovnog prostora i ostale najamnine	174.000	212.000	225.000	28,12	106,13
12.	Ostale komunalne usluge	4.000	7.500	10.300	1,29	137,33
13.	Odvjetničke i revizorske usluge i usl. savjetovanja	10.000	10.000	10.000	1,25	100,00
14.	Grafičke i digitalne usluge	2.410	1.500	1.000	0,12	66,67
15.	Ostale usluge	35.000	47.000	47.000	5,87	100,00
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	1.000	1.000	1.000	0,12	100,00
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	5.000	5.000	5.000	0,62	100,00
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	200	200	216	0,03	108,00
19.	Trošak reprezentacije	26.500	30.000	35.000	4,37	116,67
20.	Premije osiguranja	6.600	7.500	8.000	1,00	106,67
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	8.600	8.600	10.000	1,25	116,28
22.	Stručna literatura i tisak	8.600	8.600	8.600	1,07	100,00
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	110.000	110.000	120.000	15,00	109,09
24.	Ostali troškovi poslovanja	6.000	6.000	6.000	0,75	100,00
25.	Neplanirani rashodi	100	200	1.000	0,12	500,00
26.	Obuka osoblja, edukacije, seminari i studijska putovanja	50.000	55.000	55.000	6,87	100,00
	UKUPNO I.	679.510	747.600	785.016	98,13	105,00
II.	Poslovni prostor, adaptacija	30.000		15.000	1,87	
	UKUPNO RASHODI UREDA	709.510	747.600	800.016	100,00	107,01