



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2026. GODINU

Zagreb, prosinac 2025.

Program rada za 2026. godinu

Sukladno ciljevima turističke politike za 2026. 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 2026. godinu, Turistička zajednica grada Zagreba pripremila je Program rada za 2026. godinu.

Sadržaj

Uvod	03
Struktura aktivnosti	
1. Istraživanje i strateško planiranje.....	11
2. Razvoj turističkog proizvoda.....	11
3. Komunikacija i oglašavanje.....	17
4. Destinacijski menadžment.....	26
5. Članstvo u strukovnim udrugama.....	28
6. Administrativni poslovi.....	28
I. Prihodi.....	31
II. Rashodi.....	32
III. Rekapitulacija.....	34
Prilozi	
Prilog 1. Potpore događanjima.....	36
Prilog 2. Kandidature za stručne skupove, potpore i projekti....	40
Prilog 3. Marketinški projekti, potpore i poslovne suradnje.....	41
Prilog 4. Potpora razvoju DMO-a.....	42
Prilog 5. Sajmovi.....	43
Prilog 6. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama.....	43
Prilog 7. Brošure i suveniri.....	44
Prilog 8. Rashodi TIC – evi.....	45
Prilog 9. Materijalni troškovi.....	46

UVOD

Grad Zagreb, kao glavni grad Republike Hrvatske, već dugi niz godina zauzima istaknutu poziciju, afirmirajući se ne samo kao ključno poslovno središte, nego i kao sve značajnija turistička i kulturna destinacija. Taj status dodatno potvrđuje kontinuirani rast dolazaka i noćenja stranih posjetitelja, kao i visoka razina njihova zadovoljstva izražena kroz povratne informacije i preporuke, čime se još snažnije ističu jedinstvenost i privlačnost grada. Istodobno, ovaj rast odvija se u kontekstu globalnih geopolitičkih i ekonomskih kretanja koja izravno utječu na svjetski turizam. Iako je 2024. godina donijela globalni oporavak turističkog sektora nakon pandemije koronavirusa, gospodarske izazove dodatno su otežale recesija i inflacija, kao posljedica trenutnih geopolitičkih okolnosti u svijetu. Ovi čimbenici nastavljaju oblikovati turističke trendove s mogućnošću još snažnijeg utjecaja u narednom razdoblju. Unatoč tim izazovima, 2025. 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 – u 2023. godini je bilo 9.207 kreveta u 68 hotela, 1.859 kreveta u 39 hostela, 9.456 kreveta u 2.567 privatnih iznajmljivača te 5.491 kreveta u različitim smještajnim objektima, dok je u 2024. godini Zagreb raspolagao s 9.603 kreveta u 70 hotela, 1.883 kreveta u 38 hostela, 9.997 krevetom u 2.736 privatnih iznajmljivača te 5.634 kreveta u različitim smještajnim objektima. U rujnu 2025. godine u Zagrebu je bilo 71 hotel (9.938 kreveta), zatim 38 hostela (1.883 kreveta), 2.911 privatna iznajmljivača (10.590 kreveta), 3 seoska domaćinstva i 15 drugih smještajnih objekata.

U isto vrijeme, dinamika turističkih kretanja i razvoj smještajnih kapaciteta zahtijevaju sve sustavnije praćenje podataka i analitički pristup upravljanju destinacijom. Tako, Turistička zajednica grada Zagreba (TZGZ) planira provesti pojedina istraživanja tržišta kao što su *Ekonomski učinci turizma na gospodarstvo grada Zagreba*. Ujedno, u idućoj godini, TZGZ će završiti proces izrade *Plana upravljanja destinacijom* sa svim potrebnim i pratećim istraživanjima. Sami dokument je pripreman u partnerskoj sinergiji sa svim dionicima u području turizma, poštujući novu metodologiju Ministarstva turizma i sporta RH (MINTS) pri izradi ovakvog dokumenta.

Program rada za 2026. godinu 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 2026. godinu je ujedno i dokument koji je u potpunosti napravljen po metodologiji za izradu programa rada koja je izrađena od strane MINTS-a za cijeli sustav turističkih zajednica.

TZGZ, sukladno svojem Strateško operativnom marketinškom planu za razdoblje 2024.-2028., slijedi kvalitativne i kvantitativne ciljeve 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 ustrajno jača svoje pozicioniranje kao relevantna *city break* destinacija s raznolikom i kvalitetnom ponudom kulturnih, sportskih, gastronomskih i drugih inovativnih sadržaja dostupnih tijekom cijele godine. U skladu s time, prioritet ostaje daljnje unapređenje i sustavna podrška razvoju kulturnog turizma, koji predstavlja jedan od ključnih motiva turističkih dolazaka i noćenja u gradu. Istodobno se nastavlja poticati razvoj suvremenih gastronomskih, sportskih, kao i manjih *boutique* te ostalih urbanih događanja koja su već postala sastavni i prepoznatljiv element zagrebačke turističke i kulturne ponude. U oblikovanju turističke ponude posebna se pozornost usmjerava razvoju Zagreba kao održive turističke destinacije te osnaživanju uloge lokalne zajednice kao važnog dionika u procesu donošenja i provedbe razvojnih odluka.

Radi ostvarivanja strateških ciljeva održivog turističkog razvoja i jačanja međunarodne vidljivosti destinacije, nastavlja se s daljnjim razvojem ključnih turističkih projekata: Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Classica i Adventa Zagreb. Posebna se pozornost pritom usmjerava na usklađivanje programskih sadržaja i logističkih rješenja s prostornim kapacitetima grada, interesima lokalne zajednice te relevantnim međunarodnim trendovima u području kulturnog i urbanog turizma.

Festival svjetla Zagreb predstavlja strateški projekt za rano proljetno razdoblje, s ciljem pozicioniranja Zagreba među međunarodno prepoznatljive destinacije koje razvijaju slične koncepte festivala te poticanja dolazaka i noćenja tijekom tog razdoblja. Njegov daljnji razvoj bit će usmjeren na unapređenje kvalitete sadržaja, suradnju s domaćim i međunarodnim umjetnicima te odgovorno korištenje javnih površina, uzimajući u obzir specifičnosti obnove grada nakon potresa. Festival svjetla Zagreb već je ostvario značajnu međunarodnu vidljivost, s porastom interesa medija i posjetitelja iz brojnih europskih zemalja.

Zagreb Classic, višednevni glazbeni festival na otvorenom, ima stratešku ulogu u jačanju kulturne i turističke ponude tijekom ljetnih mjeseci. Fokus će biti na daljnjem unapređenju programskih standarda, povećanju međunarodne vidljivosti i privlačenju raznolike publike, čime se doprinosi stvaranju prepoznatljivog i kvalitetnog ljetnog kulturnog identiteta grada. Festival se kontinuirano etablira na međunarodnoj sceni, privlačeći sve veći broj inozemnih posjetitelja zainteresiranih za otvorene kulturne programe visoke umjetničke vrijednosti.

Advent Zagreb ostaje jedan od najznačajnijih strateških projekata u razvoju cjelogodišnje ponude te međunarodnoj promociji Zagreba kao kulturno-turističke destinacije. Razvoj manifestacije nastavit će se kroz visokokvalitetne kulturne i umjetničke programe te pažljivo oblikovane dekorativne cjeline koje ističu posebnosti urbanog prostora. Dodatni naglasak stavlja se na održivost, unaprjeđenje upravljanja događanjem te jačanje međunarodne konkurentnosti Adventa Zagreb kao jedne od vodećih adventskih manifestacija u Europi. Advent Zagreb ostvaruje iznimnu

međunarodnu prepoznatljivost, redovito se pozicionirajući među najatraktivnije europske adventske destinacije u relevantnim međunarodnim publikacijama i turističkim platformama.

Uz etablirane manifestacije, sve veći zamah dobivaju inovativne zbirke i konceptualni projekti koji unose nove pristupe i mijenjaju načine na koje publika doživljava kulturu. Kako bi se njihov potencijal dodatno osnažio, pokrenuta je platforma *Museums, Maybe* – suvremeni komunikacijski i promotivni alat koji novim muzejskim inicijativama omogućuje veću vidljivost te učinkovitije povezivanje s publikom na lokalnoj, europskoj i globalnoj razini.

Nastavlja se daljnja provedba projekta *Odredište: Zagreb*. Projekt, u obliku izvannastavne aktivnosti, pokrenut je 2010. godine u zagrebačkim srednjim školama od strane TZGZ, u suradnji s Gradskim uredom nadležnim za obrazovanje. Od 2024. godine projekt ima i podršku UN Tourisma. Cilj mu je razvijati svijest srednjoškolske populacije o Zagrebu kao turističkoj destinaciji te o njegovim kulturnim, povijesnim i prirodnim vrijednostima, kroz nastavu i gostujuća predavanja sveučilišnih profesora i drugih renomiranih stručnjaka iz raznih područja te se potiče kreativnost i poduzetništvo stvaranjem turističkih proizvoda.

Planiranje promotivnih aktivnosti TZGZ-a potrebno je provoditi strateški, uz stalno praćenje i prilagodbu globalnim gospodarskim i geopolitičkim izazovima. U tom smislu, pored međunarodnih emitivnih tržišta važnu ulogu u promociji destinacije ima i domaće tržište i tržišta regije. Promotivne aktivnosti obuhvaćaju širok spektar alata, čime se osigurava maksimalna vidljivost i učinak u različitim segmentima ciljne publike, uključujući tiskane medije, radio, TV, vanjsko oglašavanje (OOH), online kanale te sudjelovanje na sajmovima, radionicama i prezentacijama. Također, pri planiranju aktivnosti uzimaju se u obzir promijenjene navike turista i novi trendovi u načinu putovanja. Suvremeni putnici sve više preferiraju kraća, fleksibilna putovanja, često rezervirana u zadnji čas, uz naglasak na autentična iskustva, održivost i lokalni doživljaj destinacije. Raste interes za aktivni odmor, prirodu i boravak na otvorenom, kao i za digitalno dostupne informacije koje omogućuju personalizirano planiranje putovanja. Turisti sve češće prate preporuke putem društvenih mreža, sadržaja *influencera* i specijaliziranih online platformi, što dodatno naglašava važnost multimedijalnih i digitalnih promotivnih formata. Ova kretanja zahtijevaju agilniji i prilagodljiviji pristup promociji, kako bi turistima bila pružena relevantna, inspirativna i pravovremena komunikacija.

Važno je istaknuti sveobuhvatan online i offline pristup kampanjama TZGZ-a, uključujući promociju ključnih turističkih proizvoda kroz koje se Zagreb pozicionira kao cjelogodišnja destinacija, poput Festivala svjetla Zagreb, *Delicious Zagreb*, *Musems, Maybe*, Medvednica – ispod neba, iznad grada, Zagreb Classic, Zagreb – centar medicinske izvrsnosti, Advent Zagreb. S druge strane, destinacijske kampanje tijekom cijele godine predstavljaju Zagreb kao grad kreativne i kulturne ponude, bogate sportske i rekreativne aktivnosti, izvrsne gastronomske scene, inovativnih muzeja, grad idealan za organizaciju poslovnih sastanaka i skupova te grad gostoljubivih domaćina. U isto vrijeme, pažnja se posvećuje promoviranju Zagreba kao održive i pametne destinacije, koja integrira zelenu infrastrukturu, inovativne urbane projekte i odgovorne turističke prakse, potvrđujući da je Zagreb u skladu s najnovijim europskim i globalnim standardima održivog razvoja.

TZGZ u nadolazećem razdoblju nastavlja jačati međunarodnu promociju Zagreba kroz strateška partnerstva s vodećim globalnim akterima u turističkoj i kulturnoj industriji. Suradnja s platformom Expedia, jednim od najutjecajnijih platformi za putovanja, bit će dodatno intenzivirana kroz ciljane kampanje usmjerene na povećanje doseg na ključnim emitivnim tržištima i jačanje globalne prepoznatljivosti destinacije. Istodobno, članstvo TZGZ-a u mreži Virtuoso (Virtuoso Preferred Destination) od 2022. godine, koja okuplja više od 20.000 specijaliziranih putničkih savjetnika i preko 2.200 partnera, ostaje temelj promocijskih aktivnosti na američkom tržištu, pri čemu će se suradnja u 2026. godini dodatno proširiti kroz promotivne programe, radionice i poslovne sastanke. Zagreb će te godine ujedno biti i domaćin događanja *Virtuoso On Tour*, namijenjenog putničkim savjetnicima i agentima mreže, s ciljem edukacije, umrežavanja i predstavljanja destinacije i turističkih proizvoda. Komunikacija Zagreba kao kulturne destinacije nastavit će se i kroz partnersku suradnju sa Smithsonian.com, za koju su već izrađene posebne podstranice Zagreb Culture and Arts namijenjene američkom tržištu, dodatno ističući bogatstvo kulturne ponude grada.

U 2026. godini TZGZ nastavlja s promocijom Medvednice, odgovarajući na sve veći interes turista za aktivni odmor, prirodu i planinarenje. Nakon uspjeha specijalizirane web stranice i mobilne aplikacije za iOS i Android, koje prikazuju sve relevantne informacije o Medvednici te označene planinarske rute na zapadu, istoku i središnjem dijelu planine, planira se dodatno osnaživanje iskustava posjetitelja kroz digitalne alate, interaktivne karte, edukativne sadržaje i storytelling kampanje. Time se Zagreb i Medvednica dodatno pozicioniraju kao destinacija koja spaja prirodne ljepote, aktivni turizam i kulturnu baštinu.

Nastavlja se i promocija Zagreba kao zelene i održive destinacije, za što su kreirane posebne Green BuzZg podstranice. Naime, Zagreb je jedini hrvatski grad izabran za sudjelovanje u misiji Europske unije za 100 klimatski neutralnih i pametnih gradova do 2030. godine, a prema istraživanju Europske agencije za okoliš (EEA) zauzeo je visoko drugo mjesto po ukupnoj zelenoj infrastrukturi i drveću, u konkurenciji 37 glavnih gradova. Na taj način TZGZ prati i trendove Europske komisije, definirane strateškim dokumentom Green Deal.

TZGZ će nastaviti promovirati Zagreb i kroz podstranice posvećene zagrebačkom sportu, uključujući najvažnije sportske događaje, klubove i rekreativne mogućnosti za građane i posjetitelje. Na taj način kampanje Zagreba naglašavaju sport i održivost – dva ključna segmenta koja zajedno čine prepoznatljivu i atraktivnu turističku ponudu grada.

S obzirom na sve veći broj turista koji na putovanja sa sobom vode svoje kućne ljubimce, TZGZ će i dalje objavljivati korisne informacije za vlasnike kućnih ljubimaca koji posjećuju Zagreb, te promovirati ove sadržaje putem već izrađenih i objavljenih web stranica posvećenih ljubimcima – Ljubimci Zagreba / Pets of Zagreb.

U 2026. godini, nastavlja se i s pozicioniranjem Zagreba kao destinacije zdravstvenog turizma, s posebnim fokusom na medicinski turizam, potičući suradnju svih relevantnih dionika. Pažnja će biti posvećena i organizaciji *fam tripova* za medijske predstavnike, kako bi izravno doživjeli ovaj segment ponude i prenijeli

autentična iskustva svojoj publici. Dodatno, aktivnosti će uključivati sudjelovanje na sajmovima specijaliziranim za zdravstveni turizam te oglašavanje u ključnim medijima, čime se osigurava snažna i ciljano usmjerena promocija Zagreba u ovom rastućem sektoru.

S obzirom na brzo rastuću gastronomsku ponudu Zagreba, posebna se pažnja posvećuje i ovom selektivnom obliku turizma, kroz promociju autentičnih kulinarskih iskustava, lokalnih specijaliteta, raznolike domaće i internacionalne kuhinje, čime se dodatno obogaćuje ukupna turistička ponuda Zagreba i jača njegov imidž na međunarodnoj razini, a sve kroz platformu i kampanju *Delicious Zagreb*. Također, u planu je i nastavak vrlo uspješne suradnje s Michelinom, najpoznatijim vodičem za restorane, u smislu organizacije još jedne Michelin Masterclass radionice u Zagrebu te zajedničke promotivne aktivnosti, kao i aktivnosti s međunarodnim gastronomskim vodičem Gault&Millau Croatia.

Vezano uz kongresno-poslovni segment, godišnja statistika i objavljeni rezultati organizacije International Congress and Convention Association (ICCA), koji se objavljuju tijekom mjeseca svibnja za proteklu godinu, svrstavaju Zagreb na 71. mjesto od 428 destinacija koje imaju zabilježenih minimalno 5 kongresa međunarodnih asocijacija sukladno kriterijima. 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 2025. godini. Planiraju se potpore organizatorima skupova i projektima poput Meetex-a – specijalizirane burze/radionice namijenjene prezentaciji hrvatske kongresno-incentive ponude međunarodnim organizatorima poslovnih događanja. Najavljena izgradnja kongresnog centra do kraja desetljeća omogućit će pozicioniranje Zagreba kao konkurentne svjetske kongresne destinacije. Uz kongresni centar, najvažniji element pri odlučivanju o izboru destinacije predstavlja zračna povezanost, stoga je od iznimne važnosti poticati i promovirati povezanost Zagreba izravnim avio linijama.

Suradnja s dionicima u turizmu grada Zagreba iznimno je važna i nastaviti će se i u 2026. 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.

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.

Potrebno je i dalje sustavno raditi na unapređenju dosadašnje dobre suradnje s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ). 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. Također, potrebno je i nastaviti suradnju s veleposlanstvima sukladno interesnim tržištima, kao i dodatno učvrstiti suradnju i članstvo u međunarodnim

asocijacijama koje mogu služiti kao izvor informacija, ali i pridonijeti promociji Zagreba.

Program rada i financijski plan za 2026. godinu planira se i sukladno javnom pozivu za prikupljanje prijave za sufinanciranje projekata, manifestacija, marketinških projekata, skupova i kandidatura u 2026. 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 HTZ-a, 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 2025. godine, predviđa da će se do kraja godine ostvariti 1.442.000 dolazaka (1% više u odnosu na 2024. godinu) i 2.776.000 noćenja (3% više u odnosu na 2024. godinu). Ovakvim rezultatom povećanja broja noćenja od 9% u 2025. godini u odnosu na 2023. godinu, ostvario se gotovo optimistični scenarij (9,5%) iz Strateško operativnog marketinškog plana 2024.-2028 (SOMP). Za 2026. godinu su sukladno SOMP-u napravljena tri scenarija u odnosu na povećanje iz 2023. godine – Pesimistični (3% više noćenja iz 2023. godine), Umjereni (7% više noćenja iz 2023. godine) te Optimistični (12,5% više noćenja iz 2023. godine).

U razdoblju siječanj – listopad 2025. godine na području Grada Zagreba zabilježeno je ukupno 1.209.777 dolazaka i 2.326.066 noćenja turista u kojima su domaći turisti ostvarili 237.197 dolazaka te 419.248 noćenja (18,02% ukupnih noćenja), a strani turisti 972.580 dolazaka i 1.906.818 noćenja (81,98% ukupnih noćenja). Promatrajući ukupan broj dolazaka i noćenja turista u istom razdoblju u odnosu na 2024. godinu, ostvaren je porast broja dolazaka turista za 1% (domaći dolasci su veći za 11% i strani dolasci su manji za 1%) dok je ukupan broj noćenja turista porastao za 3% (domaća noćenja su veća za 9%, a strana noćenja veća za 2%). Od ukupno ostvarenog stranog turističkog prometa najbrojniji su dolasci turista iz sljedećih zemalja: SAD 83.569 (2% manje u odnosu na isto razdoblje 2024. godine), Njemačke 78.689 (4% više nego 2024. godine), Italije 52.065 (2% više), Srbije 39.068 (4% više), Bosne i Hercegovine 36.777 (5% više), a potom slijede turisti iz Španjolske, Kine, Bugarske, Koreje i Francuske. Najveći broj stranih noćenja ostvarili su turisti iz SAD-a 188.276 (3% više nego 2024. godine), Njemačke 154.792 (7% više), Italije 113.849 (isto), Španjolske 74.558 (4% više), Srbije 72.260 (4% više), a potom slijede turisti iz Ujedinjene Kraljevine, Francuske, Bosne i Hercegovine, ostalih azijskih zemalja i Bugarske. Porast posjećenosti od 6,4% bilježi se i u tri centra za posjetitelje TZGZ-a (Trg bana Jelačića, Međunarodna zračna luka Zagreba i Kula Lotrščak), od čega najveću posjećenost ima onaj na Trgu bana Jelačića.

U cilju ostvarenja turističke politike u 2026. 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 2026. godinu.

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2026. GODINU

STRUKTURA AKTIVNOSTI

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

U 2026. godini se planira završetak izrade sveobuhvatnog dokumenta Plana upravljanja destinacijom koji je u zadnjoj fazi pripreme. Radi se o novoj i prvi put primijenjenoj metodologiji izrade jednog dokumenta koji je morao biti pripremljen u sinergiji različitih dionika. Ujedno, u 2026. godini će se izraditi i istraživanje Ekonomski učinci turizma na gospodarstvo grada Zagreba, u kojem će se istražiti višeslojni i multiplicirajući efekti turizma u cjelini na različite aktivnosti i djelatnosti.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 140.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

UKUPNO: 140.000
 2. **RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**
 - 2.1. **Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - Zdravstveni turizam**
 - 2.1.1. **Zdravstveni turizam**

Zdravstveni turizam predstavlja ključan segment razvojnih strategija turizma. U skladu s time, u 2026. godini planiraju se aktivnosti usmjerene na unapređenje i promociju zdravstvenog, posebno medicinskog turizma.

Predviđena je integrirana marketinška kampanja koja obuhvaća oglašavanje u tiskanim medijima, vanjsko oglašavanje (OOH) te digitalne komunikacijske kanale, kako bi se ponuda zdravstvenog turizma predstavila ciljanim međunarodnim i domaćim publikama.

Planira se i sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima, kongresima, konferencijama i radionicama, uz pružanje različitih oblika podrške subjektima i dionicima iz sektora zdravstvenog turizma u Zagrebu. Također, predviđeno je organiziranje studijskih putovanja te dolazaka novinara i agenata specijaliziranih za zdravstveni turizam, s ciljem dodatnog jačanja međunarodne vidljivosti i prepoznatljivosti Zagreba.

Uz navedeno, u planu je i potpora za razvoj digitalne platforme zdravstvenog turizma Zagreba, kao važnog alata za bolju promociju, informiranje i dostupnost ponude svim korisnicima. Planirana *de minimis* potpora za razvoj digitalne platforme čiji je nositelj RexRea iznosi 20.000 eura.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 165.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine
 - 2.1.2. **Gastro turizam**

Unapređivanje kvalitete i vidljivosti zagrebačke gastronomske ponude provodit će se kroz suradnju s vodećim međunarodnim sustavima označavanja kvalitete. Poseban naglasak bit će na partnerstvima s Michelin Guideom i Gault&Millau vodičem, koji imaju ključnu ulogu u pozicioniranju Zagreba kao relevantne gastronomske destinacije na europskoj i globalnoj karti.

Planirane aktivnosti uključuju organizaciju četvrte po redu Michelin Masterclass radionice u Zagrebu te zajedničku kampanju na digitalnim medijima. Na ovaj način dodatno će se naglasiti kvaliteta lokalnih restorana, chefova i autentičnih zagrebačkih gastro iskustava.

Promocija gastro ponude provodit će se i kroz oglašavanje na relevantnim gastro portalima, specijaliziranim platformama i društvenim mrežama, uz korištenje ciljano odabranih formata koji dopiru do publike zainteresirane za gastronomiju. Dodatno, planirano je i vanjsko oglašavanje (OOH) na ključnim lokacijama, kako bi se dodatno povećala vidljivost zagrebačke brzo rastuće i raznolike kulinarske scene.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 366.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine
 - 2.2. **Podrška razvoju turističkih događanja**
 - 2.2.1. **Potpore događanjima**

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

svojim zadaćama i ciljevima.

I dalje se pruža potpora projektima koji obogaćuju turističku ponudu grada, uključujući MUZZA Zagreb Science Week, Design Week Zagreb, Art Zagreb, Art Plac na Splavnici i Booksa u parku. Podržavaju se i inkluzivni te glazbeni programi poput Cupi's spoona, Glazbene kontrole i Rooftop Sessions with Sara Renar. Potpora obuhvaća i ključne tematske razglede, među kojima su Glazbene šetnje Zagrebom, Secret Zagreb te biciklističke i pješačke ture kao značajan segment aktivnog turizma. Dodatno se podupiru projekti koji doprinose urbanoj i kvartovskoj kulturi, poput Street arta u Novom Zagrebu, Ljeta na Rokovom, Harley Weeka Zagreb i tradicionalnog Zagrebačkog vergla.

Podržavanjem boutique događanja kao što su Le Grič i Mali piknik na Gornjem gradu, Zagreb Underground - festival vina u Tunelu Grič, u kojima sudjeluju hrvatski vinari te odabrana obiteljska poljoprivredna gospodarstva, promovira se eno i gastro scena. Nastavlja se podrška 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, Super United Croatia Grand Chess Tour, 58. Zlatna pirueta Zagreba, Svjetsko prvenstvo u hrvanju za seniore, dok je 2026. godine grad domaćin Europskom prvenstvu u muškoj i ženskoj sportskoj gimnastici za seniore i juniore te brojnim drugim sportskim manifestacijama. S ciljem podizanja svijesti o inkluzivnosti, podržavaju se i natjecanja osoba s invaliditetom kao što je Sirius open - teniski turnir osoba u invalidskim kolicima, RUN for MD, Europsko prvenstvo Zagreb 2026 - Hrvatski savez košarke u kolicima. Nastavlja se i s podrškom dječjem međunarodnom plesnom natjecanju International Dance Open - BAMBI Kids koje svake godine bilježi dolazak nekoliko tisuća natjecatelja iz cijelog svijeta.

Advent Zagreb predstavlja jedan od ključnih, međunarodno prepoznatih i nagrađivanih turističkih proizvoda grada, koji značajno doprinosi jačanju njegove atraktivnosti u zimskom razdoblju. Kroz inovativne i kreativno osmišljene sadržaje, manifestacija potiče diferencijaciju turističke ponude te ostvaruje mjerljiv doprinos povećanju potrošnje, broja dolazaka, duljine boravka i ukupnog broja noćenja. U realizaciji Adventa sudjeluje širok krug dionika - od organizatora pojedinih lokacija, festivala, koncerata i izložbi, do ustanova i partnera koji provode različite kulturno-turističke programe. Grad Zagreb pritom osigurava uvjete za korištenje javnih prostora, dok TZGZ koordinira aktivnosti, predstavlja središnju promotivnu platformu manifestacije te pruža stručnu, operativnu i financijsku potporu organizatorima. U suradnji s partnerima na specifičnim lokacijama razvijaju se programi i sadržaji koji obogaćuju ukupno iskustvo posjetitelja. Poseban naglasak stavlja se na kreiranje autentičnih doživljaja, vizualno prepoznatljivih scenografija i inovativnih iluminacija, čime Advent Zagreb ostaje simbol grada i njegov najposjećeniji zimski događaj. Radi osiguranja kvalitetnog i pravodobnog upravljanja manifestacijom, TZGZ blisko surađuje s Gradom Zagrebom i Javnom ustanovom Priroda grada Zagreba u odabiru lokacija te podrži nositeljima. S obzirom na složenost organizacije i vremenski odmak potreban za pripremu, programski sadržaji i koncepti Adventa se planiraju, dogovaraju i definiraju kontinuirano tijekom cijele godine.

TZGZ nastavlja surađivati s brojnim nositeljima kulturne ponude koja potiče na unapređivanje sadržaja radi jačanja identiteta Zagreba kao kulturnog središta. U fokusu je i dalje potpora inovativnim i kreativnim inicijativama koje pridonose razvoju kulturnog turizma i obogaćuju ponudu grada tijekom cijele godine. Posebnu vrijednost imaju projekti u javnom prostoru koji revitaliziraju gradske lokacije, poput umjetničkih intervencija OKOLO, kao i projekti koji spajaju suvremenu umjetnost i muzejske institucije, primjerice izložba MoMA - MSU: u dijalogu te Ljeto u MSU. Važan doprinos kulturnoj sceni daju i izložbeni projekti: Bukovac u Pragu, treća izložba iz ciklusa Bukovac u Europi u Galeriji Klovićevi dvori te Inauguracijska izložba Umjetničkog paviljona Dar u Zagrebu.

Ljetnu kulturnu ponudu grada obogaćuju tradicionalne manifestacije: Ljetne večeri u Hrvatskom prirodoslovnom muzeju, Ljetne noći Teatra Exit, Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista i Zagrebačko glazbeno proljeće u KD Vatroslava Lisinskog. Vizualna i suvremena umjetnost dodatno se ističe kroz Art Fair Nesvrstani u Laubi te Reli po galerijama u organizaciji Udruge Atanor. Glazbeni programi i dalje imaju značajnu ulogu u kulturnoj ponudi Zagreba: Glazba u crkvi sv. Marka, Spring etno jazz, Brokenships Stage - Jazz u

muzeju, kao i cjelogodišnji projekt Jazz.hr Hrvatskog društva skladatelja. Posebno mjesto zauzima i 60. Međunarodna smotra folklor, koja promiče bogatu hrvatsku tradicijsku baštinu. Svi ovi projekti zajedno doprinose raznolikosti, kvaliteti i prepoznatljivosti kulturno-turističke ponude Zagreba, potvrđujući grad kao dinamično i cjelogodišnje središte kulture.

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 i ekologiji, kazalištu, poeziji, filmu, stripu te socijalnoj uključenosti. Među njima se ističu Zagreb jazz festival, tradicionalni ulični festival Cest is d' best, međunarodni Zagrebački operni festival, eventni elektronske glazbe s brojnim posjetiteljima koji dolaze izvan Zagreba - BSH events, ulična kulturna manifestacija Ilica Q'Art, dok Muzej iluzija ponovno izlazi na ulice s Festivalom iluzija.

Nastavlja se pružanje potpore i suradnja s organizatorima filmskih festivala, pri čemu su najpoznatiji Zagreb film festival, ZagrebDox i Animafest Zagreb. Dodatno, podupire se i projekt Zagreb, filmski grad koji kroz program od siječnja do listopada afirmira Zagreb kao filmsko središte.

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, Arheološki muzej, Ansambl narodnih plesova i pjesama Hrvatske LADO, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika s Meštrovićevim paviljonom, Kolekcionart, Tvornica kulture, Javna ustanova Park prirode Medvednica. Podrška se nastavlja i nekonvencionalnim zbirka iz platforme Museums, Maybe: Muzej novog vala, Muzej smijeha, Muzej čokolade Zagreb. Spomenutim partnerima 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 dugogodišnje uspješne prakse, dio potpore projektima i manifestacijama TZGZ-a i nadalje se odobrava prema preporukama te u uskoj koordinaciji s Gradom Zagrebom i nadležnim gradskim uredima. Poseban naglasak stavlja se na projekte koji svojim sadržajem i kvalitetom doprinose obogaćivanju turističke ponude grada. U ovaj okvir ulaze i prijedlozi oglašivačkih suradnji s različitim partnerima, uključujući sportske klubove i organizatore sportskih manifestacija. Turističko vijeće TZGZ-a razmatra svaku preporuku Grada te donosi konačnu odluku o pružanju potpore određenoj manifestaciji ili obliku oglašivačke suradnje. Pri tome se vodi računa o valorizaciji kvalitete, važnosti i učinka predloženih projekata, kao i o transparentnom upravljanju sredstvima, s posebnim naglaskom na izbjegavanje dvostrukog financiranja istih aktivnosti. Prilog 1.

Nositelj aktivnosti: Prilog 1.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

2.222.200

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 1.

2.2.2. Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti

S ciljem poticanja organizacije stručnih i znanstvenih skupova u Zagrebu te povećanja broja sudionika, TZGZ kontinuirano provodi aktivnosti usmjerene na poticanje kandidatura za održavanje međunarodnih skupova te pružanje potpora organizaciji skupova i posebnih događanja.

Potpore TZGZ-a obuhvaćaju pružanje savjetodavne i financijske pomoći organizatorima skupova, dok se prema potrebi – odnosno kada to predstavlja obvezu budućeg grada domaćina – TZGZ uključuje i u suorganizaciju posebnih prezentacija s ciljem povećanja broja sudionika i unapređenja kvalitete događanja.

Uz potpore za kandidature i održavanje skupova, planirana su i financijska sredstva namijenjena organizaciji posebnih projekata od značaja za kongresnu industriju grada. U 2026. godini planirana je organizacija Meetex-a, nacionalne poslovne radionice namijenjene kongresnoj industriji. Riječ je o središnjem događanju kongresno-incentive industrije u Hrvatskoj, u potpunosti posvećenom prezentaciji domaće ponude, koje okuplja velik broj inozemnih kupaca zainteresiranih za Hrvatsku kao destinaciju poslovnog turizma.

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

128.100

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 2.

2.2.3. **Marketinški projekti, potpore i poslovne suradnje**

Sukladno zaprimljenim prijavama za sufinanciranje projekata u 2026. godini, TZGZ će i dalje podupirati projekte od posebne važnosti za kvalitetnu i raznoliku promociju turističke ponude Zagreba. Realizacija ovih projekata značajno će doprinijeti prepoznatljivosti grada te omogućiti njegov efikasan nastup na različitim platformama, kako u tiskanim izdanjima, tako i na digitalnim kanalima. Prilog 3.

Nositelj aktivnosti: Prilog 3.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti

211.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. 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 i projekte od turističkog značaja za Zagreb.

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

33.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

2.2.5. **Potpore 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. Projektom Zagrebački vremeplov revitalizira se duh starog građanskog Zagreba, a ističu se Gornji grad u prošlosti, Folklorna ljetna scena, kao i Gornjogradske glazbene vedute te projekt Smjene straže. Nastavlja se s potporom te organizacijom prigodnih aktivnosti u vrijeme Uskrsa koje obogaćuju duhovni i kulturni doživljaj grada u predblagdanskim razdoblju. Ističu se Svečanosti Pasionke baštine u organizaciji Udruge Pasionka baština, nastupi Zagrebačkog kvarteta, Komornog zbora Ivan Filipović te Projekta Lazarus. Uskrsnu atmosferu u središtu grada dodatno upotpunjuje tradicionalni Uskrsni koncert na Trgu bana Josipa Jelačića. Nastavlja se i s organizacijom atraktivnog ljetnog događanja Plesnjak na Zrinjvcu. Osim toga, tradicionalno će se kroz različite aktivnosti i događanja obilježiti Dan grada Zagreba te Svjetski dan turizma.

Pored projekata koji prezentiraju zagrebačku kulturnu i povijesnu baštinu, Grad Zagreb intenzivno razvija i modernu urbanu scenu te suvremena kulturna događanja. Slijedom uspješnih rezultata ostvarenih u prethodnim godinama, planira se daljnji kvalitativni razvoj drugog ključnog turističkog projekta - Festivala svjetla Zagreb. Festival se kontinuirano razvija s ciljem privlačenja većeg broja posjetitelja te povećanja popunjenosti smještajnih kapaciteta u ranom proljetnom razdoblju. Program, na brojnim lokacijama Donjeg i Gornjeg grada, predstavlja sinergiju likovnih i izvedbenih umjetnosti, dizajna, moderne tehnologije, spektakla, zabave i arhitektonskih posebnosti Zagreba. Ovim se projektom Zagreb pozicionira uz bok svjetskim metropolama koje uspješno razvijaju festivale svjetla, dodatno jačajući svoj kulturni identitet, međunarodnu vidljivost i turističku konkurentnost. Festival time postaje važan element strateškog razvoja grada te ključan argument za njegovo daljnje unapređenje.

Nakon treće uspješne realizacije projekta Zagreb Classic, višednevnog festivala klasične glazbe na Trgu kralja Tomislava, Festival se i dalje razvija s ciljem jasnijeg profiliranja i privlačenja još većeg broja posjetitelja. U dosadašnjim izdanjima nastupali su brojni domaći i međunarodni ansambli te istaknuti umjetnici, a dio programa obogaćen je projekcijama renomiranih europskih kulturnih institucija. U skladu s time, nastavlja se s pripremom četvrte realizacije Festivala Zagreb Classic, uz daljnje jačanje umjetničkog identiteta, širenje međunarodne suradnje te uključivanje značajnih glazbenih ustanova i umjetnika, s posebnim

naglaskom na unaprjeđenje produkcije i ukupnog doživljaja za posjetitelje. 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: 2.614.700

Rokovi realizacije aktivnosti: Prilog 4.

2.2.6. **Kulturni turizam**

Na području kulturnog turizma nastavlja se potpora za posebne projekte koji predstavljaju hrvatske vizualne i glazbene umjetnike u Beču te jačaju kulturne veze dvaju gradova.

Festival hrvatske glazbe u Beču - Platform for culture 10.000

Zagrebački umjetnici povezuju Zagreb i Beč - udruga Nomad 4.000

Neplanirano: 36.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000

Rokovi realizacije aktivnosti: 2026

2.3. **Podrška turističkoj industriji**

Neizostavan dio promocije Zagreba uključuje kvalitetnu suradnju s agencijama, turoperatorima, hotelijerima i ostalim dionicima turističke industrije. TZGZ će i u 2026. godini nastaviti poticati međusobnu suradnju svih dionika, razvijati novu i nadograđivati postojeću turističku ponudu te jačati sinergiju lokalne zajednice u provedbi promotivnih aktivnosti.

U sklopu toga rezervirana su i sredstva za članstvo Hotela Esplanade Zagreb u Virtuoso udruženju, što predstavlja *de minimis* potporu, a istovremeno povećava prepoznatljivost i kredibilitet destinacije. Planirani iznos potpore je 9.253 eura

TZGZ će također pružati podršku članicama pri nastupima na sajmovima, kongresnim burzama i radionicama, uključujući sufinanciranje dijela troškova izlaganja. Navedene potpore su *de minimis* potpore i planirane su u iznosu od 100.353 eura.

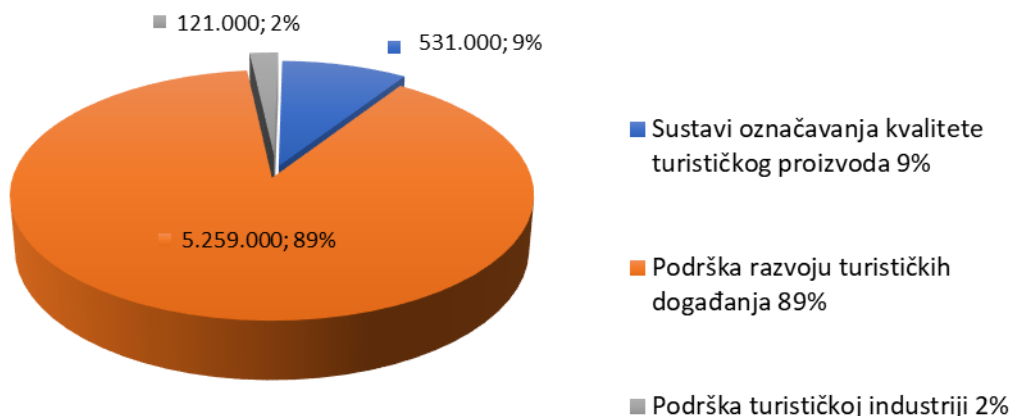
Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 121.000

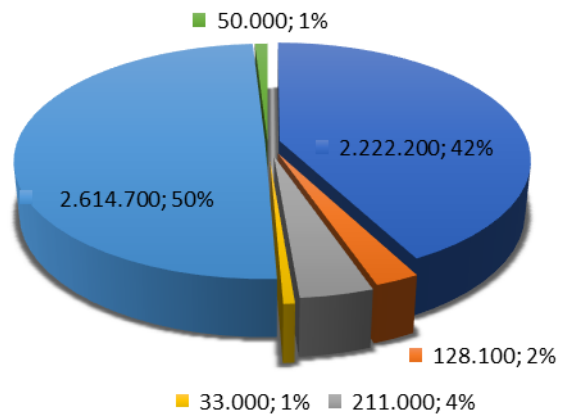
Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

UKUPNO RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 5.911.000

RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA



PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA



- Potpore događanjima 42%
- Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti 2%
- Marketinški projekti 4%
- Ured direktora – potpore projektima 1%
- Potpore razvoja DMO 50%
- Kulturni turizam 1%

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje *branding* sustava i brend 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 2026. godine

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. Kampanje TZGZ

Marketinška komunikacija projekata predstavlja ključan prvi korak u oblikovanju percepcije Zagreba među potencijalnim posjetiteljima. S obzirom na to da su kampanje istaknuti segment Strateškog plana, njihovo osmišljavanje i realizacija provodit će se planski, s naglaskom na suvremene, kreativne i učinkovite komunikacijske prakse, uključujući i selektivne oblike promocije usmjerene na specifične tržišne segmente i profile posjetitelja.

U sklopu kampanja i dalje će se snažno promovirati prepoznatljivi i popularni zagrebački turistički proizvodi, poput Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Classica i Adventa Zagreb. Posebna pažnja posvetit će se specijaliziranim tematskim kampanjama predviđenim za 2026. godinu, uključujući promociju Medvednice kao ključnog dijela zagrebačke ponude aktivnog turizma, kulturnih sadržaja kroz manifestacije poput Zagrebačkog muzejskog vikenda te inicijative Museums, Maybe, koje potiču otkrivanje gradske kulturne scene kroz inovativne, suvremene i interaktivne pristupe.

Nastavlja se i suradnja s prestižnim udruženjima savjetnika za putovanja. Kampanja s američkim udruženjem Virtuoso, globalnom mrežom putničkih savjetnika specijaliziranih za iskustvena putovanja usmjerena je na privlačenje sve većeg broja posjetitelja iz Sjedinjenih Američkih Država. Paralelno, TZGZ nastavlja i suradnju s Američkim udruženjem turoperatora - USTOA, koje okuplja vodeće američke organizatore putovanja i turooperatore, s ciljem dodatnog jačanja vidljivosti Zagreba među profesionalcima koji kreiraju putničke programe i pakete za američko tržište.

Kampanje će biti prisutne u širokom spektru oglašivačkih formata, od tradicionalnih medija do digitalnih platformi i javnih površina, uključujući OOH formate, radijske kampanje i druge relevantne komunikacijske kanale, pri čemu će svaki kanal biti strateški korišten prema ciljanoj publici i segmentu interesa.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

714.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.2.2. Oglašavanje u tisku

Iako digitalni kanali bilježe stalan rast, tiskani mediji i dalje ostaju važan komunikacijski prostor za povezivanje s potencijalnim posjetiteljima Zagreba. Kroz oglase, partnerske suradnje i posebno pripremljene promotivne sadržaje, TZGZ nastoji pružiti relevantne informacije i potaknuti interes za posjet destinaciji. Dugogodišnja suradnja s domaćim i međunarodnim medijskim kućama omogućuje kreativno predstavljanje grada putem oglasa, advertorijala i native formata.

Ovaj će se pristup nastaviti i tijekom 2026. godine, s naglaskom na jačanje vidljivosti zagrebačke turističke ponude u tiskanim izdanjima kao važnom dijelu integrirane marketinške komunikacije. Objavom atraktivnih i sadržajno kvalitetnih oglasnih formata, TZGZ će i dalje graditi prepoznatljiv identitet i pozitivan imidž Zagreba na domaćem i međunarodnim tržištima.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

254.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.2.3. Online kampanje

TZGZ će i u 2026. godini provoditi online marketinške kampanje s ciljem pozicioniranja Zagreba kao atraktivne cjelogodišnje destinacije bogate kulturnim, sportskim, rekreativnim, poslovnim i gastronomskim sadržajima. Nastavit će se provoditi uspješna kampanja na tržištima SAD-a i Velike Britanije u suradnji s platformom za putovanja Expedia.

TZGZ će nastaviti promovirati Medvednicu s fokusom na prirodne ljepote, planinarske staze te bogatu turističku i kulturnu baštinu Parka prirode na emitivnim tržištima.

Dugogodišnja uspješna suradnja sa Smithsonian Magazineom, nastavit će se kroz kampanju koja uključuje native članke, banner oglašavanje i newslettere, s naglaskom na kulturnu i umjetničku ponudu grada. Dodatno će se intenzivirati digitalna promocija platforme Museums, maybe, koja

predstavlja zagrebačke jedinstvene i neobične zbirke i atrakcije.

Tijekom godine realizirat će se i kampanje posvećene najvećim gradskim događanjima: u proljeće Festival svjetla Zagreb, zatim promocija Zagreb Classica u ljeto, a krajem godine i kampanja za Advent Zagreb. Kampanje će uključivati banner oglašavanje, advertorijale, video formate, Google oglašavanje, specijalizirane portale i društvene mreže.

Uz međunarodne aktivnosti, provodit će se i kampanje u domaćim medijima radi jačanja vidljivosti na nacionalnom tržištu i poticanja dolazaka gostiju iz Hrvatske.

Tijekom 2026. godine nastavit će se i pojačana promocija putem društvenih mreža (Facebook, Instagram, X, TikTok, YouTube), s naglaskom na ciljano oglašavanje, sve atraktivnije video formate i sadržaje prilagođene specifičnim tržištima i interesnim skupinama.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.020.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.2.4. **TV oglašavanje**

Televizija kao medij značajno doprinosi promociji šireći doseg do što veće ciljne skupine i omogućavajući prijenos informacija o destinaciji i projektima koje TZGZ provodi tijekom godine. U okviru TV oglašavanja planira se promocija ključnih događanja putem promotivnih spotova koji vizualno i sadržajno predstavljaju zagrebačke manifestacije i turističke proizvode, poput Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Classica, Adventa Zagreb itd.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 140.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.2.5. **Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama**

TZGZ će tijekom 2026. 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: 7.600

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.2.6. **Promotivni pano i displeji**

Oglašivački materijali, poput plakata i komunikacijskih elemenata u prostoru čine važan dio marketinških aktivnosti TZGZ-a jer omogućuju vizualno snažnu prezentaciju destinacije. Osim što jačaju branding turističkih proizvoda, ovi materijali privlače pažnju prolaznika na važne događaje i manifestacije u gradu, potičući ih da sudjeluju i istražuju kulturnu i turističku ponudu Zagreba. Tijekom 2026. godine promotivni materijali bit će usklađeni s cjelokupnom marketinškom komunikacijom, kako bi se dodatno ojačao prepoznatljiv identitet Zagreba i povećala vidljivost ključnih turističkih proizvoda među domaćom i međunarodnom publikom.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

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

3.3.1. **Formiranje baze podataka**

Planirana su sredstva za prikupljanje objavljenih članaka, reportaža, osvrti, najava i odabranih prikaza iz tiskanih i elektroničkih medija, koji će služiti za arhivske potrebe. Posebna pažnja bit će usmjerena na sadržaje koji se odnose na turizam grada Zagreba i aktivnosti TZGZ-a, kako na domaćem, tako i na inozemnom tržištu. Predviđena je i izrada godišnjih analiza PR pojavnosti, uključujući cost-benefit analize te, prema potrebi, dodatne specijalizirane analize. Svi prikupljeni materijali bit će arhivirani online i pohranjeni, za što su osigurana potrebna sredstva.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

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

Suradnja s medijima, kao jedan od ključnih oblika promocije turističke destinacije, obuhvaća aktivnosti usmjerene prema domaćim i stranim medijima te se temelji na kontinuiranom radu u području odnosa s javnošću. To uključuje organizaciju studijskih putovanja, konferencija za novinare, distribuciju priopćenja te komunikaciju putem digitalnih kanala. Studijska putovanja za

strane turističke novinare organiziraju se samostalno ili u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ), prema unaprijed definiranim kriterijima. TZGZ također podržava tematska grupna studijska putovanja, bilo u zajedničkoj suradnji s HTZ-om ili samostalno. Uložena sredstva u takve aktivnosti višestruko se vraćaju kroz objave članaka, reportaža, televizijskih priloga, sadržaja na društvenim mrežama, portalima i blogovima. Vrijednost i doseg objavljenih materijala prate se putem press clipping usluga.

Komunikacija s medijima odvija se i putem digitalnih kanala – službene web stranice, koja sadrži relevantne informacije i fotografije visoke rezolucije za medije te newslettera i press kutka, u kojem su dostupna sva priopćenja TZGZ-a. Suradnja s domaćim novinarima ima važnu ulogu u oblikovanju pozitivne percepcije o značaju turizma u Zagrebu. U tom se kontekstu planira redovito slanje priopćenja i organizacija konferencija za novinare u sklopu posebnih predstavljanja turističke ponude grada, uz pripremu prigodnih press materijala.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

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

Promotivne aktivnosti kroz suradnju s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima nastavit će se i u 2026. godini, a sve kako bi se dodatno ojačala vidljivost Zagreba na ključnim digitalnim kanalima. Aktivnosti će uključivati oglašavanje na društvenim mrežama te organizaciju i podršku individualnih dolazaka kreatora sadržaja.

U skladu s trendovima i rastućom važnosti autentičnog digitalnog sadržaja, pojačat će se suradnja s relevantnim influencerima iz područja putovanja, lifestylea, kulture i gastronomije, uz fokus na kreativne formate koji dopiru do ciljnih skupina i povećavaju dosege.

Kroz ove aktivnosti TZGZ će osigurati kontinuiranu prisutnost Zagreba na međunarodnim digitalnim platformama te potaknuti stvaranje sadržaja koji autentično prikazuje kulturnu scenu, gastro ponudu, ritam grada i iskustva koja Zagreb čine privlačnom urbanom destinacijom.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 27.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

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

U svrhu promocije grada u 2026. godini, nastavit će se organizacija razgleda grada te provedba dodatnih aktivnosti namijenjenih stranim diplomatima, visokim dužnosnicima i ostalim gostima ministarstava RH, protokolarnih službi Ureda predsjednika RH i Grada Zagreba, veleposlanstava stranih država u RH te obrazovnih, kulturnih i drugih institucija od značaja. Uz razglede, prema potrebi će se osiguravati i drugi oblici protokolarnе podrške s ciljem dodatne promocije kulturne baštine te turističkih i gospodarskih potencijala Zagreba.

Nositelj aktivnosti:

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 70.000

Rokovi realizacije aktivnosti: do kraja 2026. godine

3.4. **Marketinške i poslovne suradnje**

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

Suradnja s avioprijevoznicima i agencijama, uz zajedničke promotivne aktivnosti provedene s HTZ-om ključna je za poticanje razvoja novih turističkih proizvoda i stvaranje dodatne vrijednosti na temelju postojeće ponude Zagreba. Budući da je Zagreb primarno avio-destinacija, važno je usmjeriti napore na promociju izravnih letova koji povezuju grad s inozemnim tržištima te ga čine dostupnim i konkurentnim odredištem. U tom kontekstu prioritet je jačanje suradnje s nacionalnim prijevoznikom, kao i s rastućim brojem međunarodnih avioprijevoznika te turoperatora od strateškog značaja za razvoj destinacije. Ove aktivnosti nadopunjuju se tematskim i ciljano usmjerenim kampanjama koje podržavaju kapitalne projekte TZGZ-a, doprinose povećanju prometa te jačaju međunarodnu prepoznatljivost Zagreba kao privlačnog turističkog, poslovnog i kulturnog središta.

Croatia Airlines 245.000

Strateški projekti 150.000

Promotivni materijali za avioprijevoznike i agencije 36.000

Tematske i ciljane kampanje sa avioprijevoznicima 150.000

Neplanirano: 30.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 611.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.4.2. Partnerstvo u oglašavanju turističke industrije Zagreba i TZGZ

U 2026. godini planira se provedba udruženog oglašavanja kroz promotivne kampanje koje će uključivati suradnju dionika javnog i privatnog sektora. TZGZ će, u partnerstvu s odabranim nositeljima smještajne ponude, turističkim agencijama i posrednicima pri pružanju usluga u turizmu, razvijati zajedničke marketinške aktivnosti s ciljem stvaranja koherentne, učinkovitije i konkurentnije promocije Zagreba. Ovakav model partnerstva omogućava sinergijsko djelovanje, širi doseg i veću vidljivost destinacije na ključnim tržištima, a temelji se na pažljivo osmišljenim programima koji osiguravaju konkretnu i mjerljivu realizaciju. Kroz objedinjavanje resursa i znanja svih uključenih dionika, zajedničke kampanje omogućit će dosezanje novih ciljnih skupina i stvaranje dugoročne vrijednosti za destinaciju.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

200.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.4.3. Promotivne kampanje s partnerima

U 2026. godini suradnja s partnerima iz područja sporta, glazbe i kulture, uz provedbu ciljano osmišljenih promotivnih aktivnosti, imat će ključnu ulogu u jačanju turističke ponude i pozicioniranju Zagreba kao destinacije za različite oblike turizma. Projekti iz ovih područja, koji značajno doprinose kulturnoj i sportskoj dinamici grada, privlačit će velik broj posjetitelja te dodatno ojačati prepoznatljivost Zagreba i njegov ugled kao grada domaćina važnih događanja.

Među planiranim inicijativama ističu se WRC, I.A.A.F., Highlander Medvednica, INmusic festival, kao i suradnja s HNS-om, HOO-om i HSS-om. U planu su i promotivne suradnje na projektima od posebnog značaja za 2026. godinu, za koje će se rezervirati sredstva, a njihova konkretizacija slijedit će tijekom operativne faze provedbe, u maksimalnim iznosima kako je predviđeno.

Highlander Medvednica

33.200

INmusic

470.000

I.A.A.F. – Hanžekovićev memorijal

70.000

Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

1.063.200

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. 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, jača prepoznatljivost grada kao poželjne turističke destinacije te povećava vidljivost Zagreba na globalnom tržištu. Nastupi na sajmovima omogućuju uspostavljanje i jačanje suradnje s međunarodnim partnerima: turoperatorima, turističkim agencijama i medijima, kao i predstavljanje novih proizvoda i usluga. U 2026. godini planira se nastup na 14 turističkih sajmova od kojih je 8 samostalnih te 6 u suradnji s HTZ-om slijedom Ugovora o suizlaganju. Prilog 5.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

226.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.5.2. Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama

Specifičnost kongresnog tržišta očituje se u naglašenoj važnosti osobnog kontakta s potencijalnim kupcima, budući da se u najvećem broju slučajeva radi o projektima koji se planiraju i realiziraju kroz višegodišnje razdoblje. U tom kontekstu kongresne burze imaju ključnu ulogu jer predstavljaju mjesta na kojima se najčešće ostvaruje prvi kontakt s potencijalnim klijentima. Prisutnost predstavnika kongresnih ureda na takvim događanjima od iznimne je važnosti, budući da klijentima omogućuje pristup relevantnim informacijama i preporukama iz neovisnog i vjerodostojnog izvora. Na vodećim kongresnim burzama redovito sudjeluje velik broj dionika iz kongresne i incentive industrije, uključujući specijalizirane agencije, hotelijere i druge pružatelje usluga, koji uz podršku destinacijskih organizacija ostvaruju povećane mogućnosti sklapanja konkretnih poslovnih dogovora.

Kongresne burze, kao i specijalizirane radionice, predstavljaju važan izvor za identifikaciju potencijalnih klijenata s ciljem organizacije studijskih putovanja i inspeksijskih posjeta, čime se dugoročno doprinosi razvoju i jačanju kongresno-poslovnog segmenta. Planirane aktivnosti usmjerene su na jačanje pozicije Zagreba kao konkurentne kongresne i incentive destinacije, povećanje njegove vidljivosti na međunarodnom tržištu te uspostavu novih poslovnih kontakata i partnerstava. Dodatno, aktivnosti doprinose generiranju većeg broja poslovnih skupova i incentive putovanja, promociji Zagreba kao pouzdane i atraktivne destinacije za organizaciju

poslovnih događanja te unapređenju suradnje s domaćim i međunarodnim partnerima, te strukovnim udruženjima iz kongresne industrije.

Tijekom 2026. godine, TZGZ planira sudjelovanje na vodećim međunarodnim kongresno-incentive burzama, uključujući IMEX u Frankfurtu, IMEX America u Las Vegasu i IBTM u Barceloni. Nastupi će se realizirati samostalno ili u suradnji s HTZ-om, s ciljem jačanja međunarodne prepoznatljivosti Zagreba te ostvarivanja novih poslovnih mogućnosti. Uz navedene manifestacije, TZGZ planira i samostalne nastupe na regionalnoj kongresnoj burzi Conventa u Ljubljani te na kongresnoj burzi The Meetings Show u Londonu, koja je primarno usmjerena na britansko tržište.

Provedbom navedenih aktivnosti očekuje se povećanje međunarodne vidljivosti i prepoznatljivosti Zagreba kao kongresne destinacije, uspostava novih poslovnih suradnji te porast broja realiziranih kongresa, poslovnih skupova i incentive putovanja. Dugoročno, navedene aktivnosti doprinijet će jačanju tržišne pozicije Zagreba u poslovnom segmentu te njegovom daljnjem pozicioniranju kao vodeće kongresne destinacije u regiji i šire. Prilog 6.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 61.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. 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 Zagreb i Zagreb Classica. Također, planira se sudjelovanje na radionicama koje organiziraju relevantne strukovne udruge poput Virtuosa, u kojem TZGZ ima status Virtuoso Preferred Destination. Ovakvi formati predstavljanja omogućuju neposredan kontakt s predstavnicima turističkih agencija, turoperatora i medija, čime se stvaraju prilike za detaljnije predstavljanje ponude, jačanje poslovnih odnosa i uspostavljanje novih suradnji te poticanje interesa za Zagreb kao poželjnu destinaciju tijekom cijele godine i uključivanje u programe turističkih agencija i turoperatora.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 353.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.5.4. Posebne prezentacije i radionice/kongresni odjel

Posebne prezentacije i radionice predstavljaju jedan od ključnih segmenata u promociji kongresno-incentive ponude destinacije. Njihova je svrha ciljano predstavljanje Zagreba odabranim tržištima, pri čemu se u relativno kratkom vremenskom razdoblju postiže povećanje interesa i prepoznatljivosti destinacije među potencijalnim klijentima.

U planu je provedba aktivnosti koje obuhvaćaju samostalne ili zajedničke nastupe sa zainteresiranim partnerima na radionicama od posebnog značaja za promociju Zagreba kao kongresne destinacije. Predviđeno je sudjelovanje na događanjima kao što su: Destination Showcase (London), Successful Meetings University (New York), PURE International (Pariz), MCE North & West Europe (Kopenhagen), Events Club Life Sciences Forum (Düsseldorf), M&I Flagship UK & EU (Stockholm), M&I Flagship (Nashville) te Meet the Bidder Autumn Edition (Varšava).

Također se planira sudjelovanje na radionicama ili roadshowu u organizaciji tvrtke MIKI Travel na azijskom tržištu, s ciljem jačanja prisutnosti Zagreba na tržištima Dalekog istoka. Tijekom godine, u suradnji sa specijaliziranom agencijom za francusko tržište Partance, planirano je sudjelovanje na odabranim specijaliziranim radionicama i prezentacijama usmjerenima na promociju Zagreba kao kongresne i incentive destinacije. Sukladno raspoloživim sredstvima i tržišnim prilikama, predviđeno je i sudjelovanje na specijaliziranim radionicama za koje se procijeni da mogu doprinijeti ostvarivanju ciljeva promocije Zagreba na međunarodnom kongresnom tržištu.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 90.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

U 2026. godini nastaviti će se intenzivna suradnja s turističkim agencijama, turoperatorima, aviokompanijama i drugim ključnim partnerima turističke industrije radi daljnjeg jačanja promocije Zagreba kao atraktivne destinacije. Središnja aktivnost i dalje će biti organizacija studijskih putovanja za agente, kako bi se kroz njihovo izravno upoznavanje s turističkom ponudom grada

otvorile nove mogućnosti za pozicioniranje Zagreba na međunarodnim tržištima. Studijska putovanja provodit će se samostalno te u suradnji sa stranim turoperatorima i njihovim partnerima u Hrvatskoj, aviokompanijama koje povezuju Zagreb s inozemnim destinacijama, kao i u partnerstvu s HTZ-om i njezinim predstavništvima u inozemstvu. Ovaj pristup doprinosi povećanju broja stranih posjetitelja te širenju mreže agenata koji, nakon sudjelovanja u studijskim putovanjima, postaju promotori Zagreba na svojim tržištima.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 80.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.6.1. Organizacija inspekcijskih i studijskih putovanja organizatora kongresa

Inspekcijska i studijska putovanja predstavljaju jedan od najvažnijih prodajno-marketinških alata u okviru kongresnih aktivnosti te imaju ključnu ulogu u prezentaciji Zagreba kao kongresne i incentive destinacije. Navedene aktivnosti omogućuju potencijalnim organizatorima kongresa, incentive putovanja i drugih poslovnih događanja neposredan uvid u kapacitete, ponudu i organizacijske mogućnosti destinacije, čime se povećava vjerojatnost odabira Zagreba za buduća događanja.

Organizacija inspekcijskih i studijskih putovanja, provodi se samostalno ili u suradnji s HTZ-om, kao i drugim partnerima, uključujući DMC/PCO agencije i hotelijere. Na pojedinim tržištima planira se angažman specijaliziranih agencija s ciljem dovođenja klijenata od posebnog značaja za destinaciju, odnosno klijenata za koje se procijeni da imaju potencijal i iskažu interes za organizaciju poslovnih događanja u Zagrebu.

U planu je organizacija studijskog putovanja za kupce s kongresno-incentive burze Conventa u veljači, kao i organizacija studijskog putovanja za francusko tržište u suradnji sa specijaliziranom agencijom Partance tijekom godine. Sukladno iskazanom interesu tržišta i procijenjenom potencijalu za realizaciju konkretnih poslovnih događanja, postoji mogućnost organizacije studijskih putovanja i inspekcijskih posjeta u suradnji s predstavnicima lokalne kongresne industrije, prvenstveno sa specijaliziranim agencijama i hotelijerima.

Prema potrebi, planirana su i sredstva za organizaciju individualnih inspekcijskih posjeta te drugih oblika studijskih putovanja zainteresiranih kupaca, ovisno o raspoloživim sredstvima i prioritetima tržišnih aktivnosti.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

3.7.1. Brošure i tiskani materijali

TZGZ nastavlja s pripremom i tiskom promotivnih materijala, a planirane aktivnosti uključuju dotisak opće informativne brošure Dobro došli u Zagreb te mape-vodiča Korak po korak, koji posjetiteljima omogućuju jednostavnije snalaženje u gradu i pružaju korisne informacije o turističkoj ponudi Zagreba. Planira se i dotisak redizajnirane brošure Dobro došli u Zagreb na hrvatskom jeziku. Predviđen je i tisak plana grada, kao i dotisak Kongresne brošure, a za potrebe pojedinih projekata i promotivnih aktivnosti izrađivat će se posebni tiskani materijali. Također, nastavlja se i kontinuirana izrada mjesečnika Program priredaba na hrvatskom i engleskom jeziku, koji posjetiteljima pruža pregled aktualnih kulturnih, zabavnih i sportskih događanja u gradu. Prilog 7.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 187.500

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.7.2. Suveniri i promo materijali

TZGZ planira razvoj i distribuciju suvenira i promotivnih materijala koji predstavljaju grad u zemlji i inozemstvu. Fokus ostaje na prepoznatljivim zagrebačkim simbolima, uključujući licitarska srca, ilustrirane magnete, magnete s motivom crkve sv. Marka, drvene i kemijske olovke te vezice s logom TZGZ-a, koji će se koristiti na sajmovima, kongresima i drugim promotivnim događanjima. Uz to, izrađivat će se USB memorijski stickovi kao digitalni promotivni materijal za prezentacije Zagreba, a planirana je i izrada posebnih suvenira i materijala za projekte i kampanje TZGZ-a kao što su Festival svjetla Zagreb, Medvednica, Zagreb Classic, Advent Zagreb itd. Prilog 7.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.800

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.7.3. Newsletter TZGZ

TZGZ će i u 2026. godini nastaviti provoditi ciljanu newsletter komunikaciju s medijskim kućama, hotelima, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, veleposlanstvima i drugim ključnim dionicima turističkog sustava. Newsletteri će se slati periodički i sadržavati aktualne informacije o događanjima, turističkoj ponudi, projektima i novitetima u destinaciji.

Nastavit će se i distribucija specijaliziranog newslettera za kongresnu industriju, s fokusom na poslovne novosti, razvoj kongresnih kapaciteta i aktivnosti usmjerene jačanju poslovne i startup scene u Zagrebu.

TZGZ će dodatno provoditi slanje kulturnog newslettera kojim se ističe raznolika kulturna ponuda grada te newslettera–alerta namijenjenog turističkim agencijama i turoperatorima, s ciljem jačanja suradnje, pravovremene razmjene informacija i poticanja većeg broja organiziranih dolazaka u Zagreb.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

17.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.7.4. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Multimedijalni materijali ključan su alat u promociji destinacije i nezaobilazan element svake suvremene marketinške kampanje. Stoga će TZGZ nastaviti sa razvijanjem i produkcijom inovativnih i vizualno privlačnih sadržaja. Ovi materijali služe oblikovanju i provedbi različitih promotivnih aktivnosti – od predstavljanja destinacije do komunikacije pojedinih događanja i tematskih kampanja poput gastronomskih, sportskih, kulturnih i drugih.

U 2026. godini TZGZ planira razvijati i producirati nove multimedijalne materijale, uključujući promotivne filmove, animacije i različite audio-vizualne formate prilagođene digitalnim platformama.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

292.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.7.5. Kreiranje materijala za kanale online

TZGZ će tijekom 2026. godine nastaviti sustavno kreirati i prilagođavati foto i video materijale potrebne za kvalitetnu digitalnu promociju Zagreba. Redovito će se stvarati novi sadržaji za blogerske i promotivne platforme, uključujući tekstove, vlogove i tematske priče namijenjene različitim segmentima posjetitelja.

Sadržaj za web stranice, mobilne aplikacije i digitalne kampanje bit će kontinuirano obogaćivan i prilagođavan potrebama tržišta, s posebnim naglaskom na prirodne atrakcije, kulturnu baštinu, outdoor aktivnosti i urbanu ponudu grada. Posebna pažnja posvetit će se sadržajima vezanima uz Medvednicu, održivost, enogastronomiju, kulturnu scenu te druge ključne teme destinacijskog brendiranja.

Sve digitalne platforme TZGZ-a bit će redovito nadopunjavane aktualnim informacijama, novim vizualnim materijalima i prijevodima na dodatne jezike, u skladu s potrebama kampanja i ciljanih tržišta. Kapitalni projekti poput Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Classica i Adventa Zagreb imat će posebno prilagođene i ažurirane sadržaje tijekom cijele godine.

TZGZ će pripremati advertorijale i tematske članke za potrebe međunarodnih kampanja, uz prilagodbu sadržaja jezično, vizualno i tematski. Platforme posvećene kućnim ljubimcima te neobičnim i jedinstvenim zbirkama i atrakcijama i dalje će se nadograđivati u skladu s razvojem ponude i interesima posjetitelja.

U području društvenih mreža nastavit će se razvoj kreativnih formata i multimedijalnih materijala za Facebook, Instagram, TikTok, X i YouTube, uz posebno istaknute projekte poput gastro serijala „Ana kuha – Zagreb voli“ i produkciju novih kratkih destinacijskih videa. Paralelno će se unapređivati sadržaji za MICE segment na Facebooku i LinkedInu, s fokusom na kongresnu i poslovnu ponudu Zagreba.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

234.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.8. Internetske stranice

TZGZ upravlja nizom web stranica koje obuhvaćaju turističku i MICE ponudu, događanja, institucionalne informacije te tematske sadržaje namijenjene različitim segmentima posjetitelja. Sve web platforme redovito se ažuriraju i optimiziraju kako bi pružile kvalitetnu, suvremenu i pristupačnu prezentaciju turističke ponude Zagreba.

U 2026. godini planira se daljnji razvoj i modernizacija ključnih web stranica, uključujući redizajn i

obnovu kongresne stranice meetinzagreb.hr te prilagodbu svih platformi novom CMS sustavu V4. Predviđena je i primjena naprednih digitalnih rješenja, uključujući AI alate za poboljšanje pretraživanja i korisničkog iskustva.

Planira se nastavak razvoja tematskih stranica posvećenih prirodnim i kulturnim atrakcijama te posebnim interesnim skupinama. Podstranice vezane uz kulturu, sport, održivost, gastronomiju, kućne ljubimce i digitalne nomade redovito će se nadograđivati i vizualno unaprjeđivati u skladu s razvojem pojedinih projekata i kampanja. Tijekom godine održavat će se i unaprjeđivati digitalni sustav za prijavu za sufinanciranje projekata, skupova, kandidatura i manifestacija, uz planiranu izradu novih prijavnica, poboljšanja validacije podataka i tehničke nadogradnje sustava. Također je predviđen redizajn digitalne baze fotografija i daljnje održavanje Zagreb 360 WebVR aplikacije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 156.000

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

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

(dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)

Marketinški materijali poput oglasa, plakata, brošura i letaka nastaju kroz planiranje i usklađivanje kreativnog dizajna, vizualnih elemenata i sadržaja. Proces uključuje osmišljavanje i grafičko oblikovanje, izradu i uređivanje tekstova, lekturu, prijevode te otkup fotografskog materijala, koji predstavlja ključni vizualni segment promocije.

Fotografska baza redovito će se nadopunjavati kako bi bila osigurana dovoljna količina visoko kvalitetnih fotografija potrebnih za cjelogodišnje oglašavanje i promociju destinacije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 390.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.9.1. **Analitika i upravljanje digitalnim platformama**

U 2026. godini TZGZ će nastaviti sustavno provoditi analitiku internetskih stranica i društvenih mreža, koristeći specijalizirane alate za praćenje performansi, kvalitete sadržaja i ponašanja publike. Analiza će obuhvatiti i aktivnosti blogera, influencera, medijskih platformi i drugih digitalnih kanala koji surađuju s TZGZ-om ili iskazuju interes za promociju Zagreba.

Paralelno će se pratiti podaci o tržištu smještajnih kapaciteta, uključujući ponudu, potražnju, cijene i popunjenost, radi boljeg razumijevanja tržišnih trendova i navika posjetitelja.

Dobiveni uvidi omogućit će preciznije usmjeravanje resursa, učinkovitiji odabir partnera te kvalitetniju pripremu kampanja i sadržaja prilagođenih ciljnim tržištima.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.200

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3.10. **Turističko-informativne aktivnosti**

Tijekom 2026. 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. Studenti će se sukladno potrebama angažirati 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:

598.500

Ostali troškovi:

91.900

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

690.400

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. 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:

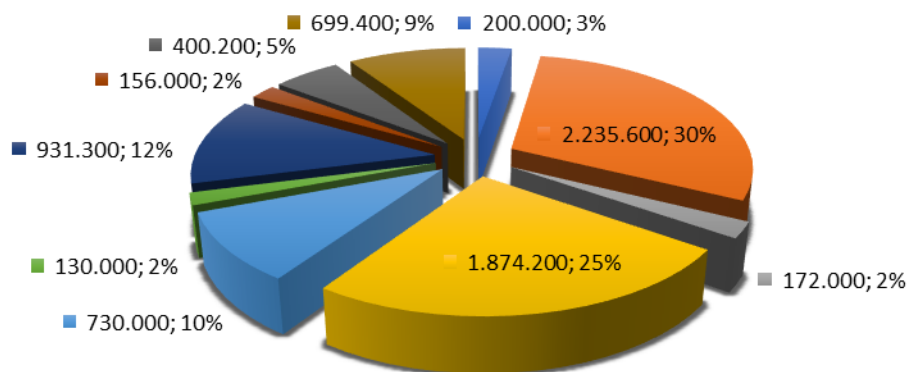
9.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

3. UKUPNO:

7.528.700

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 2%
- 3.4. Marketinške i poslovne suradnje 25%
- 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice 10%
- 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja 2%
- 3.7. Kreiranje promotivnog materijala 12%
- 3.8. Internetske stranice 2%
- 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka 5%
- 3.10. Turističko-informativne aktivnosti 9%

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Stručni skupovi i edukacije

Sudjelovanjem na stručnim i poslovnim skupovima koje organiziraju strukovne udruge, TZGZ nastavlja ulagati u profesionalni razvoj i usavršavanje svojih zaposlenika. Na taj se način osigurava pristup ključnim informacijama o aktualnom stanju i turističkim kretanjima na različitim tržištima, kao i o globalnim trendovima. Planirano je sudjelovanje na godišnjim sastancima, seminarima i kongresima, uključujući godišnje kongrese WTTC-a, ICCA-e, SITE-a i USTOA-e, kao i na specijaliziranim skupovima u organizaciji relevantnih strukovnih udruženja, poput City Destinations Alliance, UN Tourism i drugih.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

90.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

4.1.1. Odredište: Zagreb – uvođenje izbornog predmeta u škole

Projekt Odredište: Zagreb i ove godine nastavlja uključivati srednje škole kroz aktivnosti 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. U dogovoru s nadležnim Gradskim uredom, planira se uključivanje i privatnih srednjih škola grada Zagreba u projekt.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

65.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)

Nakon ostvarenih nagrada i priznanja u 2025., nastavlja se s planom sudjelovanja na međunarodnim stručnim natjecanjima i festivalima, uz prijavu promotivnih materijala različitih formata (filmskih, elektroničkih i tiskanih).

U sklopu planiranih posebnih prezentacija Zagreba, nastupa na radionicama, sajmovima i drugim događanjima u inozemstvu, predviđa se dodjeljivanje nagradnih putovanja u Zagreb. Putovanja će prvenstveno biti namijenjena turističkim agentima, predstavnicima medija i ključnim influencerima iz turističke industrije. Ova inicijativa ne samo da potiče izravnu promociju Zagreba, već služi i kao snažan marketinški alat za njegovo pozicioniranje na globalnom turističkom tržištu. Nagradna putovanja dodatno jačaju međunarodne odnose i suradnju, povećavaju vidljivost grada u različitim segmentima turizma te kroz osobno iskustvo omogućuju stjecanje dugoročnog ugleda Zagreba kao atraktivne i prepoznatljive destinacije.

Nositelj aktivnosti: TZGZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

20.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

4.2.1. Zagreb Card

Zagreb Card predstavlja sastavni dio europskog projekta We Love City Cards, koji se provodi u okviru međunarodne udruge City DNA. Namijenjena je svim posjetiteljima grada Zagreba, s ciljem unapređenja kvalitete njihova boravka, povećanja atraktivnosti turističke ponude te jačanja pozicioniranja Zagreba kao konkurentne i prepoznatljive city break destinacije. Dostupna je u verzijama od 24 i 72 sata, a korisnicima omogućuje besplatno korištenje javnog gradskog prijevoza, besplatan ulaz na odabrane gradske atrakcije te korištenje različitih popusta.

Tijekom 2026. godine planira se daljnje unapređenje postojećeg sustava, uključujući proširenje funkcionalnosti kartice, optimizaciju korisničkog iskustva i jačanje promotivnih aktivnosti na online i offline komunikacijskim kanalima. Provedbom ovih aktivnosti očekuje se povećanje vidljivosti Zagreb Card kartice, rast broja korisnika i dodatno unaprjeđenje ukupne turističke ponude grada Zagreba.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

64.500

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

4.3. Poticanje na očuvanje 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.

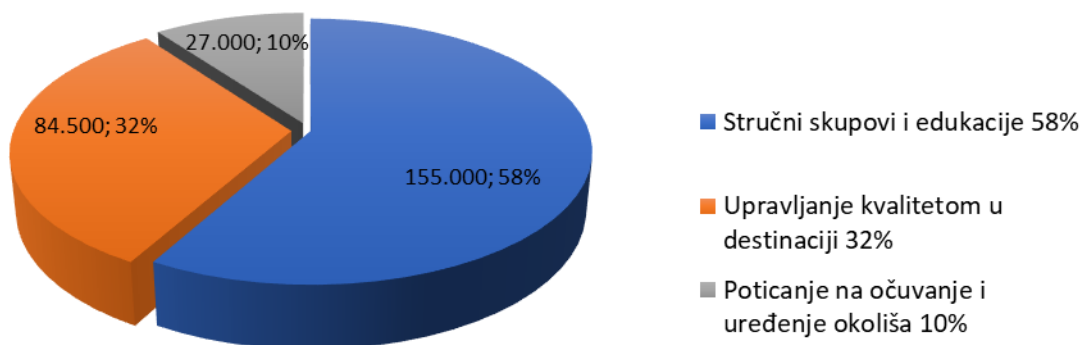
Nositelj aktivnosti: TZGZ i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 27.000

Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine

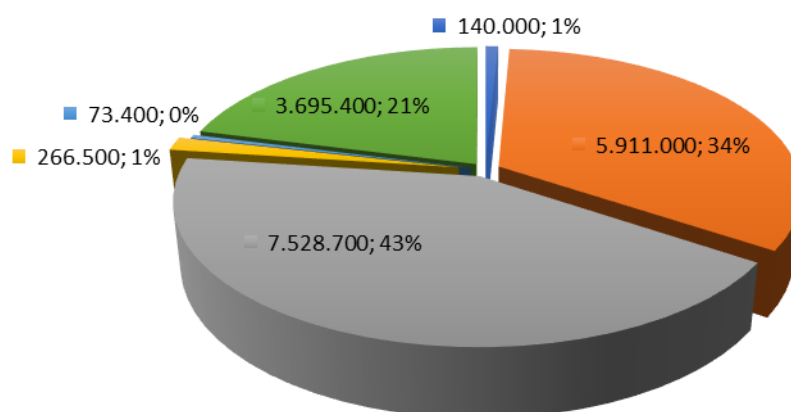
UKUPNO: 266.500

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, Skål, SITE, World Tourism Cities Federation te World Travel & Tourism Council (WTTC) u kojima se planira nastaviti sa članstvom i u 2026. godini.	
	Planirana sredstva:	70.700
	Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine	
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	
	U 2026. godini TZGZ planira nastaviti sa članstvom u sljedećim domaćim organizacijama: UHPA, UPUHH i Udruzi računovođa i financijskih djelatnika.	
	Planirana sredstva:	2.700
	Rokovi realizacije aktivnosti: tijekom 2026. godine	
	UKUPNO:	73.400
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	
6.1.	Plaće i ostala materijalna primanja radnika	
	Planirana sredstva	2.520.000
6.1.1.	Izdaci za prijevoz na posao	
	Planirana sredstva:	33.000
6.1.2.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu i sl.)	
	Planirana sredstva	60.000
6.2.	Materijalni troškovi	
	Planirana sredstva:	947.400
6.3.	Tijela turističke zajednice	
	Planirana sredstva:	135.000
	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.), materijalne troškove te rashode za rad tijela TZGZ-a. 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 2026. godini planira se nabava određenih osnovnih sredstava (računalna oprema, namještaj, vozilo) kao i potrebna adaptacija poslovnog prostora. Planirana su i sredstva za organizaciju rada tijela TZGZ-a – Skupštine, Turističkog vijeća te Radne skupine za nadzor.	
	UKUPNO:	3.695.400
	SVEUKUPNO:	17.615.000

AKTIVNOSTI



- ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE 1%
- RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 34%
- KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE 43%
- DESTINACIJSKI MENADŽMENT 1%
- ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA 0%
- ADMINISTRATIVNI POSLOVI 21%

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2026. GODINU

I. PRIHODI

RB		PRIHODI	Plan 2025.	ID 2025.	Plan 2026.	Udio %	Index
1.		Izvorni prihodi					
	1.1.	Turistička pristojba	2.290.000	2.290.000	2.355.000	13,37	102,84
	1.2.	Turistička članarina	12.870.000	12.870.000	13.385.000	75,99	104,00
2.		Preneseni prihod iz prethodne godine	1.230.000	1.837.400	1.800.000	10,22	97,96
3.		Ostali prihodi	120.000	90.000	75.000	0,43	83,33
		SVEUKUPNO:	16.510.000	17.087.400	17.615.000	100,00	103,09

1.1. Turistička pristojba

Planirani prihod od uplate turističke pristojbe u 2026. godini iznosi 2.355.000 eura. Planirani iznos predviđen je temeljem ostvarenih rezultata u 2024. i 2025. godini te odluke o visini turističke pristojbe za 2026. godinu.

1.2. Turistička članarina

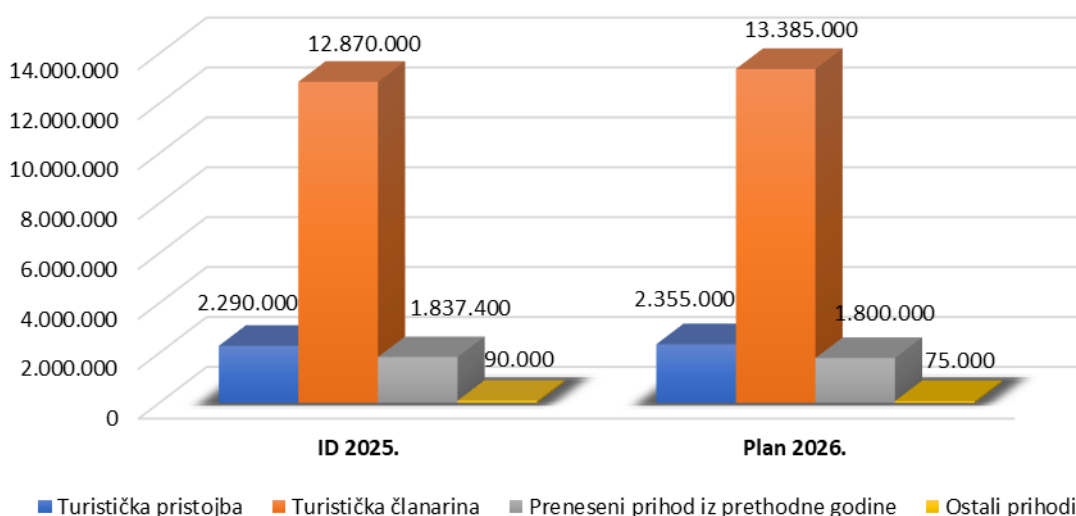
Turistička članarina planirana je u iznosu od 13.385.000 eura. Uzimajući u obzir rast gospodarstva u 2025. godini, trenutnu realizaciju prihoda od turističke članarine i projekciju do kraja godine te akontacije turističke članarine koje se uplaćuju po osnovi ostvarenih prihoda u 2025. godini, očekuju se veći prihod od turističke članarine u 2026. godini.

2. Višak prihoda planiran je u iznosu od 1.800.000 eura. Ostvareni ukupni iznos prenesenih prihoda će se izraziti u Izvješću o izvršenju programa rada za 2025. godinu.

3. Ostali prihodi

Planirani su ostali prihodi u iznosu od 75.000 eura.

PRIHODI



II. RASHODI

RB		AKTIVNOSTI	Plan 2025.	ID 2025.	Plan 2026.	Udio	Index
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE					
	1.1.	Istraživanje i analiza tržišta	190.000	248.173	140.000	0,79	56,41
		Ukupno:	190.000	248.173	140.000	0,79	56,41
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA					
	2.1	Sustavi označavanja kvalitete turist. proizvoda					
	2.1.1.	Zdravstveni turizam	145.000	50.000	165.000	0,94	330,00
	2.1.2.	Gastro turizam			366.000	2,08	
	2.2	Podrška razvoju turističkih događanja					
	2.2.1.	Potpore događanjima	2.306.500	2.322.600	2.222.200	12,62	95,68
	2.2.2.	Kandidature za međunarodne skupove, potpore skupovima i projekti	181.500	192.700	128.100	0,73	66,48
	2.2.3.	Marketinški projekti, financijske potpore i posl. suradnje	284.375	338.150	211.000	1,20	62,40
	2.2.4.	Ured direktora – potpore projektima	33.000	33.000	33.000	0,19	100,00
	2.2.5	Potpore razvoja DMO	2.850.000	2.580.481	2.614.700	14,84	101,33
	2.2.6	Kulturni turizam	25.000	75.000	50.000	0,28	66,67
	2.3.	Podrška turističkoj industriji	160.000	135.850	121.000	0,69	89,07
		Ukupno:	5.985.375	5.727.781	5.911.000	33,56	103,20
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE					
	3.1.	Definiranje branding sustava i brand arhitekture	200.000	2.500	200.000	1,14	8.000,00
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda					
	3.2.1	Kampanje TZGZ	550.000	603.525	714.000	4,05	118,30
	3.2.2	Oglašavanje u tisku	238.586	345.377	254.000	1,44	73,54
	3.2.3	Online kampanje	1.001.000	1.070.000	1.020.000	5,79	95,33
	3.2.4	TV oglašavanje	100.000	140.000	140.000	0,79	100,00
	3.2.5	Oglašavanje u kongresno incentive publikacijama	5.000	5.000	7.600	0,04	152,00
	3.2.6	Promotivni panoji i displeji	150.000	150.000	100.000	0,57	66,67
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR				0,00	
	3.3.1.	Formiranje baze podataka, presscut	25.000	25.000	25.000	0,14	100,00
	3.3.2.	Studijska putovanja novinara i suradnja s novinarima	40.000	50.000	50.000	0,28	100,00
	3.3.3.	Suradnja s influencerima, blogerima i digitalnim nomadima	227.500	145.750	27.000	0,15	18,52
	3.3.4.	Suradnja s državnim i ostalim institucijama	50.000	65.000	70.000	0,40	107,69
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje					
	3.4.1.	Suradnja s HTZ-om, avioprijevoznicima i agencijama	527.000	512.500	611.000	3,47	119,22
	3.4.2.	Partnerstvo u oglašavanju turističke industrije Zagreba i TZGZ	150.000	200.000	200.000	1,14	100,00
	3.4.3.	Promotivne kampanje s partnerima	955.000	1.160.800	1.063.200	6,04	91,59
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice					
	3.5.1.	Samostalni nastupi TZGZ i u suradnji s HTZ-om	227.300	225.321	226.000	1,28	100,30
	3.5.2.	Sudjelovanje na kongresnim i incentive burzama	60.000	55.000	61.000	0,35	110,91
	3.5.3.	Posebne prezentacije i radionice	247.000	340.000	353.000	2,00	103,82
	3.5.4.	Posebne prezentacije i radionice/kongresni odj.	69.000	78.000	90.000	0,51	115,38

RB	AKTIVNOSTI	Plan 2025.	ID 2025.	Plan 2026.	Udio	Index
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	40.000	65.000	80.000	0,45	123,08
3.6.1.	Organizacija inspekcijskih i studijskih putovanja organizatora kongresa	50.000	40.000	50.000	0,28	125,00
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala					
3.7.1.	Brošure i tiskani materijali	220.000	198.400	187.500	1,06	94,51
3.7.2.	Suveniri i promo materijali	180.800	218.750	200.800	1,14	91,79
3.7.3.	Newsletter TZGZ	15.000	16.000	17.000	0,10	106,25
3.7.4.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	280.000	286.650	292.000	1,66	101,87
3.7.5.	Kreiranje materijala za kanale online	125.000	187.000	234.000	1,33	125,13
3.8.	Internetske stranice	127.000	118.000	156.000	0,89	132,20
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka (dizajn i oblikovanje grafičkih, tiskanih i foto materijala)	280.000	400.000	390.000	2,21	97,50
3.9.1.	Analitika i upravljanje digitalnim platformama	3.500	5.000	10.200	0,06	204,00
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	605.600	659.000	690.400	3,92	104,76
3.10.1.	Smeđa signalizacija i info table	9.000	9.000	9.000	0,05	100,00
	Ukupno:	6.758.286	7.376.573	7.528.700	42,74	102,06
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT					
4.1.	Stručni skupovi i edukacije	100.000	100.000	90.000	0,51	90,00
4.1.1.	Odredište: Zagreb - uvođenje izbornog predmeta u škole	50.000	50.000	65.000	0,37	130,00
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji (nagrade i priznanja)	10.000	28.000	20.000	0,11	71,43
4.2.1.	Zagreb Card	70.950	52.500	64.500	0,37	122,86
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	26.000	26.200	27.000	0,15	103,05
	Ukupno:	256.950	256.700	266.500	1,51	103,82
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA					
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	20.686	36.486	70.700	0,40	193,77
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	2.687	2.687	2.700	0,02	100,48
	Ukupno:	23.373	39.173	73.400	0,42	187,37
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI					
6.1.	Plaće	2.300.000	2.400.000	2.520.000	14,31	105,00
6.1.1.	Izdaci za prijevoz na posao	32.000	33.000	33.000	0,19	100,00
6.1.2.	Ostali rashodi za radnike (sistematski pregledi, zaštita na radu, radna odjeća)	40.000	50.000	60.000	0,34	120,00
6.2.	Materijalni troškovi - Turistički ured	800.016	821.000	947.400	5,38	115,40
6.3.	Tijela turističke zajednice	124.000	135.000	135.000	0,77	100,00
	Ukupno:	3.296.016	3.439.000	3.695.400	20,98	107,46
	SVEUKUPNO:	16.510.000	17.087.400	17.615.000	100,00	103,09

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	413.000	2,35%

III. REKAPITULACIJA

UKUPNO PRIHODI: 17.615.000 EUR

UKUPNO RASHODI: 17.615.000 EUR

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

PROGRAM RADA ZA 2026.GODINU

PRILOZI

PRILOG 1. - POTPORA DOGAĐANJIMA

RB	Potpore projektima	De minimis	Plan 2026.
1.	MUZZA Zagreb Science Week - udruga Muzza, snaga znanosti, tehnologije i kulture / travanj		10.000
2.	Design week Zagreb - Scuderia d.o.o. / rujan	10.000	10.000
3.	Art Zagreb - Scuderia d.o.o. / prosinac	3.000	3.000
4.	Art Plac na Splavnici - Rekreator / kroz godinu		2.500
5.	Prvi inkluzivni sajam turizma (Cupi's spoon) - udruga UNUO		5.000
6.	Glazbena kontrola - Zagrebački orkestar ZET-a / kroz godinu		7.000
7.	Rooftop sessions with Sara Renar - Sara Renar samostalna umjetnička djelatnost / lipanj - rujan	1.500	1.500
8.	Glazbene šetnje Zagrebom - Hrvatski glazbeni zavod / travanj-listopad		2.000
9.	Above Zagreb - Medvednica Hill Experience - Destinacija senzacija d.o.o. / kroz godinu	1.200	1.200
10.	Secret Zagreb - Kazivačica d.o.o. za savjetovanje i usluge / kroz godinu	1.500	1.500
11.	Biciklističke i pješačke ture Zagrebom - Bike tours Zagreb j.d.o.o. / kroz godinu	2.000	2.000
12.	EvenTura, tematski razgledi - Feshtaona obrt / kroz godinu	2.000	2.000
13.	Old Zagreb Tour - Eco Group d.o.o. / kroz godinu	2.000	2.000
14.	Street art u Novom Zagrebu, turistička vožnja biciklima - Street art obrt / siječanj-srpanj	2.000	2.000
15.	Sve žene Augusta Šenoae - udruga Svi naši Šenoae / kroz godinu		1.500
16.	Ljeto na Rokovom - Likovni centar grada Zagreba / lipanj-srpanj		2.500
17.	Booksa u parku - Udruga za promicanje kultura Kulturtreger / kroz godinu		3.000
18.	Harley week Zagreb - Udruga vlasnika Harleya, ogranak Pleter / svibanj		3.000
19.	Zagrebački vergl - Udruga Zagrebački vergl / kroz godinu		2.000
20.	NEPLANIRANO		15.000
	UKUPNO POTPORE PROJEKTIMA	25.200	78.700

RB	Eno i gastro	De minimis	Plan 2026.
1.	Mali piknik - Udruga Mali plac / srpanj		6.000
2.	Le Grič - Udruga Mali plac / kolovoz		6.000
3.	PLACe market Hrvatska - S2 d.o.o. / travanj - listopad	5.000	5.000
4.	ZAGREB UNDERGROUND - Media desk d.o.o. / travanj	2.500	2.500
5.	NEPLANIRANO		5.000
	UKUPNO POTPORE ENO I GASTRO	7.500	24.500

RB	Sport	De minimis	Plan 2026.
1.	Europsko prvenstvo u muškoj i ženskoj sportskoj gimnastici za seniore i juniore - Hrvatski gimnastički savez / kolovoz	5.000	5.000
2.	Europsko prvenstvo Zagreb 2026 - Hrvatski savez košarke u kolicima / lipanj-srpanj	5.000	5.000
3.	34. zagrebački maraton - Zagrebački atletski savez / listopad	10.000	10.000
4.	58. Zlatna pirueta Zagreba - Hrvatski klizački savez / prosinac	5.000	5.000
5.	IJF Judo Grand Prix Zagreb - Hrvatski judo savez / studeni	5.000	5.000
6.	Zagreb Open Grand Prix, Ranking series - Savez hrvačkih sportova grada Zagreba / veljača	5.000	5.000
7.	Zagreb Open ATP Challenger & ITF - Teniski klub Top Spin / svibanj	5.000	5.000
8.	World finale Zagreb 2025. - Sportski klub Bambi kids / svibanj		3.000
9.	Zagreb Run - DSR Aktivan život / svibanj - prosinac	3.000	3.000
10.	RUN for MD - Društvo distrofičara Zagreb / svibanj		2.000
11.	Sirius Open - Parateniski klub Sirius / lipanj	2.000	2.000
12.	Super United Croatia Grand Chess Tour - Udruga Šahovski klub e4 / lipanj - srpanj	15.000	15.000
13.	NEPLANIRANO		20.000
	UKUPNO SPORT	60.000	85.000

RB	Koordinacija s gradom Zagrebom	De minimis	Plan 2026.
1.	NK Dinamo		45.000
2.	RK Zagreb		45.000
3.	KK Cibona		45.000
4.	VK Mladost		27.000
5.	HAOK Mladost		27.000
6.	RK Lokomotiva		27.000
7.	KK Cedevita junior		45.000
8.	Histrioni, Ljeto na Opatovini – UO Histrioni / ljeto		7.000
9.	Dani satire Fadila Hadžića - Satiričko kazalište Kerempuh / lipanj		4.000
10.	Neraspoređeno		50.000
	UKUPNO KOORDINACIJA S GRADOM ZAGREBOM		322.000

RB	Božićna i novogodišnja događanja	De minimis	Plan 2026.
1.	Božićna i novogodišnja događanja 2025.		1.280.000
2.	Troškovi Adventa prethodne godine		20.000
	SVEUKUPNO BOŽIĆNA I NOVOGODIŠNJA DOGAĐANJA		1.300.000

RB	Kultura	De minimis	Plan 2026.
1.	OKOLO - umjetničke intervencije - Udruga Nas dve / kolovoz		20.000
2.	MoMA - MSU - u dijalogu - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj	10.000	10.000
3.	Izložba Bukovac u Pragu (treća izložba iz ciklusa Bukovac u Europi) - Galerija Klovićevi dvori / studeni 2025. - veljača 2026.		10.000
4.	Inauguracijska izložba Umjetničkog paviljona "DAR" u Zagrebu		10.000
5.	Ljetne večeri u Hrvatskom prirodoslovnom muzeju - Udruga Scena Amadeo / srpanj - rujan		14.000
6.	Ljetne noći Teatra Exit - Teatar Exit / lipanj - kolovoz		6.000
7.	Glazbeno dvorište Zagrebačkih solista - UO Zagrebački solisti / rujan		5.000
8.	Zagrebačko glazbeno proljeće - KD Vatroslav Lisinski / ožujak		7.000
9.	Ljeto u MSU - Muzej suvremene umjetnosti / lipanj - srpanj	5.000	5.000
10.	Art Fair NESVRSTANI - kuća Lauba / lipanj	3.000	3.000
11.	Reli po galerijama - Udruga za poticanje kreativnosti Atanor / listopad		3.000
12.	Glazba u crkvi sv. Marka, Oratorijsko društvo crkve sv. Marka / veljača - prosinac		4.000
13.	Spring etno jazz - Platform for culture d.o.o. / svibanj	7.000	7.000
14.	Brokenships stage - Jazz u muzeju - MBR kolektiv d.o.o. / lipanj - rujan	3.000	3.000
15.	Jazz.hr - Hrvatsko društvo skladatelja / kroz godinu		2.000
16.	60. Međunarodna smotra folkloru - Kulturni centar Travno / srpanj		4.000
17.	NEPLANIRANO		20.000
	UKUPNO KULTURA	28.000	133.000

RB	Festivali	De minimis	Plan 2026.
1.	Cest is d'best, Međunarodni ulični festival - udruga Cestagram / svibanj		30.000
2.	Festival iluzija - Mozgaonica d.o.o. / lipanj		5.000
3.	Zagreb Jazz festival – Katalpa produkcija j.d.o.o. / kroz godinu	10.000	10.000
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	6.000
9.	Greencajt festival - FHR d.o.o. / svibanj	5.000	5.000
10.	GR8 Coffee festival, međunarodni festival kave i čaja - Geldbaum d.o.o. / travanj	4.000	4.000
11.	59. Međunarodni festival kazališta lutaka PIF - Kulturni centar Travno / rujan		5.000
12.	Festival Miroslav Krleža - Umjetnička organizacija Teatar poezije / srpanj		5.000
13.	Festival svjetske književnosti - Fraktura d.o.o. / rujan	4.000	4.000
14.	Festival jednakih mogućnosti - Društvo tjelesnih invalida / svibanj		4.000
15.	Međunarodni festival stripa Crtani romani šou, Zagreb Comic Con - Udruga Crtani romani šou / travanj		3.000
16.	Ljeto u Štrosu - Event produkcija j.d.o.o / lipanj - kolovoz	3.000	3.000
17.	Zagrebački operni festival - Hrvatsko narodno kazalište / rujan		15.000
18.	NEPLANIRANO		20.000
	UKUPNO FESTIVALI	38.000	140.000

RB	Filmski projekti	De minimis	Plan 2026.
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.	Zagreb, filmski grad - Motovun film festival / siječanj-listopad		3.000
6.	DA2, Zagreb design, art & architecture film festival - Pari pikule / listopad		3.000
7.	Pop Up Film Festival - Ubran Entertainment j.d.o.o. / svibanj-lipanj		2.500
8.	NEPLANIRANO		4.000
	UKUPNO FILMSKI PROJEKTI		33.500

RB	Suradnja s ustanovama i institucijama	De minimis	Plan 2026.
1.	Muzej grada Zagreba / program kroz godinu		4.000
2.	Muzej suvremene umjetnosti / program kroz godinu		3.000
3.	Hrvatski prirodoslovni muzej / program kroz godinu		4.000
4.	Arheološki muzej u Zagrebu / program kroz godinu		4.000
5.	Etnografski muzej / program kroz godinu		4.000
6.	Umjetnički paviljon u Zagrebu / program kroz godinu		4.000
7.	Hrvatsko društvo likovnih umjetnika / program kroz godinu		5.000
8.	LADO na Mažurancu - Ansambli LADO / srpanj		4.000
9.	Hrvatska glazbena unija, Međ. dan jazz a i Svjetski dan glazbe		4.000
10.	Javna ustanova Park prirode Medvednica / kolovoz - listopad		8.000
11.	Kuća Lauba, godišnji izložbeni program / program kroz godinu	10.000	10.000
12.	Kolekcionart: Nove Perspektive - Kolekcionart / program kroz godinu	4.000	4.000
13.	Muzej čokolade Zagreb - Svijet čokolade d.o.o. / program kroz godinu	4.000	4.000
14.	Muzej putovanja - Travel Experience Museum / programi kroz godinu	4.000	4.000
15.	Muzej zaboravljenih priča - Pod nebom d.o.o. / program kroz godinu	4.000	4.000
16.	Muzej smijeha - Revolucija smijeha d.o.o. / program kroz godinu	4.000	4.000
17.	Muzej novog vala - Neprilagođen d.o.o. / program kroz godinu	4.000	4.000
18.	Cibona i Oto Reisinger - Reisinger d.o.o. / travanj	1.500	1.500
19.	VR Kino KEK - Klub za ekspedicionizam i kulturu KEK	4.000	4.000
20.	Koncertna dvorana Tvornica kulture / programi kroz godinu	4.000	4.000
21.	Močvara, SwAMP UP Zagreb - Udruženje za razvoj kulture URK / travanj - prosinac	3.000	3.000
22.	NEPLANIRANO		15.000
	UKUPNO SURADNJA S USTANOVAMA I INSTITUCIJAMA	46.500	105.500
	SVEUKUPNO POTPORA DOGAĐANJIMA	205.200	2.222.200

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

RB	Naziv	De minimis	Plan 2026.
1.	WINE EnoGASTRO VIP Event - Međunarodna konferencija vinskih, ugostiteljskih i gastronomskih znalaca, Ricerca Mercato, 5.2.	3.000	3.000
2.	Kiosk Branding Conference, Kiosk Kiosk j.d.o.o., 6.2.	3.000	3.000
3.	Best Stay konferencija, Positive Garden d.o.o., 12.-13.2.	3.000	3.000
4.	5. Simpozij o dijabetesu, kardiologiji, nutriciji i endo-onkologiji, A.T.I. d.o.o., 13.-15.2.	2.000	2.000
5.	RED konferencija, HESA Group d.o.o., 3.3.-5.3..	2.000	2.000
6.	MEETEX - Croatian Meeting Experience Summit, Inovativni eventi d.o.o., 17.- 19. 3.	45.000	45.000
7.	Seminar za roditelje i forum mladih SDDH, Savez društava distrofičara Hrvatske SDDH, 17.- 19.4.		1.500
8.	Green Energy EXPO Zagreb 2025, A.T.I. d.o.o., 21. - 22.4.	2.000	2.000
9.	BEIC Annual Club Meeting 2026, Komunikacijski laboratorij, 21.-23.4	5.600	5.600
10.	Future Tense powered by Lurssen 2025, Komunikacijski laboratorij, 22.4.	2.500	2.500
11.	48. Međunarodni dani znanstvene fantastike SFeraKon 2025, Društvo Sfera, 8. - 10.5.	3.000	3.000
12.	Festival Dani Orisa 26, Oris d.o.o., 9.-10.5.	2.000	2.000
13.	Konferencijski program 14. Organa vida, Fotografska udruga Oran vida, 1. 6. - 30. 6.	1.500	1.500
14.	Industry programi Animafesta Zagreb 2025., Hulahop d.o.o., 6.-13.6.	4.000	4.000
15.	73. ORCA kongres, Hrvatsko stomatološko društvo, 24 .-27. 6.	5.000	5.000
16.	12. Europski žanrovski forum, Udruga Rudolf, 2.-5.7.	2.000	2.000
17.	30th IUPAC Symposium on Photochemistry, Hrvatsko kemijsko društvo, 12.-17.7.	3.000	3.000
18.	LEAP Summit 2025., Hrvatski ured za kreativnost i inovacije, 8.- 9. 10.	2.000	2.000
19.	3th European Congress on Biomedical and Veterinaty Engineering BIOMEDVETMECH, 16.- 17.10.	2.000	2.000
20.	31. hrvatski simpozij osoba s invaliditetom, Zajednica saveza osoba s invaliditetom RH - SOIH, 26.-27.10.		1.500
21.	Forum zagrebačkih ugostitelja 2025., Udruženje ugostitelja Zagreb, 14.11.		5.000
22.	Plexus 2026 - Conference and Biomedical Forum, Udruga Med&X, 4. - 6.12.	1.500	1.500
23.	Forum hrvatske kongresne industrije, Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma, 9.12.		2.000
24.	Kandidatura za Europske dane znanstvene fantastike EUROCON 2028, Društvo Sfera, više prezenacija tijekom godine	2.000	2.000
25.	Potpore za candidature - neraspoređeno		22.000
	UKUPNO:	96.100	128.100

PRILOG 3. - MARKETINŠKI PROJEKTI, POTPORE I POSLOVNE SURADNJE

RB	Naziv	De minimis	Plan 2026.
	Marketinški projekti		
1.	ZGART Zagreb for You - Obrt 30 stupnjeva - oblikovanje informacija		29.100
2.	Zagreb for You - Obrt 30 stupnjeva - oblikovanje informacija		43.400
3.	Enjoy Zagreb - Sintagma media d.o.o.	51.000	51.000
	Financijske potpore - offline		
4.	Zagreb Gay Guide - Udruga Domino		2.500
5.	PR Roman Forum - Apriori World	5.000	5.000
6.	Fleka i Zagreb slikovnica - JUPIII j.d.o.o.	2.000	2.000
7.	Zagreb kao filmska destinacija - Ustanova Zagreb Film		2.000
8.	Sajam turizma PLACE2GO, PLACE2GO d.o.o.	10.000	10.000
9.	Promo materijal PP Medvednica - PP Medvednica		3.000
10.	Promocija časopisa Zagreb moj grad - Bibra izdavaštvo d.o.o.	2.500	2.500
11.	Dani hrvatskog kulinarstva 2026. - Hrvatski kuharski savez		2.000
12.	Cover Style Advent Party - Cover marketing d.o.o.	500	500
13.	Igor Zidić: Život u bojama - T-Film d.o.o.	3.000	3.000
14.	Monografija Židovi i arhitektura modernog Zagreba - Židovska općina	2.000	2.000
15.	Croatian Hollywood - Croatian Hollywood d.o.o.		5.000
	Financijske potpore - online		
16.	Zagreb Digital Nomad 2025 - 4 seasons - Destinacija senzacija	5.000	5.000
17.	Medvednica online		3.000
18.	Ironing club - ZAGrebi-ispod površine okusa	2.000	2.000
19.	Dare 2 dream d.o.o. - Zagreb Time Travel digitalni razgled grada	1.500	1.500
20.	ZIRCO - Privilege - Digitalna platforma pogodnosti	2.000	2.000
21.	Župa Majke Božje Sljemenske, Kraljice Hrvata - Redizajn web stranice i virtualna šetnja kapelicom Majke Božje Sljemenske, Kraljice Hrvata		4.500
22.	Neplanirano		30.000
	UKUPNO	86.500	211.000

PRILOG 4. – POTPORA RAZVOJU DMO-a

RB	Projekti TZGZ	De minimis	Plan 2026.
1.	Festival svjetla Zagreb		1.400.000
2.	Zagreb Classic		900.000
3.	ZAGREBAČKI VREMEPLOV		
3.1.	Gornji grad u prošlosti - Projekt oživljavanja Gornjeg grada likovima iz zagrebačke i hrvatske povijesti - udruga Etnoteka / svibanj - rujan		35.000
3.2.	Gornjogradske glazbene vedute, nastupi gornjogradskih uličnih svirača za turističke grupe subotom i nedjeljom - Udruga Zagrebački Cinkuši / lipanj - rujan		7.500
3.3.	Folklorna ljetna scena za turiste - Centar za tradicijsku kulturu Etnoteka / srpanj, kolovoz		9.500
4.	Smjena straže počasne satnije Kravat pukovnije - Academia Cravatica / siječanj - listopad i Nova godina		60.000
5.	Plesnjak na Zrinjvcu - Katapult promocija d.o.o. / ljeto		60.000
6.	Open house Zagreb - više nositelja / kroz godinu		10.000
7.	USKRSNI PROGRAMI		
7.1.	Svečanosti Pasijske baštine - Udruga pasionska baština / ožujak		5.000
7.2.	Zagrebački kvartet		4.500
7.3.	Komorni zbor Ivan Filipović		3.000
7.4.	Projekt Lazarus - Adeodat, obrt		2.200
7.5.	Uskrsni koncert na Trgu bana Josipa Jelačića - Hieronimus obrt		4.000
8.	Svjetski dan turizma / rujan		35.000
9.	Dan grada Zagreba / svibanj		7.000
10.	Zagreb Tourfilm Festival - Balduči film d.o.o. / listopad	7.000	7.000
11.	Besplatni razgledi grada za Zagrepčane		5.000
12.	Kostimirani likovi na događanjima		5.000
13.	Održavanje murala		5.000
14.	NEPLANIRANO		50.000
	UKUPNO PROJEKTI TZGZ	7.000	2.614.700

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

RB	Država	Grad	Sajam	Datum	Plan 2026.
1.	SAD	New York	NY Travel & Adventure Show	24.-25.1.	22.000
2.	Španjolska	Barcelona	B-Travel	20.-22.3.	8.000
3.	Kina	Šangaj	ITB China	26.-28.5.	14.000
4.	Japan	Tokyo	Tourism Expo Japan	24.-27.9.	11.000
5.	Singapur	Singapore	ITB Asia	21.-23.10.	30.000
6.	UAE	Dubai	ATM Dubai	4.-7.5.	34.000
7.	Francuska	Pariz	IFTM Top Resa	15.-17.9.	15.000
8.	Taiwan	Taipei	TTE Taipei	22.-25.5.	9.000
	UKUPNO				143.000

NASTUPI S HTZ-om

RB	Država	Grad	Sajam	Datum	Plan 2026.
1.	Austrija	Beč	Ferienmesse	15.-18.1.	10.000
2.	Španjolska	Madrid	Fitur	21.-25.1.	12.000
3.	Njemačka	Munchen	f.r.e.e.	18.-22.2.	9.000
4.	Njemačka	Berlin	ITB	3.-5.3.	12.000
5.	Velika Britanija	London	WTM	3.-5.11.	15.000
6.	Slovenija	Ljubljana	Alpe Adria	4.-7.2.	5.000
	UKUPNO NASTUPI S HTZ-om				63.000
	NEPLANIRANO - SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om				20.000
	UKUPNO SAMOSTALNI NASTUPI TZGZ I NASTUPI S HTZ- om				226.000

PRILOG 6. – SUDJELOVANJE NA KONGRESNIM I INCENTIVE BURZAMA

RB	Grad	Burza	Datum	Plan 2026.
1.	Ljubljana	Conventa Meet	10.-12.2.	5.200
2.	Frankfurt	IMEX	19.-21.5.	11.000
3.	London	The Meetings Show 2026.	24.-25.6.	9.800
4.	Las Vegas	IMEX America	13.- 15.10.	17.000
5.	Barcelona	IBTM World	17.- 19.11.	12.000
6.	Neplanirano			6.000
	UKUPNO			61.000

PRILOG 7. – BROŠURE I SUVENIRI

BROŠURE I TISKANI MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2026.
1.	Mapa Korak po korak	8.000
2.	Monografije i knjige - razno	500
3.	Program priredaba	76.000
4.	Plan grada – letak	35.000
5.	Brošura Dobro došli u Zagreb	52.000
6.	Brošure, karte i letci projekata	10.000
7.	Kongresna brošura	1.000
8.	NEPLANIRANO	5.000
	UKUPNO	187.500

SUVENIRI I PROMO MATERIJALI

RB	Naziv	Plan 2026.
1.	Olovke	2.000
2.	Licitarska srca	40.000
3.	Vezice za akreditacije	4.500
4.	Blokovi za pisanje	1.000
5.	Svijeće i mirisi	2.000
6.	Stolne zastavice	300
7.	Magneti	8.000
8.	Vrećice	7.500
9.	Adventski promo materijal	50.000
10.	Privjesci	8.000
11.	Promotivni suvenir - posebne prezentacije i kampanje	60.000
12.	USB stick	2.500
13.	NEPLANIRANO	15.000
	UKUPNO	200.800

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

RB	Opis	Plan 2026.
1.	Usluge student servisa	4.000
2.	Usluge najma	28.000
3.	Radna odjeća	1.500
4.	Potrošnja električne energije i plina	4.700
5.	Usluge održavanja	7.000
6.	Tekuće i investicijsko održavanje	5.000
7.	Komunalne usluge	2.500
8.	Uređenje prostora	5.000
9.	Troškovi reprezentacije	1.500
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	200
11.	Ostali nespomenuti rashodi	1.000
	Ukupno:	60.400

TIC - ZRAČNA LUKA

RB	Opis	Plan 2026.
1.	Usluge student servisa	1.600
2.	Usluge najma	2.700
3.	Radna odjeća	1.000
4.	Potrošnja električne energije i plina	1.300
5.	Troškovi telefona i internet	1.200
6.	Usluge održavanja	550
7.	Tekuće i investicijsko održavanje	1.300
8.	Komunalne usluge	550
9.	Uređenje prostora	600
10.	Literatura (glasila, časopisi..)	200
11.	Ostali nespomenuti rashodi	500
	Ukupno:	11.500

TIC – LOTRŠČAK

RB	Opis	Plan 2026.
1.	Usluge student servisa	8.600
2.	Usluge najma	8.000
3.	Radna odjeća	500
4.	Tekuće i investicijsko održavanje	1.800
5.	Uređenje prostora	400
6.	Literatura (glasila, časopisi..)	200
7.	Ostali nespomenuti rashodi	500
	Ukupno:	20.000

PRILOG 9 . MATERIJALNI TROŠKOVI

RB	Rashodi ureda	Plan 2025.	ID 2025.	Plan 2026.	udio %	Index
1.	Potrošni materijal	10.000	10.000	10.000	1,06	100,00
2.	Materijal za održavanje čistoće	2.000	2.000	2.500	0,26	125,00
3.	Uredski materijal	7.000	7.000	7.000	0,74	100,00
4.	Potrošnja električne energije i plina	17.000	17.000	20.000	2,11	117,65
5.	Utrošak benzina	4.000	4.000	4.000	0,42	100,00
6.	Izdaci za sitan inventar	6.500	8.000	10.000	1,06	125,00
7.	Trošak telefona i telefaksa	32.000	32.000	32.000	3,38	100,00
8.	Trošak poštarine	12.000	12.000	10.000	1,06	83,33
9.	Trošak tekućeg i investicijskog održavanja	115.000	145.000	170.000	17,94	117,24
10.	Usluge čišćenja	36.400	39.000	39.000	4,12	100,00
11.	Usluge najma poslovnog prostora i ostale najamnine	225.000	239.000	245.000	25,86	102,51
12.	Ostale komunalne usluge	10.300	5.500	5.000	0,53	90,91
13.	Odvjetničke i revizorske usluge i usluge savjetovanja	10.000	10.000	10.000	1,06	100,00
14.	Grafičke i digitalne usluge	1.000	3.700	3.000	0,32	81,08
15.	Ostale usluge	47.000	47.000	50.000	5,28	106,38
16.	Dnevnice za službena put. u zemlji i inoz.	1.000	1.000	1.000	0,11	100,00
17.	Naknade za putničke izdatke i noćenja	5.000	5.000	5.000	0,53	100,00
18.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe	216	200	200	0,02	100,00
19.	Trošak reprezentacije	35.000	45.000	45.000	4,75	100,00
20.	Premije osiguranja	8.000	8.000	8.000	0,84	100,00
21.	Izdaci za naknade FINI i bank. provizije	10.000	10.000	10.000	1,06	100,00
22.	Stručna literatura i tisak	8.600	8.600	8.600	0,91	100,00
23.	Nabava opreme i osnovnih sredstva	120.000	60.000	150.000	15,83	250,00
24.	Ostali troškovi poslovanja	6.000	6.000	6.600	0,70	110,00
25.	Neplanirani rashodi	1.000	1.000	500	0,05	50,00
26.	Obuka osoblja, edukacije, seminari i studijska putovanja	55.000	55.000	55.000	5,81	100,00
	UKUPNO I.	785.016	781.000	907.400	95,78	116,18
II.	Poslovni prostor, adaptacija	15.000	40.000	40.000	4,22	100,00
	UKUPNO RASHODI UREDA	800.016	821.000	947.400	100,00	115,40