

OBRAZAC
Izvješća o provedenom savjetovanju sa zainteresiranom javnošću

Naziv nacrtu odluke ili drugog općeg akta o kojem je savjetovanje provedeno	Prijedlog Plana upravljanja destinacijom: Zagreb
Nositelj izrade nacrtu akta (gradsko upravno tijelo koje je provelo savjetovanje)	Gradski ured za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje/ Turistička zajednica grada Zagreba
Vrijeme trajanja savjetovanja	10. travnja do 10. svibnja 2026.
Metoda savjetovanja	- internetsko savjetovanje

Red. br.	Predstavnici zainteresirane javnosti (pojedinaac, organizacija, institucija)	Članak na koji se odnosi primjedba/ prijedlog	Tekst primjedbe/ prijedloga	Prihvaćanje/ neprihvaćanje primjedbe/ prijedloga sa obrazloženjem
1.	Ivana Stančić Mali iznajmljivač u višestambenoj zgradi na moru	Načelne primjedbe i prijedlozi na predloženi nacrt akta s obrazloženjem	Analiza stanja se izgleda svodi samo na analizu malih iznajmljivača iako piše privatnog smještaja u što sada spadaju i hoteli (koji su kod nas uglavnom u stranom vlasništvu) a koji po mojim informacijama plaćaju manje poreza po krevetu od malih iznajmljivača (koji plaćaju 4 davanja + proviziju platformi + sve režije + amortizacija itd). Moji su djedovi i bake bili desetljećima u Zagrebu kad sam ja došla studirati i imala smještaj a drugi su morali kupovati neki manji smještaj jer u studentskim domovima nema mjesta a kriterij nije uspjeh. U inozemstvu su studentski domovi sa jednokrevetnim sobama jer je učenje u prvom planu a ne druženje. Taj studentski smještaj onda može u budućnosti biti smještaj za druge nerezidentne studente jer je premalen za obitelji, a Zagreb je uvijek bio veliki	Nije primjenjivo. Radi se o osobnom komentaru političke i gospodarske situacije za koju ovaj dokument nije relevantan niti se njim može na istu utjecati.

		studentski grad. Za analizu stanja treba pričekati da se vidi koliko ljudi uopće treba priuštivo stanovanje jer po tome što država nije stavila niti jedan od 9000 stanova koje ima na raspolaganje se može zaključiti da je situacija prenapuhana. Svi smo u Jugoslaviji imali stan a broj stanovnika se smanjio za oko milijun a stalno se grade i kuće i stanovi. Za strane radnike se sad na moru iznajmljuju npr. peterosobni stanovi za 3000e + režije što opet oduzima mogućnost smještaja našim obiteljima jer za sada su na periferiji najamnine niske a i u centru ako dvoje radi. Ako netko ne radi ne vidim zašto bi dobio stan i još mu se plaćana i najamnina. U SAD postoji neki forward heritage sistem gdje se može dobiti novi smještaj iz buduće darovnice a kod nas skoro sve obitelji imaju smještaj. Koliko je institucionalnih investitora u Zagrebu? Jer na tržištu nekretnina se recimo prije 10tak godina savjetovala kupnja stanova u Berlinu jer su bili jako jeftini ,oko 1000€.I Zagreb je sigurno jeftiniji od mnogih drugih gradova. Institucionalni investitori u SAD plaćaju oko 35% više za nekretnine koje onda dobivaju na štetu malih a i cijena im odmah starta viša, Neki vani sa porastom vrijednosti nekretnina otplaćuju kredite u SAD. Trump je zato zabranio kupnju obiteljskog smještaja investitorima. Kod nas nema takve zaštite. Osiguravajuća društva isto moraju imati barem 30% vrijednosti u nekretninama. Koliko je takvih po Zagrebu i tko ej u tim stanoviam.I HEP umjesto da se bavi svojim poslom mi moramo nakon enromnih izdvajanja plaćati vjetroelektrane i solare Izraelcima, Španjolcima ,Kinezima a HEP iznajmljuje apartmane npr na Lošinju. Koliko ima takvih nekretnina po Zagrebu? Nadam se da nerezidentnost nije odgovor na domaćine koje je izmislila država a mali nisu imali tu mogućnost reagiranja. Nisu mogli ući niti u Vijeće HTZ-a iako na njih otpada bar polovina	
--	--	--	--

		prometa i zarade od turizma. Hoteli u stranim rukama sa stranim radnicima kojima Ustav garantira izvoz ugrađenog uz već plaće spada u kolonijalnu ekonomiju od čega RH nema nikakve koristi ali veliko zagađenje. Dnevno se potroši ručnika u hotelu koliko kod malih iznajmljivača za cijelog boravka a sama proizvodnja ručnika pa i plahti koristi velike količine kemikalija, zagrijava se i hladi barem 4 puta više raznih prostora od samog smještajnog, kao što su hodnici, sale, recepcije a sve na fosilna goriva. Prije desetak godina su restorani morali voditi dnevnik čišćenja wca tako da se nalijevalo varekinu svaki sat bez obzira na upotrebu a i sami broj gostiju na jednom zatvorenom prostoru zahtijeva takve uvjete. Tu je još dodatno zagađenje zbog dodatnog dolaska strane radne snage itd. Ne može se uopće govoriti o održivosti i ekologiju u vezi hotelskog poslovanja. U zemlji gdje hrana poskupi 90% a ta inflacija službeno iznosi jedva par posto ljudi se imaju pravo spašavati kupujući nekretninu za održanje vrijednosti jer i Ustav traži blagostanje ljudi. Neki od njih će po tržišnim uvjetima tu nekretninu iznajmiti i bez novih mjera za priuštivo stanovanje. To što veliki stručnjaci kao prošli tjedan gđa Vukadin Marković kaže da je iznajmljivanje 60 dana u godini mrtvi kapital podsjećam da smo u tržišnoj ekonomiji i svatko im pravo odlučiti o tome. Najveći mrtvi kapital su kojekakvi instituti turizma koji do sad nisu izmislili niti jedan proizvod koji se može prodati tako da se boravak i onih kod malih iznajmljivača kao i onih u hotelima može produljiti. Oni samo iznose tuđe statističke podatke koje onda ne znaju niti interpretirati pa tako za samo 27,7 milijuna noćenja preko platformi Booking.coma i airbnb(a što je rad samih iznajmljivača) u jadranskoj regiji kažu da je to previše turista. Mi smo zato jedina zemlja na svijetu koja ili nazaduje ili stagnira u turizmu jer imamo isti	
--	--	--	--

			broj turista kao u doba Jugoslavije a turizam sve ove godine u svijetu raste po stopi od oko 7% godišnje. Predlažem Tzu koji ne radi niti dovoljno niti dobro a košta za razliku od doba Jugoslavije gdje je naplaćivao i ubirao postotak od privatnog smještaja. mjenjačnice ,prodaje razglednica, karata, izleta i sl (fasada samo košta) da ponudi zimovanje i Uskrs u Zagrebu sa besplatnim posjetima muzejima i oformi skijaško trčanje uz Savu i u Maksimiru gdje ima dovoljno vode za snježne topove. Oktoberfest npr. zaradi 1/3 naše cjelogodišnje zarade od turizma. Hoteli mogu biti prihvatljivi samo obveznicama naših ljudi sa zapošljavanje po potrebama lokalnog stanovništva a kako sam to već predložila u lanjskom savjetovanju povodom ovih novih zakona ali izgleda je to netko izbrisao.	
2.	Smiljana Santini Mali iznajmljivač	Pitanje	Zašto je nekretnina koja se kratkoročno iznajmljuje od strane nerezidenta i može biti riječ o jednoj (1) nekretnini investicija, a od rezidenta gdje može biti riječ o dvadesetsedam (27) nekretnina, nije investicija. Sto oni iznajmljuju u humanitarne svrhe	Prihvaća se. Izmijenjeno u Planu pod točkom koja uređuje nekomercijalni smještaj
3.	Ivana Stančić Mali iznajmljivač u višestambenoj zgradi na moru	Načelne primjedbe i prijedlozi na predloženi nacrt akta s obrazloženjem	Kako su mali iznajmljivači optuženi za nedostatak priuštivog stanovanja kad njih ima ukupno u RH 17000 a praznih stanova oko 630000,oko 200000 unajmljenih za razne druge djelatnosti i toliko u nekomercijalnom smještaju. Agenti za nekretnine kažu da se kod nas najviše kupuju stanovi za osiguranje vrijednosti novca zbog inflacije ili zbog aprecijacije. Institucionalnim investitorima je tak npr u Sad zabranjena kupnja obiteljskih kuća koje odmah plaćaju 35% više i tako stvaraju utrku u cijenama i rast. Osiguravajuće kuće isto navodno moraju 30% svoje imovine investirati u nekretnine, a ulaskom u EU i Schengen 20 do 40% nekretnina kupuju stranci što će se ulaskom u OECD (bez referenduma)još povećati. Samo mali iznajmljivači su svoje nekretnine stavili na raspolaganje za iznajmljivanje	Nije primjenjivo. Primarni zadatak ovog Plana je djelovanje unutar domene turističkog sektora. Intenzivan razvoj kratkoročnog najma u stambenim zonama užeg centra Zagreba utječe na pristupačnost stanovanja i postupnu transformaciju namjene stambenih prostora. Namjera Plana nije istiskivanje tradicijskog smještaja u domaćinstvu s tržišta niti stvaranje nekonkurentnih prednosti za hotelski sektor, već uspostavljanje jasnih okvira za komercijalni najam u višestambenim zgradama radi dugoročne zaštite ugodnog stanovanja. Pitanja porezne politike, radnog zakonodavstva i upravljanja državnim imovinom izvan su obuhvata ovog dokumenta, no Plan nastoji osigurati održiv suživot lokalnog stanovništva i turizma.

		od čega oko 60-70% prihoda odlazi drugima a njima ostaje oko 30% jer rade badava, ali na taj način doprinose BDPu koji se najviše puni iz osobne potrošnje. Samo kod nas državna potrošnja iznosi već preko 50% BDPa a da bi to mogli postići kao i uvećanje njihovih plaća za 90% prisilili su poduzetnike na povećanje davanja povećavajući minimalne i druge plaće. Cijene stanova su na taj način isto postale nepriuštive jer se cijena rada u građevinarstvu povećala za 70% a materijal za 30%. Osim što nestankom malih iznajmljivača (a s vremenom se namjerava većinu malih iznajmljivača izbrisati s tržišta) i to onih najjeftinijih u višestambenim zgradama naši ljudi neće moći koristiti svoje pravo na godišnji odmor po priuštivim cijenama, samim iznajmljivačima je to neophodan a često i jedini prihod i bez njega bi postali korisnici raznih oblika socijalne pomoći uz dodatni demografski slom. A želi ih se uništiti, neodgovorno, u korist hotela koji nikad ne mogu uopće zadovoljiti kriterije održivosti a niti zamijeniti 20 milijuna običnih turista. Što se tiče opterećenja infrastrukture to bi trebao prestati biti izgovor jer za to postoje novci u kohezijskim i drugim fondovima. Osim toga centar Zagreba je već za vikend prazan jer nema radnih ljudi, studenata i školaraca. Tako je i za praznike gdje više ljudi odlazi nego što dolazi pa je tako već prije 40tak godina jedan članak u Večernjem listu imao naslov Kako isprazniti grda...A i sam Advent traje dovoljno dugo da se nikakav značaj pritisak ne može osjetiti osim onog svečanog. Dakle za sve gore navedeno ne mogu biti krivi mali iznajmljivači a bilo koji argument već govori da ih se ne bi smjelo uništiti raznim protuustavnim zakonima pa i retrogradno jer i Ustav traži blagostanje za građane. Na primjeru Dubrovnika gdje ima 11300 stranih radnika uglavnom zaposlenih	
--	--	--	--

			u hotelima za koje treba11300:4=2825 stanova je jasno za koga trebaju ti stanovi i zbog čega možda postaju nedostupni i nepriuštivi a to se sve može izbjeći smanjenom poreznom presijom zbog koje bi trebao sezonski rad biti konačni prihod s konačnim porezom bez dodatnog opterećenja roditelja ili školaraca koji mogu ostati bez smještaja u domovima. Airbnb kaže da se ne boji za sezonu jer ima dovoljno smještaja u svim kategorijama da uvijek može isporučiti stabilan prihod samo se kod nas uvijek ponovo provodi destrukcija malih iznajmljivača.	
4.	Node Wayfinding d.o.o. (zastupa Robert Čanak)	Načelne primjedbe i prijedlozi na predloženi nacrt akta s obrazloženjem	Inicijativa je vrlo pohvalna, no ne predviđa planiranje i provedbu orijentacijskog sustava grada, koji bi uvelike doprinio korisničkom iskustvu svih korisnika, smanjenju emisija ispušnih plinova, zdravlju građana, decentralizaciji turističkih tokova te boljoj vidljivosti drugih gradskih četvrti i sadržaja izvan užeg centra Zagreba. Takav sustav imao bi i izravan pozitivan učinak na lokalno gospodarstvo. Istovremeno, grad bi postao operativno učinkovitiji jer bi se bolje povezali javni gradski prijevoz, međugradski željeznički prijevoz, nedavni Bajs i, naravno, destinacije od značaja. Trenutačno ti modaliteti postoje u velikoj mjeri odvojeno, u silosima, a upravo bi ih kvalitetno planirani orijentacijski sustav povezao u jednu koherentnu cjelinu. Kao građanin i osnivač konzultantske tvrtke specijalizirane za korisničko iskustvo u prostoru, u slučaju prihvaćanja ovog prijedloga nudimo usluge analize postojećeg stanja, izrade izvješća, razvoja novog rješenja za grad te pripreme projektne i tenderske dokumentacije, koja se potom može realizirati putem javne nabave, fazno ili u cijelosti, ovisno o interesu i raspoloživim sredstvima.	Primljeno na znanje Komentar se odnosi na prijedlog uvođenja orijentacijskog sustava grada od strane samog predlagača. Orijentacijski sustav upravljanja može biti jedna od mjera nakon usvajanja Plana ili mjera kod usvajanja izmjena i/ili dopuna ovog ili novog Plana.

			Također nudimo i izradu pilot-projekta ako za to postoji interes. Pilot, izveden na jednoj od glavnih arterija, poput poteza od glavnog gradskog trga do željezničkog kolodvora, ubrzo bi pokazao da je gradski sustav signalizacije isplativa investicija. Iskustva drugih gradova pokazuju da je kvalitetno planiran sustav gradske signalizacije iznimno uspješna mjera. Primjeri iz Londona i Toronta potvrđuju da takva ulaganja mogu ostvariti vrlo visoke povrate kroz bolju prostornu čitljivost, veći broj posjeta, dulje zadržavanje posjetitelja i bolju ekonomsku aktivnost. U Torontu je provedena benefit/cost analiza koja pokazuje povrat od 3,7:1, odnosno 3,70 dolara povrata za svaki uloženi dolar. Naš pristup temelji se na fokusu na korisnika, smanjenju vizualnog nereda, progresivnom otkrivanju informacija, povezanosti, konzistentnosti i učinkovitom korištenju resursa. Zagreb trenutačno kritično zaostaje za suvremenim standardima prostorne orijentacije. Grad je opterećen vizualnim neredom koji se godinama nakupljao u slojevima, zbog čega mu je potreban jedinstven, koherentan i konzistentan sustav za razumijevanje prostora. Mnogi korisnici ne razumiju postojeće karte javnog prijevoza, nisu svjesni multimodalnih veza, niti znaju kako jednostavno doći do važnih lokacija poput Sljemena, zračne luke, muzeja ili drugih značajnih sadržaja javnim prijevozom. Dodatno, turistička i prometna infrastruktura često nisu dovoljno jasno komunicirane korisnicima.	
--	--	--	---	--

		Park&Ride koncept je iznimno vrijedan, no mora biti jasno komunicirano što korisnik može dalje učiniti nakon parkiranja. Ako to nije razumljivo, korisnik će i dalje birati automobil jer mu je to jednostavnija opcija. Dolazak u Zagreb automobilom, prigradskim vlakom ili drugim oblikom prijevoza trebao bi biti seamless iskustvo, a na multimodalnim čvorištima poput Glavnog i Zapadnog kolodvora mora biti potpuno jasno koje su sve dostupne opcije. Jasan i pomno planiran orijentacijski sustav, izrađen u suradnji sa svim relevantnim dionicima, uključujući Grad Zagreb, turističku zajednicu, ZET i druge nadležne subjekte, mogao bi znatno unaprijediti funkcioniranje grada, povećati posjećenost kulturnih i prirodnih sadržaja, potaknuti kretanje pješice, bolje raspodijeliti turističke tokove te dodatno ojačati brend Zagreba kao destinacije. U slučaju interesa, možemo ponuditi analizu postojećeg stanja, izradu pilot-rješenja, pripremu projekta za tržišno provođenje putem javne nabave te, prema potrebi, zastupanje interesa grada i turističke zajednice tijekom provedbe projekta. Imamo veliko međunarodno iskustvo i rado bismo pomogli dovesti Zagreb na razinu koju zaslužuje	
--	--	--	--

5.	I.J.	Načelne primjedbe i prijedlozi	Predlaže se da se Prijedlog Plana upravljanja destinacijom: Zagreb ne usvoji u predloženom obliku. Obzirom da je prijedlog Plana temeljen na netočno utvrđenim činjenicama kvalitativno je nedostatan i nužno je njegovo znatno kvalitativno dorađivanje prije upućivanja na usvajanje. Primjedbe se odnose na usklađenost s Programom razvoja kulture Grada Zagreba 2024.-2030., primjenu Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, valorizaciju INmusic festivala te upravljanje institucionalnim sukobom interesa u postupku planiranja, financiranja i organiziranja događanja. 1. USKLAĐENOST S PROGRAMOM RAZVOJA KULTURE GRADA ZAGREBA 2024.-2030. Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/24), osobito članci 2. i 12., propisuje da se smjer razvoja destinacije određuje u skladu s aktima strateškog planiranja, planovima upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima. Program razvoja kulture Grada Zagreba 2024.-2030. utvrđuje Zagreb kao središte kulture, kreativnih industrija, umjetničkog eksperimenta i međunarodnog kulturnog čvorišta te posebno ističe jačanje međunarodne relevantnosti zagrebačke umjetničke i kulturne scene i razvoj kulturnog turizma. Nacrt Plana prepoznaje važnost kulture i događanja, ali ih ne operacionalizira dosljedno u skladu s Programom razvoja kulture. Posebno je nedovoljno razrađena uloga turistički relevantnih kulturnih manifestacija koje doprinose međunarodnoj vidljivosti Zagreba, razvoju publike, kulturnoj razmjeni, kreativnim industrijama i kulturnom turizmu. Program razvoja kulture predviđa i mjeru 4.2 - diverzifikaciju i poboljšanje kulturnoturističke ponude te program potpora za turistički relevantne kulturne manifestacije koje doprinose specifičnoj prepoznatljivosti Zagreba. Taj cilj nužno je jasnije prenijeti u Plan upravljanja destinacijom.	Primjedba/prijedlog se djelomično prihvaća/primljeno na znanje Prijedlog se djelomično prihvaća u dijelu koji se odnosi na valorizaciju INmusic festivala kao kulturnog sadržaja kroz tekst Plana upravljanja destinacijom. U pogledu ključnih događanja, uz manifestacije u organizaciji Turističke zajednice grada Zagreba, navesti će se i druga događanja kao što su INmusic festival, Zagreb Film Festival, Interliber – sajam knjiga i Međunarodna vrtna izložba Floraart. Primjedbe vezane uz metodologiju izrade plana upravljanja destinacijom ne prihvaćaju se. Plan je izrađen u skladu sa Zakonom o turizmu, svim usvojenim podzakonskim aktima i uputama te Pravilnikom o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom.
----	------	--------------------------------	--	---

		2. NEDOVOLJNA I NEDOSLJEDNA VALORIZACIJA INMUSIC FESTIVALA U prijedlogu Plana INmusic festival se navodi u činjenično netočnom kontekstu, kao primjer zabavnog sadržaja na otvorenom u pregledu događanja, dok izostaje jasna strateška valorizacija festivala u analizi, mjerama, marketinškim aktivnostima, smjernicama, pokazateljima i popisu projekata odnosno aktivnosti. Istodobno Plan kao međunarodno vidljiva ili ključna događanja ističe Festival svjetla Zagreb, Zagreb Classic i Advent Zagreb, odnosno isključivo događanja u organizaciji Turističke zajednice grada Zagreba, dok međunarodno afirmiran nezavisni festival INmusic nije ravnopravno tematiziran u prijedlogu Plana. Stručno mišljenje prof. dr. sc. Josipa Mikulića zaključuje da INmusic za Zagreb ima turistički značaj koji nadilazi okvir pojedinačnog glazbenog događaja. U mišljenju se navodi da festival ima međunarodnu reputaciju, privlači publiku iz inozemstva i izvan Zagreba, generira višednevni boravak, ostvaruje znatan promotivni doseg te ima visoku lokalnu prepoznatljivost. Mišljenje zaključuje da INmusic treba jasno prepoznati kao važan element urbane turističke ponude i manifestaciju od strateškog interesa za međunarodnu vidljivost i tržišno pozicioniranje Zagreba te ističe činjenicu: „da festival funkcionira kao cjelogodišnja komunikacijska platforma visoke vidljivosti kroz koju se Zagreb komunicira domaćoj i međunarodnoj publici kao urbana i kulturno relevantna destinacija.“ Stoga se predlaže da se INmusic u Planu ne tretira rubno ili usputno, nego kao postojeći, međunarodno prepoznatljiv kulturno-turistički proizvod i razvojni resurs Zagreba.	
--	--	---	--

3. DOGAĐANJA KAO RAZVOJNI RESURS I PROSTORNA DISPERZIJA Sam Nacrt Plana navodi da su događanja zaslužna za pozicioniranje Zagreba na širu turističku mapu, da pojedina događanja samostalno privlače turiste i motiviraju dolazak u destinaciju, da doprinose produženju sezone te pozitivno utječu na percepciju Zagreba kao vibrantne i atraktivne destinacije. INmusic ispunjava upravo te kriterije, uz dodatnu vrijednost jer aktivira područje Jaruna i time pridonosi disperziji posjetitelja izvan najužeg gradskog središta. To je važno jer Plan istodobno upozorava na koncentraciju događanja u središtu grada.

4. INSTITUCIONALNI SUKOB INTERESA I RIZIK PRISTRANOSTI Nacrt Plana u obrascu kao nadležno tijelo navodi Gradski ured za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje / Turističku zajednicu grada Zagreba. U samom Planu Turistička zajednica grada Zagreba ima centralnu ulogu u koordinaciji provedbe Plana, razvoju i promociji turističkih proizvoda te upravljanju brendom destinacije. Istodobno Turistička zajednica grada Zagreba sama organizira ključna događanja, daje im promotivni prioritet, dodjeljuje odnosno predlaže dodjelu sredstava i izrađuje odnosno suizrađuje Plan koji definira prioritete i projekte destinacije. Takvo objedinjavanje uloga planera, organizatora, promotora, financijera i evaluatora stvara institucionalni sukob interesa, odnosno objektivan rizik pristranosti i neravnopravnog tretmana nezavisnih organizatora. Taj rizik je vidljiv u Nacrtu Plana jer se događanja u organizaciji Turističke zajednice posebno ističu kao ključna i oblikuju marketinške aktivnosti, dok se INmusic, unatoč očitom međunarodnom dosegu i turističkom učinku, ne vrednuje na usporediv način.

		5. POTREBNE ZAŠTITNE MJERE Predlaže se da Plan izrijekom uvede mehanizme upravljanja institucionalnim sukobom interesa: razdvajanje uloge Turističke zajednice kao izrađivača/koordinatora Plana od uloge organizatora i financijera vlastitih programa; javno objavljene kriterije i bodovanje za ključna događanja i potpore; neovisno stručno povjerenstvo s predstavnicima kulture, turizma, nezavisne scene, struke i Grada Zagreba; obvezu izuzeća predstavnika Turističke zajednice kada se odlučuje o događanjima koja sama organizira; javnu objavu podataka o dodijeljenim sredstvima, promotivnoj potpori i evaluaciju učinaka svih ključnih događanja na isti način neovisno o tome tko ih organizira; te godišnje izvješće predstavničkom tijelu o provedbi, učincima i jednakom tretmanu dionika. 6. ZAKLJUČNI PRIJEDLOG Traži se dopuna Nacrta Plana na način da se INmusic festival jasno i adekvatno uvrsti u analizu resursne osnove i događanja, mjere razvoja kulturnog turizma, destinacijski marketing, pokazatelje praćenja i popis relevantnih projekata/aktivnosti, uz paralelno uvođenje transparentnog i neovisnog okvira za vrednovanje svih ključnih manifestacija, uključujući manifestacije koje organizira sama Turistička zajednica grada Zagreba.	
--	--	---	--

		Primjedbe i prijedlozi na pojedine dijelove Nacrta Plana Napomena: budući da Plan nije normativni akt podijeljen na članke, primjedbe se odnose na poglavlja, mjere, aktivnosti i stranice Nacrta Plana.	1. UVOD I METODOLOŠKE NAPOMENE; PARTICIPATIVNO PLANIRANJE Pravilnik, čl. 4., propisuje uključivanje dionika u svim fazama izrade Plana, osobito udruga i pravnih osoba koje sudjeluju u destinacijskom lancu vrijednosti. Potrebno je dopuniti Plan na str. 7. jasnim prikazom koji su dionici uključeni, jesu li uključeni nezavisni organizatori međunarodno relevantnih kulturnih i glazbenih manifestacija te kako su njihovi podaci i prijedlozi vrednovani. Predlaže se održavanje dodatnog okruglog stola o strateškim manifestacijama, kulturnom turizmu prije upućivanja Plana na usvajanje. Dodatnu poteškoću predstavlja anketa koja je provedena među građanima i turistima, a koja nije provedena na reprezentativnom uzorku te su stoga upitni i zaključci koji se iz takvih rezultata izvode u ovom prijedlogu Plana upravljanja destinacijom. 2. SPECIFIČNA STRATEGIJA ZA MARKETING IZVANSEZONSKIH DOGAĐANJA I PRIVLAČENJE POSJETITELJA TIJEKOM CIJELE GODINE Na str. 91. prijedlog Plana navodi Strateško operativni marketinški plan TZGZ razdoblje 2024.–2028. bez prilaganja samog plana koji se nužno treba prilagoditi Planu upravljanja destinacijom jer je Plan upravljanja destinacijom nadređen dokument onima koje je TZGZ donijela sama bez suglasnosti predstavničkog tijela. Operativni marketinški plan je nedostatan i neadekvatan jer ne uključuje adekvatno INmusic festival u višegodišnji i cjelogodišnji destinacijski marketing Zagreba kao cjelogodišnju komunikacijsku platformu, a prema dostavljenom stručnom mišljenju upravo taj aspekt za Zagreb ima posebnu važnost, zato što „urbane destinacije ne konkuriraju samo cijenom ili osnovnom infrastrukturu, nego i vidljivošću, prepoznatljivošću, simboličkom privlačnošću i percepcijom kulturne vitalnosti. U takvom kontekstu manifestacije poput INmusic imaju funkciju koja je šira od samog događanja“	Primjedba/prijedlog se djelomično prihvaća/primljeno na znanje Prijedlog se djelomično prihvaća u dijelu koji se odnosi na potrebu jače kulturne valorizacije pojedinih događanja poput INmusic festivala, Zagreb Film Festivala i Interlibera – sajma knjiga. Sukladno tome, u tekst Nacrta Plana uvrstit će se predložene izmjene i dopune koje se odnose na adekvatnije pozicioniranje navedenih festivala, klupske scene te razgraničenje zabavnih sadržaja od muzejskih zbirki. Primjedbe vezane uz metodologiju izrade plana upravljanja destinacijom ne prihvaćaju se. Plan je izrađen u skladu sa Zakonom o turizmu, svim usvojenim podzakonskim aktima i uputama te Pravilnikom o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom.
--	--	--	--	---

		3. ANALIZA DOGAĐANJA I RESURSNE OSNOVE (osobito str. 140-142 i 228-229 Plana) Na str. 137. ističe se nova promotivna kampanja i platforma pokrenuta od TZGZ pod nazivom Museums, maybe, i navodi se da je osmišljena s ciljem promocije jedinstvenih, suvremenih i neuobičajenih zbirki i atrakcija koji oblikuju novu, kreativnu sliku kulturne ponude grada, te se posebno ističe da se tom kampanjom ostvaruje Pozicioniranje grada kao destinacije inovativne i suvremene kulture. Kako u popisu tih tzv. muzeja nema niti jednog muzeja koji zadovoljava muzeološke kriterije da bi se mogli nazvati muzejima niti su verificirani od strane Hrvatskog muzejskog vijeća pa zbog toga niti ne mogu biti uvršteni u kulturnu ponudu grada. Potrebno je ispraviti činjeničnu netočnost i navesti točno u analizi turističkog tržišta destinacije da se radi o zabavnom sadržaju koji se nudi na tržištu pod kolokvijalnim nazivom muzeja. I ova istaknuta promotivna kampanja TZGZ dokazuje da Operativni marketinški plan TZGZ mora biti usuglašen s Planom upravljanja destinacijom koji prema Pravilniku mora biti usuglašen s kulturnom strategijom tj. Programom razvoja kulture Grada Zagreba 2024.-2030. u kome niti jedan od ovih tzv. muzeja nije naveden kao dio programa kulture. Na str.140 navodi se da se Kalendar događanja smatra jednom od najvećih atrakcija Zagreba i važnim elementom turističke ponude. Pri tome se sva događanja navode bez jasne diferencije na projekte koji pridonose provedbi mjera i projekte koji su od posebno značaja za razvoj destinacije iako to Pravilnik o metodologiji izrade Plana izričito propisuje i iako ovaj prijedlog Plana uvodno navodi da mu je Pravilnik polazište izreda Plana. Pri tabličnom navođenju događanja bez diferencijacije, koju nalaže Pravilnik, INmusic festival se navodi pod kategorijom koja je činjenično netočna.	
--	--	---	--

		INmusic se navodi kao zabavno događanje te već time ovaj dio Plana nije usklađen s kulturnom strategijom Grada Zagreba jer je INmusic, sukladno Programu kulture Grada Zagreba 2024.-2030., prepoznat kao događanje u kulturi od strane Gradskog ureda za kulturu i civilno društvo te Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje. Na str. 142. nastavlja se činjenično netočna kategorizacija INmusic festivala kao zabavnog događanja i ne svrstava ga se u događanju kulturi te se time nastavlja neusklađenost Plana upravljanja destinacijom s kulturnom strategijom Grada Zagreba. Prema tekstu prijedloga Plana TZGZ koja je prema Pravilniku zadužena za izradu proizlazi da TZGZ vodi paralelnu kulturnu politiku iako nema nikakve ovlasti niti stručne kvalifikacije za to, pa je stoga izmjena prijedloga Plana upravljanja destinacijom nužna. Plan također netočno navodi za događanja u kulturi da je njihova priroda nišna i primarno privlači specifične kulturne krugove, a ne širu publiku, a to činjenično nije točno već na primjeru INmusic festivala jer je glazba oduvijek najviše pogađala ljude kao umjetnička forma, a svojom umjetničkom vrijednošću to sada čini suvremena autorska glazba koja se kolokvijalno naziva rock glazbom. Paradoksalno u istaknutom dijelu slajda pod kulturom navodi se događanje 'Okolo' iako kulturnoj javnosti nije poznato po čemu je to događanje važno za istaknuti među turistički važnim događanjima u kulturi. U plavom bojom istaknutom dijelu tekst navodi se: Program se primarno fokusira na kulturna i zabavna događanja koja uključuju i međunarodno prepoznata događanja poput Festivala svijetla Zagreb, Zagreb Classica i Adventa Zagreb, a koja organizira sama Turistička zajednica Grada Zagreba koja je zadužena i za izradu Plana upravljanja destinacijom.	
--	--	--	--

		Ta događanja dobila su od TZGZ i posebno istaknuti slajd na str.142. gdje se navodi da su to događanja koja organizira TZGZ te se ujedno navodi i da su to ključna događanja. Pri tome se očito propušta navesti INmusic festival kao ključno događanje te kao jedino događanje u Zagrebu koje, kako se navodi u stručnom mišljenju prof. dr. sc. Mikulića „funkcionira kao cjelogodišnja komunikacijska platforma visoke vidljivosti kroz koju Zagreb se Zagreb komunicira domaćoj i međunarodnoj publici kao urbana i kulturno relevantna destinacija.“ Zbog svega navedenog i zbog dostavljenog stručnog mišljenja kao prilog javnoj raspravi Plan treba dopuniti činjenično točnim isticanjem INmusic festivala kao jedno od ključnih, međunarodno relevantno, glazbeno i kulturno-turističko događanje. U pregledu odabranih događanja za 2024. i analizi događanja INmusic treba biti uvršten među ključne manifestacije, koje su od posebnog značaja za razvoj destinacije. To se navodi i u stručnom mišljenju na sljedeći način: „Po mom sudu, upravo je spoj međunarodne relevantnosti, mjerljive turističke funkcije, promotivnog dosega i lokalne prepoznatljivosti ključan za procjenu ukupnog značaja festivala. Nije svaka velika manifestacija automatski i strateški važna za grad. No kada neka manifestacija istodobno ima međunarodnu reputaciju, privlači publiku iz inozemstva i izvan grada, generira dodatni boravak, ostvaruje visoku vidljivost i ima lokalnu legitimnost, tada ju je opravdano promatrati kao razvojni resurs grada, a ne samo kao pojedinačni događaj.	
--	--	---	--

		4. MARKETINŠKE I KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI (osobito str. 195 i 197 Plana) U analizi Aktivnosti Turističke zajednice vidi se da dosadašnji destinacijski marketing TZGZ usmjeren prvenstveno na događanja u organizaciji Turističke zajednice grada Zagreba te kako bi analiza aktivnosti bila cjelovita i točna u Planu treba tu činjenicu istaknuti i istaknuti da u godišnje i višegodišnje kampanje i marketinške suradnje treba uvrstiti i nezavisna događanja s dokazanim turističkim i međunarodnim učinkom, među kojima je prema dostavljanom stručnom mišljenju svakako INmusic festival. Izostavljanje INmusic festivala iz godišnjih i višegodišnjih kampanja i marketinških suradnji od strane TZGZ nužno je negativno djelovalo na razvoj i otpornost destinacije, a primarni cilj Plana upravljanja destinacijom je upravo jačanje otpornosti i održivosti destinacije. Predlaže se proširenje marketinške suradnje TZGZ s INmusic festivalom na cijelu godinu, umjesto dosadašnje tromjesečne suradnje jer INmusic festival funkcionira kao cjelogodišnja komunikacijska platforma visoke vidljivosti kroz koju se Zagreb komunicira domaćoj i međunarodnoj publici kao urbana o kulturno relevantna destinacija. Time će se postići održivost i otpornost destinacije u kojoj je INmusic razvojni resurs što je prema i primarni cilj Plana upravljanja destinacijom.	
--	--	---	--

5. ANALIZA KONKURENTSKOG SETA DESTINACIJA (str. 202-206) U analizi su odabrane konkurentske destinacije za usporedbu: Beograd, Budimpešta, Beč, Ljubljana i Bratislava i pri toj analizi su opet ponavlja veliki kvalitativni problem prijedloga Plana upravljanja destinacijom, a on se vidi u netočnosti same analize stanja destinacije što dovodi do netočnog uvida u tržišni položaj Zagreba kao destinacije. Usporedba Zagreba kao destinacije s konkurentskim destinacijama propušta uvidjeti da od navedenih konkurentskih gradova jedino Budimpešta kao destinacija ima međunarodno poznat i afirmiran glazbeni festival, a to je Sziget Festival. Kako prijedlog Plana sustavno ne prepoznaje i ne priznaje postojanje međunarodno poznatog i afirmiranog glazbenog festivala u Zagrebu, a to je INmusic festival, onda nužno i analiza konkurentskih destinacija mora biti netočna i kriva te dovodi tržišni položaj Zagreba u lošiju poziciju spram konkurencije, a cilj Plana je upravo suprotan. Zbog toga, za dobrobit Zagreba kao destinacije, nužan je ispravak i u tom dijelu u kome će se istaknuti da uz Budimpeštu jedino Zagreb ima međunarodno poznat i afirmiran glazbeni festival koji je usporediv sa Sziget festivalom, i kojeg treba gledati kao razvojni resurs grada kao što Budimpešta tretira Sziget festival kao razvojni resurs Budimpešte. Kako analiza u Planu navodi da su Beč i Budimpešta etablirane gradske turističke destinacije sa sofisticiranom turističkom infrastrukturom i visokom razinom prepoznatljivosti utoliko je važnije ispraviti sustavnu kvalitativnu pogrešku prijedloga Plana koji ne prepoznaje i ne priznaje postojanje INmusic festivala kojeg je, prema stručnom mišljenju prof.dr.sc. Mikulića opravdano da ga se u okviru planiranja i upravljanja Zagrebom kao turističkom destinacijom prepozna kao važan razvojni resurs i sastavni dio ključne turističke i kulturne ponude grada.

		6. ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA DESTINACIJE (str. 209-215 Plana) I u ovom djelu se pokazuje kvalitativna nedostatnost prijedloga Plana, jer se na str. 209. navodi da su provedeni intervjui s destinacijskim dionicima, no ne navodi se koje primjedbe su dionici iznijeli i što je od toga uvršteno u prijedlog Plana. Kako je Horwath consulting koji je izvršitelj za naručitelja tj. Turističku zajednicu koja izrađuje Plan, prepoznao INmusic festival kao destinacijskog dionika te od organizatora zatražio dopisni intervju onda nije jasno kako je moglo doći do toga da se INmusic festival sustavno ne prepoznaje i ne priznaje kao međunarodno afirmiran glazbeni festival te da se ne prepoznaje i ne priznaje ono što u stručnom mišljenju navodi prof.dr.sc. Mikulić, a to je da značaj INmusic festivala „nadilazi okvir pojedinačnog glazbenog događaja jer festival za grad generira turističke, promotivne, reputacijske i identitetske učinke koji su relevantni za planiranje, upravljanje i međunarodno pozicioniranje destinacije“	
--	--	---	--

		7. ZAKLJUČCI I UPORIŠTA PROVEDENE ANALIZE DESTINACIJE (str. 217-220 Plana) Loša kvalitativna izrada prijedloga Plana koja sustavno propušta prepoznati i priznati postojanje manifestacije koja je razvoji resurs grada i koja je od posebnog značaja za razvoj destinacije nužno se vidi i u ovom dijelu prijedloga Plana. Tako se na str. 218. pod točkom 5 navodi da Postoji prilika za širenje turističkih sadržaja i izvan centra iako se INmusic festival održava već 20 godina na Jarunu i to je poznato velikoj većini građana Zagreba (prema istraživanju agencije Ipsos iz 2023. na reprezentativnom uzorku,(usluge Ipsos korištene su i pri izradi ovog Plana) čak 91% građana grada Zagreb zna za INmusic festival, a prema tekstu prijedloga plana to ne zna Turistička zajednica grada Zagreba. Tu činjeničnu netočnost potrebno je ispraviti. Na str. 218. pod točkom 6 točno se navodi Marketinške aktivnosti destinacije snažno su usmjerene na promociju nekolicine turističkih događanja, ali se ne navodi da su te marketinške aktivnosti destinacije usmjerene na promociju događanja koje organizira sama Turistička zajednica grada Zagreba, što se može vidjeti iz prethodnih dijelova prijedloga Plana, a svakako bi za dobrobit destinacije marketinške aktivnosti trebale biti snažno usmjerene na sva događanja koja su važan razvojni resurs i sastavni dio ključne turističke i kulturne ponude što INmusic festival prema stručnom mišljenju neosporno jest.	
--	--	---	--

		Stoga je potrebna nadopuna ove točke radi činjenične točnosti i kvalitativne ispravke teksta Plana. Na str. 219. pod točkom 7 navodi se: Privatni smještaj je iznadprosječno koncentriran u centralnim gradskim četvrtima te da Ekspanzija privatnog smještaja povećava pritisak na priuštivost dugoročnog najma i dostupnost stanovanja u četvrtima s najvišom koncentracijom turističke aktivnosti, a zatim se u točki 8 navodi Glavni proizvodi destinacije – događanja, kulturni i MICE, temelj su trenutne ponude i stabilno se razvijaju. Iz prethodnog teksta prijedloga Plana nedvojbeno je da su jedina događanja koja se smatraju glavnim proizvodima destinacije ona događanja koja organizira sama TZGZ, a to su Festival svjetla, Advent Zagreb i Zagreb Classic, i sva ta tri događanja se odvijaju upravo u centru grada, a prema prethodnoj točki 7 očito je da privatni smještaj u centru grada stvara pritisak na priuštivost i dostupnost stanovanja u centru grada. Tekst Plana propušta navesti očiti zaključak da koncentracija događanja u centru grada nužno negativno doprinosi dostupnosti stanovanja građanima grada u centru grada što je sigurno štetno za sam razvoj grada kao destinacije. Umjesto tog očitog zaključka, navodi se da se ta događanja stabilno razvijaju, a iz cjelokupnog teksta plana vidljivo je da TZGZ namjerava intenzivirati aktivnosti oko tih događanja koja sama organizira i koja, kako se vidi iz ovog dijela teksta Plana, negativno utječu na priuštivost stanovanja u centru grada pa je stoga neophodno navesti očit zaključak da treba smanjiti obim događanja u centru grada, što je u prijedlogu Plana propušteno napraviti. Sukladno tome u točki 8 bi trebalo navesti da je potrebno daljnje profiliranje i jačanje turističkih proizvoda koje je opravdano promatrati kao razvojni resurs grada i koja se odvijaju van centra grada.	
--	--	--	--

		Pod točkom 9 na istoj stranici nastavlja se sustavno navođenje činjeničnih netočnosti koji isto tako sustavno degradiraju kvalitetu ovako izrađenog prijedloga Plana pa se navodi Najistaknutiji prirodni resursi grada – Medvednica, Maksimir, Bundek i Jarun, trenutačno nemaju jasno definiran turistički karakter niti sadržaje koji bi omogućili njihovu punu valorizaciju. Kako je već navedeno, općepoznata je činjenica da se INmusic festival već 20 godina održava na Jarunu i da su zbog INmusic festivala Zagreb i Jarun do sada posjetile stotine tisuća domaćih i stranih posjetitelja te da su njegovu odličan krajobraz isticali i brojni svjetski mediji u svojim izvještajima o INmusic festivalu, pa je stoga nužno ispravljanje ovako nevjerojatne netočnosti koja je navedena u strateški važnom dokumentu za razvoj grada. U točki 10 na str. 220 navodi se Sljedeća faza razvoja turizma u Zagrebu podrazumijeva jačanje destinacijskog upravljanja s jasnim smjerom razvoj turizma u kojemu surađuju svi relevantni dionici destinacije i ta tvrdnja je točna jer ona u stvari kaže da do sada svi relevantni dionici destinacije nisu surađivali što je očito i iz ovog teksta Plana koji čak ne prepoznaje i ne priznaje postojanje jednog razvojnog dionika koji je time od posebnog značaja za razvoj destinacije. Točku 10 je potrebno nadopuniti točnim adresiranjem da je za suradnju svih relevantnih dionika destinacije odgovorna institucija koja je zadužena za upravljanje destinacijom, a to je Turistička zajednica grada Zagreba.	
--	--	--	--

		8.SWOT ANALIZA (str. 222) Zbog sustavno činjenično netočno provedene analize u tekstu Plana nije kvalitetno izrađena niti SWOT analiza. Tako se u SWOT analizi kao snage navodi Aktivna uloga turističke zajednice u koordinaciji, promociji i upravljanju razvojem turizma iako je očito iz dosadašnjih primjedbi da se TZGZ nalazi u institucionalnom sukobu interesa jer sama organizira događanja koja jedina ističe kao ključna, a pri tome sustavno ne prepoznaje i ne priznaje postojanje INmusic festivala kao događanja koje je važan razvojni resurs i sastavni dio ključne turističke i kulturne ponude grada. Takvo objedinjavanje uloga planera, organizatora, promotora, financijera i evaluatora stvara institucionalni sukob interesa, odnosno objektivan rizik pristranosti i neravnopravnog tretmana nezavisnih organizatora. Zbog takve trenutne uloge TZGZ-a trebalo bi u SWOT analizu tu ulogu istaknuti među slabostima kako bi se ta slabost prepoznala i ispravila na dobrobit razvoja destinacije. Među slabosti SWOT analiza navodi Slabija turistička valorizacija zona visokog potencijala izvan gradskog centra, što je točno, no ta slabija valorizacija se sustavno provodi i u tekstu prijedloga Plana obzirom da neprepoznavanjem i ne priznavanjem INmusic festivala kao sastavnog dijela ključne turističke i kulturne ponude grada sam izrađivač Plana slabo turistički valorizira Jarun kao zonu već visokog razvoja, a ne samo potencijala, izvan centra grada. Dakle, potrebna je izmjena tog dijela SWOT analize tako da se zna na koga je upućena kritika slabe turističke valorizacije Jaruna.	
--	--	---	--

		9. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA (str. 226-223, posebno str. 229 Plana) Na str. 228. u Analizi kulturnog turizma pod oznakom + navedeni su Kontinuirano otvaranje inovativnih zbirki i privatnih inicijativa te kreiranje platforme za njihovu afirmaciju (Museums, Maybe), a radi se o zabavnim sadržajima koji kako smo već naveli ranije niti po jednom muzeološkom kriteriju ne opravdavaju uvrštavanja u kulturni turizam jer po svom sadržaju i namjeri spadaju u zabavne sadržaje npr. Muzej iluzija ili Muzej mamurluka može biti zabavni sadržaj, ali nikako ne može biti dio kulturnog turizma, a time ovaj dio Plana nije u skladu sa kulturnom strategijom Grada Zagreba pa ne može niti biti naveden kao dio kulturnog turizma. U nastavku na istoj stranici se navodi Prepoznatljiva kulturna događanja (AnimaFest, Zagreb Film Festival, Zagreb Dox, Zagreb Classic) što je kako je više puta pokazano u ovom javnom savjetovanju činjenično netočno jer ne navodi INmusic festival kao prepoznatljivo kulturno događanje iako ga takvim prepoznaje Gradski ured za kulturu i Gradski ured za gospodarstvo. Isto tako ga, prema istraživanju agencije Ipsos na reprezentativnom uzorku iz 2023., 91% građana grada prepoznaje kao kulturno događanje, pa je nužna izmjena u ovom djelu i dodavanje INmusic festivala kao primjer afirmacije suvremene glazbene kulture izvan institucionalnih okvira i kao primjer aktivacije javnog/rekreacijskog prostora u turističke i kulturne svrhe. Time se Plan usklađuje s Programom razvoja kulture, koji ističe umjetnički eksperiment, kreativne industrije, međunarodnu relevantnost i razvoj kulturnog turizma.	
--	--	--	--

		. Na istoj stranici pod oznakom – navodi se Kulturni sadržaji često su usmjereni primarno na lokalnu publiku, s ograničenim dosegom među turistima , pri tome se propušta navesti činjenično točno u prednostima da neki kulturni sadržaji kako što je INmusic festival privlače brojnu domaću i stranu publiku (oko 40% publike INmusic festivala su strani državljani) koji ciljano dolaze u grad zbog INmusic festival i pri tome ostaju nužno tri ili više dana u Zagrebu i time već za 100% premašuje prosječan boravak turista u Zagrebu koji iznosi 1,88 dan, a ovaj Plan kao strateški cilj navodi ostvarivanje 2,1 noćenje po gostu. Na str. 229. Analiza događanja pod oznakom plus (+) navodi se Veliki projekti (Advent Zagreb, Zagreb Classic, Festival svjetla Zagreb) podigli su međunarodnu vidljivost Zagreba, pri tome se očito ponovno ne prepoznaje i ne priznaje činjenica postojanja INmusic festivala koji je sigurno veliki projekt jer prema verificiranim podacima Ureda za gospodarstvo za 2025.godinu okuplja oko 60 000 posjetitelja u 3 dana održavanja i prema više puta ovdje navedenom stručnom mišljenju i analizi javno dostupnih podataka ima veliku međunarodnu vidljivost i time nužno podiže i vidljivost Zagreba, dok za događanja koja su navedena kao jedina velika događanja, a koja organizira sam TZGZ nisu navedene nikakvi javno dostupni podaci koji bi pokrijepili tvrdnju da sva ta tri događanja podižu međunarodnu vidljivost Zagreba. Na istoj stranici pod oznakom minus (–) tj. kao nedostatak navodi se da je Većina događanja koncentrirana je u središtu grada, što ograničava ravnomjernu distribuciju posjetitelja pri tome se propušta navesti da su to upravo događanja koja su navedena pod oznakom + tj. kao pozitivna i kao velika, a organizira ih sama TZGZ koja je zadužena i za izradu Plana upravljanja destinacijom. Pri tome se s pojmom 'većina'	
--	--	--	--

			implicitno priznaje da postoje neka događanja koja se događaju i izvan centra grada, no ne navodi se koja su to jer bi to očito trebalo navesti pod + tj. pod prednosti, pogotovo ako je neko od tih događanja turističko relevantno kao što je INmusic festival.	
--	--	--	--	--

		Zbog toga je nužna izmjena na toj stranici tako da se INmusic navede kao turistički relevantno događanje koje se ističe u odnosu na druga događanja time što se održava van centra grada tj. kako je već rečeno kao pozitivan primjer aktivacije javnog/rekreacijskog prostora u turističke i kulturne svrhe. U dijelu Poluge rasta i razvoja na istoj stranici treba navesti da je za rast i razvoj neophodno adekvatno prepoznavanja i vrednovanje postojećih događanja bez obzira tko ih organizira kako to propisuje i Pravilnik kako bi to bio poticaj i za ostale potencijalne organizatore događanja da se upuste u zahtjevan i izazovan poduhvat kreiranja srednjih i velikih događanja. Kvalitativna analiza ovog prijedloga Plana upravljanja destinacijom sustavnim neprepoznavanjem i ne priznavanjem postojanja velikog, kulturnog i turističkog događanja koje je razvojni resurs grada kao što je INmusic festival, demonstrira upravo suprotno tj. siguran put u neostvarivanje rasta i razvoja i zaostajanje u otpornosti i održivosti destinacije. 10. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA (str. 235-237) Na str. 235 navodi se Sukladno Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom, potrebno je procijeniti razvojni i marketinški potencijal primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda destinacije, s obzirom na sustavno ne prepoznavanje i ne priznavanje postojanja INmusic festivala kao velikog događanja i važnog razvojnog resursa i sastavnog dijela turističke i kulturne ponude grada ovaj tekst Plana bez sustavne ispravke te velike pogreške neće moći biti izrađen sukladno Smjernicama i uputama za izrade Plana jer ne prepoznaje jedan tako očit primarni turistički proizvod kao što je INmusic festival.	
--	--	---	--

		11.RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA (241-287) U tekstu plana se navodi da Ovo poglavlje čini središnji dio Plana upravljanja destinacijom jer prikazuje proces kojim se od općih načela dolazi do konkretnih ciljeva, strateškog okvira i smjernica za sve dionike, što osigurava da vizija i pozicioniranje Zagreba budu pretvoreni u mjerljive ciljeve, provedbene mjere i operativne aktivnosti, uz jasno definirane odgovornosti. S obzirom da dosadašnji tekst prijedloga Plana polazi od netočnih podataka tj. od netočno utvrđenih činjenica u analizi destinacije, potrebno je sagledati kako se taj kvalitativni nedostatak Plana odražava na središnji dio plana koji nastoji prikazati proces dolaženja od općih načela do mjerljivih ciljeva uz jasno definirane odgovornosti. Na str. 241. navode se Opća načela dugoročnog razvoja turizma u destinaciji i to su Održivost, Kvaliteta, Pristupačnost, Zadovoljstvo i Sigurnost. Pod tim općim načelima navodi se da Održivost znači da potiče ravnomjernu prostornu disperziju posjetitelja i smanjuje pritisak na osjetljive dijelove grada, čime se osigurava dugoročna održivost destinacije. Od velikih i ključnih događanja jedino INmusic zadovoljava to načelo jer događanja koja organizira TZGZ ne smanjuju pritisak na osjetljive dijelove grada tj. centar grada koji je u ovom Planu naveden kao osjetljiv dio grada. Za Kvalitetu se navodi da osigurava diferencijaciju Zagreba na konkurentnom tržištu, u samom tekstu plana na str. 143. se napominje za navedena ključna događanja ne osiguravaju dovoljnu diferencijaciju Zagreba jer se za Festival svjetla navodi da se slični festivali održavaju u nizu drugih destinacija, a za Advent Zagreb navodi se da obzirom na široku raširenost adventskih manifestacija danas zahtijeva inovativan iskorak kako bi zadržao svoju posebnost i atraktivnost.	
--	--	--	--

		Kako tekst prijedloga Plana ne prepoznaje i ne priznaje značaj INmusic festivala jer ga ne navodi kao ključni događaj nije niti mogao u analizi utvrditi da INmusic zadovoljava načelo Kvalitete, kao što tekst plana nije mogao zbog toga niti utvrditi da INmusic festival zadovoljava i načelo Zadovoljstva time što je postigao zadovoljstvo lokalne zajednice kroz uravnotežen odnos turizma i kvalitete života, a što prepoznaje dostavljeno stručno mišljenje. U ovom središnjem dijelu prijedloga Plana navodi se kao vizija Zagreba da postane Vodeća autentična, vibrantna i inovativna citybreak destinacija, okružena prirodom koja iznenađuje raznolikošću doživljaja i u toj viziji se mnogi mogu prepoznati i podržati je no kada se dođe do konkretnosti onda se vidi da se i ovdje provlači činjenična netočnost kojom je ovaj prijedlog plana impregniran pa se tako opet na str. 245 propušta navesti INmusic festival pod Urbanom kulturnom na otvorenom iako se radi o najvećem open air glazbenom festivalu u Hrvatskoj koji je svjetski poznat i koji se odvija na Jarunu tj. u urbanom prostoru koji je okružen prirodom što odgovara navedenoj Viziji, ali se pod takvim festivalima navodi „Okolo“ za koji nije navedeno koji je sadržaj tog festivala. Stoga je i ovdje nužna izmjena predloženog tekst i uvrštavanje INmusic festivala na posebno istaknuto mjesto zbog njegova značaja i činjenice da zadovoljava opća načela navedena u Planu. Na str. 248 pod Kvalitativnim razvojnim ciljevima pod točkom 2 navodi se Upravljanje destinacijom, u suvremenim i kompleksnim gradovima poput Zagreba, mora biti strukturirano, temeljeno na podacima i koordinirano. To znači uključivanje svih relevantnih dionika, od gradske uprave i turističke zajednice, do privatnog sektora i lokalne zajednice, u zajedničku viziju.	
--	--	--	--

		To je kvalitativan cilj koji je svakako za pozdraviti, no sam tekst prijedloga Plana demonstrira da nije utemeljen na podacima odnosno sustavno ignorira u analizi notornu činjenicu da postoji INmusic festival kao važan resurs i sastavni dio ključne turističke i kulturne ponude grada, pa se ovaj dio može smatrati kao kritički osvrt u prijedlogu Plana na sam prijedlog tekst Plana i potvrda da se predloženi tekst mora značajno promijeniti radi ispravka netočno utvrđenih podataka. U točki 3 navodi se: za jačanje konkurentnosti na turističkom tržištu ključno je jasno definirati i komunicirati elemente koji ga diferenciraju. Definiranjem i dosljednim isticanjem tih jedinstvenih vrijednosti moguće je graditi prepoznatljivo pozicioniranje koje će dugoročno razlikovati Zagreb od konkurentskih destinacija. No sam prijedlog teksta Plana pri usporedbi konkurentskih destinacija propušta uvidjeti da Zagreb kao destinacija ima veliki međunarodno prepoznat glazbeni festival i da usporediv festival ima još samo Budimpešta koja se uz Beč u ovom Planu smatra etabliranom gradskom destinacijom s visokom razinom prepoznatljivosti. Dakle, i 3. točka kvalitativnih razvojnih ciljeva Plana potvrđuje da je neprepoznavanje i nepriznavanje postojanja INmusic festivala kao razvojnog resursa i dijela ključne kulturne i turističke ponude grada štetno za kvalitativne ciljeve koje sam Plan navodi pa ja jasno da nužnost ispravka te pogreške proizlazi iz kvalitativnih ciljeva samog Plana upravljanja destinacijom. Na istoj stranici u točki 4 navodi se i da Kvaliteta sadržaja izravno utječe na duljinu boravka, razinu potrošnje i zadovoljstvo posjetitelja što je još jedna potvrda neophodnosti prihvatanja stručnog mišljenja u kome se navodi potreba jasnog prepoznavanja INmusic festivala kao važnog elementa urbane turističke ponude u Planu upravljanja destinacijom koji generira značajan dodatni boravak i noćenja u Zagrebu.	
--	--	--	--

		Na str. 249 među kvantitativne ciljeve navodi se kao ključan cilj podići prosjek boravka turista u Zagrebu na 2,1 noći do 2029. godine, a sam prijedlog Plana ne prepoznaje INmusic festival koji već sad generira 3 i više noćenje po gostu, dok se struktura posjetitelja INmusica sastoji od oko 40% stranih državljana i od oko 60% domaćih posjetitelja od kojih su 50% njih van Zagreba, pa stoga nužnost ispravka tretmana INmusic festivala u Planu proizlazi i iz kvantitativnih ciljeva samog Plana. Strateška područja navode se na str. 251 te se ističe da ona predstavljaju temeljni okvir razvoja turizma u Zagrebu pri čemu posebno važnu ulogu imaju Grad Zagreb i TZ grada Zagreba. Kao strateška područja navedeni su Upravljanje destinacijom, Razvoj turističkog proizvoda i konkurentnosti destinacije te Destinacijski marketing. S obzirom da Plan mora biti usklađen sa strategijama Grada Zagreba važno je istaknuti da je Grad Zagreb u Programu razvoja kulture Grada Zagreba 2024.-2030. prepoznao važnost turistički relevantnih kulturnih manifestacija koje doprinose specifičnoj prepoznatljivosti Zagreba, a u operativnim aktivnostima uveo je program potpora Ureda za gospodarstvo i ekološku održivost, te je putem natječaja s jasnim kriterijima omogućiti ravnopravno sudjelovanje svih dionika, kako već afirmiranih manifestacija tako i onih koji se tek razvijaju. INmusic festival je zadovoljio te kriterije. S obzirom na posebno važnu ulogu koju prema Planu ima TZGZ zabrinjavajuće je da TZ grada Zagreba kao izraditelj i naručitelj prijedloga tekst Plana očito nije uskladio tekst prijedloga Plana s kulturnom strategijom jer ne prepoznaje značaj INmusic festivala koji je obrazložen u priloženom stručnom mišljenju što se nužno negativno održava na Razvojni smjer destinacije pa je neophodno značajno kvalitativno poboljšanje teksta Plana.	
--	--	---	--

		Pod Destinacijskim marketingom na str. 251. navodi se Destinacijski marketing predstavlja važno strateško područje čije su mjere i aktivnosti već detaljno razrađene i usvojene u Strateško operativnom marketinškom planu turizma Turističke zajednice grada Zagreba za razdoblje od 2024. do 2028. godine. Te se dalje navodi da U ovom kontekstu naglasak nije na ponovnom navođenju cjelokupnog okvira djelovanja turističke zajednice, već na definiranju dodatne aktivnosti koja nije dio postojećeg dokumenta, a ima značajan utjecaj na pozicioniranje i konkurentnost destinacije. Ovaj dio prijedloga teksta je neophodno izmijeniti jer mu je namjera da se jedan interni i nužno podređeni dokument Planu upravljanja destinacijom (Marketinški plan TZGZ) uvede u nadređeni strateški dokument bez da taj marketinški plan prođe javnu raspravu tj. bez mogućnosti zastupnika građana da potvrde ili odbiju taj marketinški plan. Uz to, sam taj marketinški plan mora biti usklađen s krovnim strateškim dokumentom koji mu je je nadređen kao što se i vidi u samom planu da je Destinacijski marketing dio Strateškog područja pa se stoga ne može na ovakav proceduralno pogrešan i neispravan način uvesti dokument koji nije niti mogao biti usklađen s Planom upravljanja destinacijom jer je donesen 2024. godine. Stoga je u ovom dijelu nužna izmjena teksta i predlaže se da se navede da će se Destinacijski marketing se uskladiti s usvojenim Planom upravljanja destinacijom. Iz samog prijedloga Plana upravljanja destinacijom koji ne prepoznaje INmusic kao manifestaciju od strateškog značaja za razvoj destinacije i koji je izradila TZGZ, jasno je da niti marketinški plan iz 2024. ne prepoznaje manifestaciju od posebnog značaja za razvoj destinacije te ga se onda nikako ne može bez kritičke provjere uvrstiti u Plan upravljanja destinacijom.	
--	--	---	--

		Plan upravljanja destinacijom kao i Marketinški plan koji ne prepoznaje manifestaciju od strateškog značaja za razvoj destinacije, kao što je INmusic festival, može biti samo štetan za razvoj destinacije, a to bi bio suprotan rezultat svrsi Plana upravljanja destinacijom što vjerujemo da zastupnici građana nikako ne žele. Na str. 255 navodi se kao aktivnost Jačanje kapaciteta dionika u turizmu što se iz ovog prijedloga Plana posebno pokazuje kao važna aktivnost je pri izradi plana od strane TZGZ očito važni dionici u turizmu nisu bili adekvatno konzultirani niti su se činjenično točno analizirali podaci što je ozbiljno narušilo kvalitetu prijedloga Plana. Na str. 278 navodi se kao Aktivnost Jačanje kulturnog identiteta destinacije što je važna aktivnost. Kako je ovaj prijedlog Plana jasno demonstrirao nerazumijevanje i neprepoznavanje kulturnih događanja i sadržaja izrađivača jer INmusic festival navodi kao zabavni sadržaj a zabavne sadržaje koji se iz komercijalnih razloga nazivaju muzejima (Muzej iluzije, Muzej mamurluka itd.) navodi kao kulturni sadržaj potrebna je konkretizacija načelnih formulacija. Zbog toga se predlaže dodavanje ovakve formulacije: 4. Jačanje i podrška življenom kulturnom identitetu grada Zagreba – kroz poticaje i marketinške suradnje jačanje otpornosti i održivosti postojećim rock klubovima i rock festivalima. Kao što ima jasan institucionalni identitet Grad Zagreb ima dugu tradiciju življenog kulturnog identiteta. Življeni kulturni identitet je način na koji se stvarna kultura i svakodnevni život lokalne zajednice doživljavaju u zajednici. Življeni kulturni identitet građani Zagreb iskazuju kupovinom ulaznica za praćenje kvalitetne suvremene autorske glazbe tzv. rock glazbe i time desetljećima potvrđuju snažnu opredijeljenost za estetiku rock glazbe.	
--	--	---	--

		Grad Zagreb je i u socijalizmu ugošćavao neka od najveći svjetskih imena rock glazbe dok je 70tih i 80tih nastao umjetnički pokret tzv. Novi val okupljen oko rock glazbenika tog vremena, a koji je snažno obilježio identitet grada Zagreba u umjetničkom mediju glazbe. Na str. 286 navodi se Destinacijski marketing kao Strateški dio razvoja destinacije koja uopće nije razrađena niti prezentirana u prijedlogu Plana. Kako je već rečeno, prijedlog Plana na ovaj način proceduralno pogrešno pokušava da jedan interni i nužno podređeni dokument Planu upravljanja destinacijom (Marketinški plan TZGZ) uvede u nadređeni strateški dokument bez da taj marketinški plan prođe javnu raspravu tj. bez mogućnosti zastupnika građana da potvrde ili odbiju taj marketinški plan. Ovaj dio prijedloga teksta je neophodno izmijeniti i nadopuniti novim marketinškim planom koji će se temeljiti na kvalitetno izrađenom Planu upravljanja destinacijom. Na str. 287 kao jedina Aktivnost navodi se Razvoj marketinške kampanje za promociju city break turizma, a opis aktivnosti pokazuje da je fokus na zbirnim kampanjama koje bi samostalno provodila TZ grada Zagreba. Iako su takve kampanje potrebne, one ne mogu biti jedine aktivnosti jer imaju poteškoću koja se u marketingu naziva Masovni marketing bez segmentacije ili Ako se obraćaš svima, ne obraćaš se nikome. Zbog toga je potrebno dodavanje još jedne Aktivnosti ciljane cjelogodišnje marketinške kampanje kroz marketinšku suradnju radi iskorištavanja potencijala INmusic festivala kao cjelogodišnje komunikacijske platforme kako se navodi u stručnom mišljenju.	
--	--	---	--

		Stoga se predlaže dodavanje formulacije: Razvoj, međunarodna promocija i transparentna potpora strateškim kulturno-turističkim manifestacijama - Marketinška suradnja s INmusic festivalom, cjelogodišnja marketinška suradnja s festivalom koji funkcionira kao cjelogodišnja komunikacijska platforma visoke vidljivosti kroz koju se Zagreb komunicira domaćoj i međunarodnoj publici kao urbana i kulturno relevantna destinacija. Ciljana tržišta su sve Europske zemlje te SAD i Kanada jer je umjetnička vrijednost programa INmusic festivala globalna. Izvor financiranja: TZ grada Zagreba, INmusic festival Nositelj provedbe: INmusic festival u suradnji s TZ grada Zagreba, Gradski ured za kulturu i civilno društvo i Gradski ured za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje Početak: 2026. godina 12. SMJERNICE I PREPORUKE ZA GRAD ZAGREB (str. 291 Plana) Kako Grad Zagreb ima ključnu ulogu u provedbi Plana upravljanja destinacijom potrebno je uvesti kontrolne mehanizme Grada Zagreba prema Turističkoj zajednici grada Zagreba. Sama nedostatna kvalitativna razina prijedloga Plana koji je izradila TZGZ potvrđuje nužnost kontrole Gradskih ureda koji uživaju izborni legitimitet građana na postupcima TZGZ jer i sam prijedlog Plana navodi na str. 247-248 da je potrebno Pozicioniranje turizma kao bitne razvojne teme grada i da treba biti prepoznat kao pokretač šireg društvenog i kulturnog razvoja što nužno znači da mora proći verifikaciju tijela koja imaju izborni legitimitet od građana. Tijela Turistička zajednica grada Zagreba nemaju izborni legitimitet i ne mogu voditi paralelnu kulturnu politiku ili samostalno, bez izbornog legitimiteta, djelovati na širi društveni i kulturni razvoj.	
--	--	---	--

		. Zbog toga je nužno u ovom dijelu uvesti formulaciju da godišnji plan aktivnosti TZGZ treba prethodno biti poslan na suglasnost Gradskom uredu za kulturu i civilno društvo i Gradskom uredu za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje. Skupština Grada kao najviše predstavničko tijelo građana usvaja Plan upravljanja destinacijom kao strateški dokument te stoga ima ovlasti usvojiti kvalitetan Plan s kontrolnim mehanizmima koji će unaprijediti upravljanje Zagrebom kao destinacijom. Primjeri takvih dobrih praksi u upravljanju destinacijama su Beč i Ljubljana. 13. SMJERNICE ZA TURISTIČKU ZAJEDNICU GRADA ZAGREBA (str. 293 Plana) Potrebno je dodati posebnu smjernicu o sprječavanju institucionalnog sukoba interesa. Predloženi tekst: 'Turistička zajednica grada Zagreba, kada sudjeluje u izradi, provedbi i evaluaciji Plana te istodobno organizira, financira ili promovira vlastita događanja, dužna je primijeniti pravila transparentnosti, jednakog tretmana i izuzeća od odlučivanja o vlastitim programima. Kriteriji za uvrštavanje događanja u strateške i promotivne prioritete moraju biti javni, mjerljivi i jednako primjenjivi na događanja u organizaciji Turističke zajednice i na nezavisna događanja.'	
--	--	--	--

6.	Udruga Spasimo male obiteljske iznajmljivače	Načelne primjedbe i prijedlozi na predloženi nacrt akta s obrazloženjem	Poštovani, Udruga Spasimo male obiteljske iznajmljivače (u daljnjem tekstu: SMOi) najbrojnija je i time i najrelevantnija i najreprezentativnija udruga privatnih iznajmljivača u Republici Hrvatskoj. Budući je Plan upravljanja destinacijom Grada Zagreb (u daljnjem tekstu: Plan), poguban za privatne iznajmljivače Grada Zagreb, SMOi koristi ovu priliku iznijeti očitovanje i komentare u odnosu na isti. Plan je sramotno jednostran, pristran i sugestivnog sadržaja i to u svrhu favoriziranja hotela kao smještajne kategorije, a sve radi isključivanja malih iznajmljivača iz turističkog smještaja Zagreba. Plan upravljanja Zagreb tekst je crno bijelog sadržaja, izrađen kao svojevrsna oda hotelskom smještaju uz istodobnu osudu privatnog smještaja. Zanimljivo ukazati na činjenicu kako se usprkos mogućnosti anagažiranja za izradu ovog dokumenta neke od nezavisnih obrazovnih institucija, Grad Zagreb odlučio za navedeno angažirati konzultantsku tvrtku koja će naravno, logično, zastupati interes krupnog kapitala. Za napomenuti je kako je primjerice Rijeka za izradu istovrsnog dokumenta angažirala nezavisnu, remoniranu sveučilišnu instituciju – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci. I. Iz Plana je evidentno kako Zagreb nema problem “overtourisma” koji bi opravdao restrikcije protiv privatnog smještaja. Naime na stranici 64. Plana eksplicite se ističe kako „turistička aktivnost “ne uzrokuje značajne prometne probleme”, atrakcije “ne pokazuju znakove preopterećenosti” te kako komunalni sustav „nije preopterećen“. Znači restriktivne mjere uperene na privatni smještaj nisu proporcionalne stvarnom stanju u gradu Zagrebu.	Prijedlog/Primjedba se ne prihvaća. Dokument Plana je usmjeren na održivo upravljanje destinacijom s ciljem postizanja optimalne ravnoteže između turističkih aktivnosti i očuvanja stambenog fonda unutar povijesne jezgre (Donji i Gornji grad). Sukladno tome, diferencirani pristup regulaciji temelji se na funkcionalnim specifičnostima smještajnih kapaciteta. Dok hoteli po svojoj naravi posluju u namjenskim poslovnim objektima, obiteljski se smještaj prirodno integrira unutar višestambenih zgrada, što zahtijeva posebnu pažnju kako bi se dugoročno zaštitila kvaliteta svakodnevnog života lokalnog stanovništva. U potpunosti prepoznajući važnost i kvalitetu obiteljskog smještaja, Plan teži stvaranju uravnoteženog modela u najaktivnijim zonama, s ciljem podržavanja stabilnog i kvalitetnog suživota lokalne zajednice i posjetitelja.
----	--	---	---	---

II.

Plan priznaje da privatni smještaj dominira upravo ondje gdje hoteli nisu prisutni. Naime na str. 13. navodi se kako Maksimir i Gornji grad – Medveščak imaju relativno visoku ukupnu potražnju, ali izrazito nizak udio hotelskih noćenja, što ukazuje na dominaciju privatnog smještaja. Netom navedeno zapravo znači kako privatni smještaj popunjava tržišne praznine, omogućuje turističku aktivnost ondje gdje hotelski sektor nije investirao te širi turističku ekonomiju na šira gradska područja. Drugim riječima, bez privatnog smještaja dio turističke potražnje u širem dijelu grada ne bi bio preusmjeren u hotele, već bi za Zagreb bio izgubljen. Stoga se postavlja pitanje zašto do sada hoteli koje Plan izrazito i izričito favorizira nisu popunili navedenu prazninu.

Osim toga, logičnim se nameće pitanje zašto Plan ne predviđa ujedno decentralizaciju hotelskog smještaja iz središta grada obzirom se navodi kako je u istom koncentrirano više od 40 % navedene vrste smještaja. Ponovno neobrazloženo favoriziranje jedne vrste smještaja na uštrb druge. Visoka koncentracija hotelskog smještaja u Donjem Gradu ne predstavlja problem, no problem je privatni smještaj u istoj gradskoj četvrti (?!). Zanimljivo je kako Plan uopće ne elaborira brojke (str. 14.) koje navode kako hotelski smještaj u Donjem Gradu ima znatno više kreveta - 3.692 naspram privatnog smještaja - 3.154 odnosno 685.640 noćenja u hotelskom smještaju - naspram 263.408 u privatnom smještaju. Zašto u središtu Zagreba problem predstavlja samo privatni smještaj koji je ionako inferiorniji od hotelskog. Osim toga, Plan se ne referira na činjenice kako gradske četvrti Trnje i Trešnjevka sjever imaju gotovo dvostruko više kreveta u hotelskom smještaju od privatnog, a gradska četvrt Novi Zagreb-Zapad ih

ima gotovo tri puta više kreveta.

III.

Plan paušalno, ničim obrazloženo konstatira kako iz navodnih nalaza intervjua destinacijskih suradnika i gradskih ureda Grada Zagreba proizlazi kako postoji „široki konsenzus“ da privatni smještaj „negativno utječe na cijene dugoročnog najma i dostupnost stambenih jedinica“. Nije razvidno koji točno od dionika čine taj pojam „širokog konsenzusa“. Ako je navedeni „konsenzus“ postignut na razini ukupno šest gradskih ureda Grada Zagreba onda je jasno da se ne radi o konsezzusu već o svima jasnom stavu gradske vlasti Grada Zagreba koja se očituje kroz stavove gradskih ureda Grada Zagreba.

Uopće nije razvidno tko je točno od dionika intervjuiran i na koji način su koncipirana pitanja. Bilo bi zanimljivo imati informaciju tko je od „dionika iz sektora privatnog smještaja“ intervjuiran te se naravno postavlja pitanja iz kojeg razloga SMOi nije tražen na iskazivanje stajališta budući je, kako je istaknuto, nabrojnija i time najrelevantnija udruga privatnog smještaja u Hrvatskoj. Osim toga, zaista je teško pojmiti koji bi to sve dionici ulazili u citirani pojam „šireg konsenzusa“ u odnosu na navodnu negativnost koju uzrokuje privatni smještaj obzirom na to da iz popisa dionika (str. 209.) nije razvidno tko bi i na temelju kojih parametara mogao iznijeti ovakav zaključak, osim spomenutih gradskih ureda koji naravno provode zadanu politiku trenutne zagrebačke vlasti koja je, iz sebi znanih razloga, izrazito negativno nastrojena prema privatnim iznajmljivačima.

Valja se također referirati na dio koji se odnosi na „tržišne signale“ koji navodno ukazuju da „pretjerano širenje kapaciteta počinje negativno djelovati i na same objekte“. Zaista nije razvidan motiv brige

lokalne vlasti za pitanje eventualne (ne)popunjenosti privatnog smještaja budući živimo u vremenu slobodnog tržišta i tržišnog natjecanja te onaj kome se neće biti isplativo baviti pružanjem usluga smještaja će jednostavno od istoga odustati. Vidljivo je kako se ne postavlja pitanje eventualnog suficita i troškova poslovanja sudionika neke druge grane gospodarstva već baš privatnog smještaja, a što dovoljno govori samo za sebe.

Također nije jasno iznošenje pitanja načina poslovanja privatnog smještaja te sumarno nabranjanje pojmova poput „profesionalizacije“, „digitalizacije“, „samostalnog check in-a“ i slično. Način poslovanja pojedinog sudionika na tržištu stvar je njegove poslovne odluke, a koja rezultira dobrim ili lošim poslovnim rezultatima. Naravno da i je u današnje doba privatni smještaj prisutan na digitalnim platformama te nije jasno uopće iz kojeg razloga se navedeno spominje. Kakove veze „samostalni check-in“ ima sa „podizanjem kvalitete i zadovoljstva gostiju“. Neki gosti preferiraju samostalni ulazak dok neki da ih domaćin dočeka. Potpuno promašeni i nebitni navodi.

Po tom, nije jasno isticanje navodnog porasta specijaliziranih agencija koje nude profesionalno upravljanje privatnim smještajem budući, ponavljamo, živimo u uvjetima tržišne ekonomije te svaki sudionik iste sam bira način poslovanja. Osim toga, potpuno je nejasno kako činjenica navodnog porasta specijaliziranih agencija koje nude profesionalno upravljanje privatnim smještajem korespondira sa pretencioznim (korporacijskim) terminima „sazrijevanja tržišta“ i potrebom „regulacije“ i „standardizacije“. Valja stoga primijetiti kako cjelokupan Plan vrvi mnoštvom internacionalizama za koje nije razvidno u kojem se kontekstu spominju te se čini kako je dio sadržaja

Plana preuzet iz nekih stranih dokumenata kojima se tema upravljanja turizmom obrađuje za neku drugu zapadno europsku ili američku destinaciju.

IV.

Plan upravljanja Zagreb nastavlja sa kontradikcijama, sugestivnošću i favoriziranjem hotelskog smještaja. Tako se u dijelu Analiza turističkog tržišta senzacionalistički navodi dominacija privatnog smještaja u strukturi komercijalnog.

Iz grafikona na str. 123. jasno je vidljivo da zadnje promatrane 2024. godine privatni smještaj „dominira“ za „velikih“ 1,5 % više u odnosu na hotelski. Osim toga, zanimljivo je primijetiti kako se u Planu ne referira na činjenicu da je privatni smještaj između 2019. i 2024. porastao za svega 0,3 % dok je hotelski porastao za 1,7 %. Također, valja napomenuti kako je općepoznato da je u 2025. na razni cijele države zabilježen veliki pad broja malih iznajmljivača odnosno kreveta u privatnom smještaju te stoga nije razvidno zašto Plan ne obuhvaća i ovu godinu već je isti donesen u 2026. godini na temelju podataka do zaključno sa 2024. g., a na temelju istog će se donositi mjere za narednih nekoliko godina (?!). Stoga se opravdanim postavlja pitanje relevantnosti Plana obzirom ne uzima u obzir naprijed navedeno. Na istom mjestu spominje se „pogodovanje“ privatnom smještaju, što sugerira na navodnu povlaštenost, a što je potpuno netočno i neosnovano, budući smo svjedoci represije prema privatnim iznajmljivačima i stavljanju istih u nezavidan položaj u odnosu hotelski smještaj, a što i sam Plan čini.

V.

Po tom, se također nastavljaju kontradikcije te se priznaje kako sami gosti žele raznolik smještaj (pa time i logično onaj privatni) i kako ponašanje istih

upućuje da preferiraju privatni smještaj. Ukupno 91,6 % gostiju pozitivno ocjenjuje kvalitetu smještaja u Zagrebu, pa time i privatnog (str. 49.)

Plan ističe bržu prilagodbu tržištu privatnog smještaja i činjenicu da je porasla kvaliteta privatnog smještaja (str. 125.), koju pozitivnu činjenicu Plan uopće ne ističe takvom (signifikantno).

Također, Plan priznaje „širi geografski raspon“ privatnog smještaja „unutar grada“ čime se jasno i nedvosmisleno potvrđuje činjenica kako je privatni smještaj, za razliku od hotelskog, disperziranja, a što Plan ne percipira (sigurno ne slučajno) kao pozitivno, već samo shematski navodi.

Valja zamijetiti kako Plan „hvali“ novootvorene hotele u 2024. i 2025. te iste zapravo reklamira (str. 127.), a što nikako ne bi smio biti sadržaj dokumenta kakav je Plan koji treba biti nepristran, stručan i isključivo zasnovan na podacima. Postavlja se pitanje zašto se Plan nije „pohvalio“ sa nekim od novootvorenih smještajnih jedinica privatnog smještaja, a koji redovno zna biti u časopisima koji se bave uređenjem interijera istican kao primjer jedinstvenosti, individualnosti i pomaka u sferi uređenja interijera, no Plan to očito namjerno izostavlja i ignorira, zapostavljajući time jedan važan (kako sam sugestivno ističe „dominantan“) segment smještaja grada Zagreba.

VI.

Plan navodi (str. 158.) kako privatni smještaj „konzumira značajan dio destinacije, a ostvaruje značajno lošije rezultate u generiranju potražnje od hotelskog sektora“, koji navodi predstavljaju eklatantan primjer selektivnosti, pristranosti i naklonjenosti jednoj vrsti smještaja – onom

hotelskom. Privatni smještaj koristi postojeći stambeni fond! Isti za razliku od hotela ne zahtijeva veliku novu izgradnju, ne stvara velike građevinske zahvate te ne mijenja vizuru grada kroz masivne objekte. Gost u privatnom smještaju puno više koristi usluge lokalnih ugostitelja, pekara i trgovina od hotelskog gosta koji navedeno često koristi unutar hotelskog sustava.

Privatni smještaj omogućuje dostupniji turizam, budući hoteli ciljaju na goste više platežne moći. Privatni smještaj omogućuje dolazak obitelji, mlađih gostiju, digitalnih nomada i gostiju srednje kupovne moći. Podsjećamo kako je svih ovih godina, od samog početka zagrebačkog Adventa, privatni smještaj bio perjanica smještajne strukture i nositelj smještajnih kapaciteta ove najpoznatije zagrebačke manifestacije. Uništavanje privatnog smještaja koje najavljujete zasigurno će dovesti do degradacije zagrebačkog Adventa.

Plan očito miješa industrijski model hotela (koji moraju imati visoku popunjenost da bi pokrili ogromne fiksne troškove) s održivim modelom privatnog smještaja koji nudi disperziju i kvalitetu života. Tvrdnja da su „performanse“ (klasičan korporativni rječnik) privatnog smještaja "lošije" jer ostvaruje manje noćenja po krevetu je metodološki pogrešna. Privatni smještaj nije zamišljen kao industrijska "tvornica noćenja" poput hotela, već kao komplementarna ponuda koja osigurava da grad ostane živ, a ne samo turistički poligon.

Privatni smještaj ne "konzumira" (za razliku od hotela) prostor destinacije na negativan način; on ga revitalizira. Navod da privatni smještaj "konzumira značajan dio destinacije" zanemaruje činjenicu da su

ti objekti ujedno i stambeni fond koji bi bez turističke svrhe u mnogim dijelovima (osobito nakon potresa) bio zapušten ili prazan. Ponavljamo, hoteli su monokulturni prostori – privatni smještaj je integriran u tkivo grada i potiče potrošnju u lokalnoj, kvartovskoj sredini, a ne isključivo unutar hotelskog sustava.

Plan zapravo podriva temeljene postavke slobode tržišta!

Hoteli i privatni smještaj ne bore se za istog gosta. Privatni smještaj generira vlastitu potražnju koju hotelski sektor ne može i ne zna pokriti. Naposljetku, Zagreb je kao glavni grad Hrvatske i glavno zdravstveno središte te se životnim nameće pitanje smještaja bolesnika na dugotrajnom liječenju i njihovih obitelji kako iz Hrvatske, tako i iz regije. Učinkovitost se ne smije mjeriti samo brojem noćenja. Umjesto restrikcija zbog "lošijih performansi u noćenjima", treba mjeriti zadovoljstvo gosta i doprinos lokalnoj zajednici. Privatni iznajmljivači su najbolji ambasadori Zagreba – oni goste upućuju na lokalne sadržaje, dok hotelski gosti često ostaju u "mjehuru" hotelskih usluga.

VII.

Ne postoji niti jedan objektivan razlog za smanjenje broja privatnih iznajmljivača u središtu Zagreba, već dapače postoji prostor za njihov razvoj! Na str. 26. se navodi kako omjer smještajnih objekata u domaćinstvu u odnosu na stanove za stalno stanovanje iznosi 0,017, što znači da na svaki registrirani smještajni objekt dolazi 125 stanova za stalno stanovanje odnosno 1 od 125 stanova služi za privatni smještaj!

Uz naprijed navedeno i činjenicu kako je u Planu

navedeno da Zagreb nema problem preopterećenosti turizmom (str. 64.), proizlazi zdravorazumski zaključak kako ne postoji dokaz da privatni smještaj ugrožava funkcioniranje centra grada, ne postoji dokaz da broj stanova u privatnom smještaju uzrokuje urbane probleme te stoga restriktivne mjere nisu proporcionalne stvarnom stanju na terenu.

Centar Zagreba je prirodno turističko središte grada, budući turisti u Zagreb dolaze prvenstveno zbog povijesne jezgre, Donjeg i Gornjeg grada, muzeja, restorana, Adventa te kulturnih događaja koji se u glavnini odvijaju u središtu grada. Stoga je potpuno prirodno, urbanistički logično i na koncu turistički očekivano da najveća koncentracija smještaja bude upravo u centru grada.

Ograničavanje smještaja u centru neće ukloniti turističku potražnju već će smanjiti dostupnost legalnog smještaja ondje gdje gosti žele boraviti. Povećati će se crno tržište i dio gostiju usmjeriti u hotele koji će također u središtu grada djelomično zamijeniti privatni smještaj, a čime će se dodatno urbano opteretiti centar grada budući će novi hoteli nužno morati dodatno zauzeti urbani prostor.

Budući se Zagreb predstavlja kao city break destinacija, uništenje privatnog smještaja (tako i onog u središtu) tim se više čini apsurdnim, obzirom takav model turizma prirodno traži manje smještajne jedinice, fleksibilan smještaj, smještaj u centru te pješačku dostupnost sadržaja. Privatni smještaj upravo odgovara potrebama modernih urbanih gostiju koji traže kraće boravke i individualizirani način putovanja. Gubitkom privatnog smještaja u centru Zagreb gubi konkurentnog u sferi city break

destinacije.

Privatni smještaj doprinosi obnovi i održavanju centra Zagreba, kojeg u glavnini čine stare zgrade u kojima stanovi traže kontinuirana i nadprosječna ulaganja, posebice nakon dvaju potresa.

Veći broj legalnih iznajmljivača znači veću kontrolu tržišta i gostiju te standardizaciju uređenja (koja mora biti sukladno propisima zadovoljena). Umjesto da se potiče legalno poslovanje, samo će se potaknuti bujanje crnog tržišta!

Umjesto smanjenja broja, valjalo bi se fokusirati na podizanje kvalitete i uvođenje reda među neregistriranim objektima. Administrativna sjeća legalnih iznajmljivača u centru bila bi kazna za građane koji su uložili vlastita sredstva u imovinu koju javni sektor desetljećima nije znao ili mogao obnoviti.

VIII.

Pitanja u anketi na kojima se bazira Plan krajnje su sugestivna, a njihovi rezultati jednostrana i pristrana interpretacija usmjerena prema neosnovanom diskreditiranju privatnog smještaja. Naime, rezultati pitanja utjecaja turizma na preseljenje „uslijed prodaje ili najma nekretnine“ (str. 51.) potpuno se pogrešno razlažu i izvlače iz konteksta.

Stvoren je umjetan interpretacijski šok na način da se sintagma „donekle utječe“ automatski proglašava uzrokom preseljenja. Interpretatori ankete zaboravljaju (očito ne nenamjerno) kako riječ donekle znači - djelomično, ograničeno, odnosno jedan od više faktora!

Plan ne sadrži stvarni dokazani uzrok demografskih

promjena središta Zagreba odnosno općenito utjecaj privatnog smještaja na demografsku sliku cijelog Zagreba. Plan ne sadrži longitudinalnu analizu, podatke o migracijama povezanim baš sa turizmom, dokaz da je privatni smještaj glavni uzrok rasta cijena stanovanja odnosno dokaz koliki je udio stanova u privatnom smještaju u ukupnom tržištu nekretnina. Plan također nema podatak o tome koliki je broj stanova odnosno nekretnina u Zagrebu u vlasništvu Grada Zagreba i Republike Hrvatske, a koji se uopće ne koriste odnosno koji bi se mogli koristiti za priuštivo stanovanje, no ne koristite se uslijed agilnosti i inertnosti gradskog i državnog sustava. Zasigurno se radi o velikom broju nekretnina.

Plan ne uzima u obzir kako cijene stanovanja u Zagrebu rastu zbog inflacije, općeg rasta cijena nekretnina u EU, rasta građevinskih troškova, kamata i investicijske potražnje, dugoročnog manjka stanova, potresa i smanjenja raspoloživog fonda te centralizacije radnih mjesta u

Zagrebu. Plan praktički sve navedene faktore stavlja u drugi plan i i fokus samo i isključivo prebacuje na turizam.

Plan zanemaruje suvremene potrebe življenja, posebice obitelji. Preseljenje izvan središta grada uzrokovano je nedostatkom sadržaja koje središta gradova ne može pružiti suvremenom čovjeku i obitelji – parkirna mjesta, vlastito dvorište i okućnica. Depopulacija središta gradova počela je puno prije intenzivnijeg razvitka turizma u Zagrebu te odgovornost za isto ne leži na privatnom smještaju. Već dugi niz godina središte Zagreba gubi stanovništvo uslijed starosti zgrada, visokih

troškovima održavanja starih zgrada, a čime je dodatno pridonio potres. Dapače, kao što je već istaknuto, kapacitete uništenog privatnog smještaja djelomično će zamijeniti hotelski smještaj i to isto tako u središtu grada.

Viša gustoća kreveta ne dokazuje automatski istiskivanje stanovnika iz centra grada. Središte Zagreba ima prirodno ima najveću koncentraciju turizma, no i isto tako i ureda, poslovnih prostora, institucija, kulturnih i zdravstvenih ustanova, trgovina i ugostiteljih objekata. Zar je potrebno uz privatni smještaj i sve navedeno dislocirati iz centra odnosno zabraniti poslovanje?!

Plan koristi korelaciju kao da je dokaz uzročnosti!

Za ozbiljan zaključak trebalo bi dokazati koliko je stanova trajno prenamijenjeno, koliko je to utjecalo na najamnine, koliki je udio privatnog smještaja u ukupnom tržištu, koliki je stvarni demografski efekt te postoji li direktna statistička povezanost. Plan to ne dokazuje. Plan nema cjelovitih podataka, ali se ipak izvodi vrlo snažne zaključke o utjecaju privatnog smještaja na stanovanje i demografiju, a što je pristrano i subjektivno.

Plan spominje navodni „pritisak“ na periferne dijelove Zagreba i okolne gradove, a koji diskurs je novina u dosadašnjem javnom prostoru kojemu do sada nismo imali priliku svjedočiti!

Zar nije preseljenje iz središta gradova posljedica naprijed navedenog nedostatka sadržaja koji pojedinac i obitelj u 21. stoljeću traže, a što i ističe sam Plan - „mlade obitelji s djecom kojima je potreban veći stambeni prostor“ (str. 51.) koji je

stoga ponovno kontradiktoran samome sebi.

Osim toga, nije do sada primijećeno da lokalne zajednice spomenutih gradova - Zaprešića, Velike Gorice i Samobora navode opterećenje preseljenjem stanovnika iz Zagreba u navedene sredine. Dapače štoviše, ovaj trend se pokazuje kao u cijelosti pozitivan i prirodan.

Školski primjer sugestivnosti je pitanje – „Prema Vašem mišljenju, koliko turizam utječe na stanovnike mjesta glede nezadovoljstva raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni“.

Pitanje nije formulirano na način da pita da li postoji utjecaj, već pretpostavlja da utjecaj postoji!

Tako se ispitanik se usmjerava prema procjeni intenziteta utjecaja, a ne prema procjeni postoji li uzročna povezanost uopće. Fokus ispitanika se namjerno usmjerio prema turizmu, bez da su se ujedno spomenuli ostali navedeni faktori - inflacija, rast građevinskih troškova, posljedice potresa, centralizacija Zagreba, nedostatak novogradnje, rast troškova kredita te opći europski rast cijena nekretnina.

Plan ne dokazuje empirijski da će „središnji dijelovi grada postupno izgubiti stambenu funkciju# zbog privatnog smještaja niti pokazuje projekcije koje bi to potvrdile. Takva tvrdnja zahtijevala bi ozbiljnu demografsku analizu, urbanističke modele te precizne podatke o prenamjeni stanova. Bez toga ostaje više na razini pretpostavke nego dokazanog zaključka.

Osim toga, razvidna je (očito namjerna) zamjena teza

- "Proces prenamjene stanova u apartmane... smanjuje dostupnu ponudu za dugoročno stanovanje.". To je obrnuta logika. Stanovnici se ne iseljavaju iz centra zbog pojave privatnog smještaja, već se privatni smještaj pojavio jer su stanovnici iselili iz centra grada zbog naprijed navedenih okolnosti (potreba za drugim sadržajima koje centar grada ne nudi, potres, visoki troškovi održavanja itd.). Razvidno je kako je navedeno pitanje "namješteno" kako bi se stvarao kvazi argument protiv privatnih iznajmljivača. Stoga se ne radi o znanstvenoj analizi, nego o političkom alatu.

IX.

Mjere koje se Plan predviđa (str. 265 – 267) u cijelosti su usmjerene ka uništenju privatnog smještaja u korist hotelskog!

Privatni smještaj se preventivno ograničava iako Plan priznaje da problemi ne postoje (str. 64.). "Praćenje opterećenja zona" temelji se gotovo isključivo na koncentraciji smještaja, a što je metodološko potpuno upitno i manjkavo. Viša koncentracija smještaja sama po sebi nije dokaz problema, pogotovo u središtu Zagreba. Plan ne pokazuje koliki je stvarni komunalni trošak, koliki je stvarni utjecaj na promet, koliki je stvarni utjecaj na kvalitetu života te koliki je stvarni demografski efekt.

Najava diferenciranja rezidenata i nerezidenata predstavlja ozbiljno kršenje načela jednakog tržišnog tretmana, pravne sigurnosti i proporcionalnosti, posebice iz razloga što ne postoji niti jedan dokaz i argument o problemu koji predstavljaju nerezidenti.

Privatni smještaj proglašava se glavnim krivcem te nije jasno kako to hoteli ne vrše pritisak na prostor i

infrastrukturu i u čemu je tajna hotelske održivosti i „zelenosti“. Osim toga, ako je poanta biti „održivi i „green“ (str. 267.) i privatni smještaj se može subvencionirati u tom smislu.

Zašto se planira javni novac trošiti na podizanje standarda samo hotelskog smještaja? Zar će se javni novac trošiti na poboljšanje smještaja u stranom vlasništvu, pored privatnog smještaja u vlasništvu građana Republike Hrvatske? I privatni smještaj također može biti „boutique“. Nije jasno što se misli pod pojmom „lifestyle“ budući je privatni smještaj taj koji je stopljen sa životom grada i može pružiti za vrijeme boravka osjećaj pripadnosti lokalnoj zajednici.

Plan je eklatantan primjer dvostrukih standarda - privatni smještaj "konzumira prostor", ali istovremeno se planira "definiranje novih turističkih zona" za hotele u samom centru-?! Zanimljiv je i vremenski kontekst „napada“ na privatni smještaj – isti kreće već ove godine, da se ne gubi na vremenu! Ovaj plan potvrđuje da se ide prema hotelskoj monokulturi u centru Zagreba, gdje će se privatni smještaj potiskivati novim porezima i zabranama, dok će se hotelskim lancima olakšavati poslovanje i smanjivati davanja.

Valja, zaključno, primijetiti kako Plan ne spominje kontrole i mjere protiv nelegalnog privatnog smještaja, do čijeg će bujanja mjerama koje Plan predviđa zasigurno doći!

X.

Plan upravljanja destinacijom Grada Zagreba nije dokument o održivom turizmu, već politički instrument za nasilnu transformaciju gradskog

		središta u zonu rezerviranu isključivo za hotelske lance i krupni kapital. Ignorirajući činjenicu da privatni smještaj čini zanemariv dio stambenog fonda, a da su upravo mali iznajmljivači vlastitim sredstvima revitalizirali Zagreb nakon potresa, ovaj Plan pod krinkom 'javnog interesa' oduzima građanima pravo na rad i raspolaganje imovinom. Posebno je porazno što Plan potpuno ignorira socijalnu stvarnost: za tisuće zagrebačkih obitelji i umirovljenika, privatni smještaj je jedini način za krpanje niskog životnog standarda i podmirivanje osnovnih životnih troškova. Uništavanjem malih iznajmljivača nećete vratiti mlade obitelji u centar – jer su ih odande istjerali spora obnova i nedostatak infrastrukture – već ćete stvoriti mrtve kvartove praznih stanova i osiromašiti vlastite sugrađane. Istodobno, dok lokalnim obiteljima najavljujete nove poreze i zabrane, hotelskom sektoru planirate javne subvencije i porezna rasterećenja. Takvi dvostruki standardi su neprihvatljivi i duboko diskriminatorni. Zagreb kao istinska 'city break' destinacija treba disperziju i autentičnost koju pružaju mali domaćini, a ne sterilnu hotelsku monokulturu. Udruga SMOi i svi građani koji žive od svoga rada najoštrije se protive ovom Planu koji u svojoj biti predstavlja izravan napad na ekonomsku opstojnost i dostojanstvo malog čovjeka u Zagrebu.	
--	--	--	--