

Plan upravljanja destinacijom: Zagreb

Finalna verzija

9. travnja 2026. godine

 **Horwath HTL**
Hotel, Tourism and Leisure

Sadržaj

Uvod i metodološke napomene	7
I. Prihvatni kapacitet destinacije	8
I.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata	9
I.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta	15
I.3. Analiza razine nosivosti destinacije	17
I.4. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta	54
I.5. Analiza scenarija	58
I.6. Donošenje zaključaka i preporuka	63
2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije	65
2.1. Osnovni pokazatelji održivosti	70
2.2. Specifični pokazatelji održivosti	81

Sadržaj

3. Opća analiza stanja destinacije	92
3.1. Analiza prometne infrastrukture	93
3.2. Analiza komunalne infrastrukture	109
3.3. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji	112
3.4. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom	115
4. Analiza turističkog tržišta destinacije	119
4.1. Analiza turističke ponude	120
4.2. Analiza javne turističke infrastrukture	147
4.3. Analiza turističke potražnje	156
4.4. Analiza resursne osnove	165
4.5. Analiza stanja digitalizacije	181

Sadržaj

4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala	188
4.7. Analiza komunikacijskih aktivnosti	192
4.8. Analiza konkurencije	201
4.9. Ključni nalazi intervjua provedenih s destinacijskim dionicima i uredima Grada Zagreba	207
5. Zaključci i uporišta provedene analize stanja destinacije	216
6. SWOT analiza	221
7. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda	223
7.1. Definicija primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda	224
7.2. Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda	234

Sadržaj

8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima	238
8.1. Opća načela	240
8.2. Strateški pravac i prioriteti	242
8.3. Identificiranje ciljeva	246
8.4. Mjere i aktivnosti	250
9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja	288
9.1. Smjernice i preporuke za Grad Zagreb	289
9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Zagreba	292
9.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji	294

Sadržaj

10. Popis projekata	297
10.1. Popis relevantnih projekata u implementaciji	298
10.2. Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije	308
11. Dodatak	339

Uvod i metodološke napomene

POLAZIŠTE

Plan upravljanja destinacijom se izrađuje na temelju Zakona o turizmu i svim usvojenim podzakonskim aktima i uputama. Predmetni je dokument izrađen prema Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, kojeg je propisalo Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (MINTS RH). Sve destinacije 1. i 2. razreda turističke razvijenosti dužne su u sklopu svojih planova upravljanja provesti analizu prihvatnog kapaciteta destinacije sukladno Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta. S obzirom na to da Zagreb, prema izračunu indeksa turističke razvijenosti za 2024. godinu, spada u 2. razred, Plan upravljanja destinacijom Zagreb mora uključivati i ovu analizu. Prilikom izrade dokumenta u potpunosti su primijenjene Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom MINTS RH. Plan upravljanja destinacijom Zagreb izrađuje se za četverogodišnje razdoblje od 2026. do 2029. godine.

IZVORI PODATAKA

Podaci za izračun prikupljaju se kroz provođenje primarnog istraživanja te obradom sekundarnih izvora podataka.

U sklopu analize provedena su sljedeća **primarna istraživanja**:

- anketa lokalnog stanovništva,
- anketa turista i jednodnevnih posjetitelja,
- anketa gospodarskih subjekata te
- strukturirani intervjui s relevantnim destinacijskim dionicima.

U sklopu analize korišteni su podaci iz dostupnih baza podataka relevantnih institucija i *online* izvora, u skladu sa smjernicama i uputama Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske.

I. Prihvatni kapacitet destinacije

A group of five people are on a rooftop garden. Two people are sitting on a bench, looking out over a city. Three people are standing and talking. The city below has a prominent church with two spires. The sky is filled with dramatic, colorful clouds from a sunset or sunrise. The foreground is filled with various green and reddish plants in raised garden beds.

I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata



Za potrebe analiziranja prihvatnog kapaciteta Zagreba, destinacija je analizirana prema postojećoj podjeli na gradske četvrti



Broj	Naziv gradske četvrti	Površina (ha)	Broj stanovnika	Gustoća (st. / km ²)
1.	Donji grad	302	31.209	10.346
2.	Gornji grad – Medveščak	1.019	26.423	2.593
3.	Trnje	736	40.539	5.505
4.	Maksimir	1.497	47.356	3.163
5.	Peščenica – Žitnjak	3.530	53.023	1.502
6.	Novi Zagreb – istok	1.654	55.898	3.379
7.	Novi Zagreb – zapad	6.264	63.917	1.020
8.	Trešnjevka – sjever	581	52.974	9.120
9.	Trešnjevka – jug	984	65.324	6.642
10.	Črnomerec	2.423	38.084	1.572
11.	Gornja Dubrava	4.027	58.255	1.447
12.	Donja Dubrava	1.081	33.537	3.102
13.	Stenjevec	1.218	53.862	4.422
14.	Podsused – Vrapče	3.619	44.910	1.241
15.	Podsljeme	5.944	18.974	319
16.	Sesvete	16.525	70.800	428
17.	Brezovica	12.733	12.046	95

Upravna jedinica Grad Zagreb uključuje naselje Zagreb i 67 manjih naselja. Svih 68 naselja organizirano je u 17 gradskih četvrti. Najveće četvrti prema površini su Sesvete i Brezovica koje zajedno obuhvaćaju više od 45% ukupne površine Zagreba, dok je najmanja četvrt Donji grad.

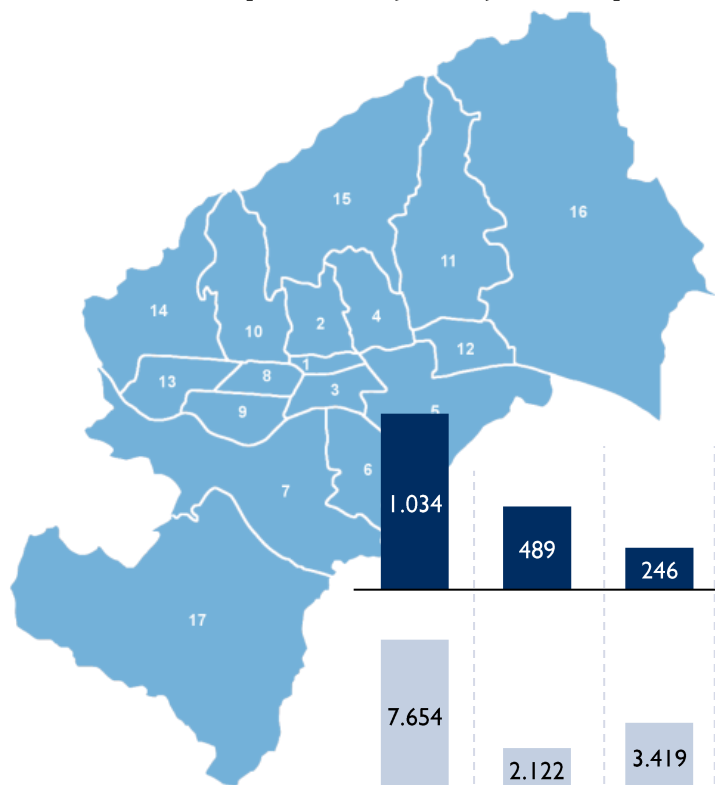
Prema Popisu stanovništva iz 2021. godine, Gradska četvrt Sesvete ima najveći broj stanovnika – 70.800, dok Brezovica ima najmanje, ukupno 12.046 stanovnika.

Kada je riječ o gustoći naseljenosti, najgušće je naseljena četvrt Donji grad s 10.346 stanovnika/km². Slijede Trešnjevka - sjever s 9.120 stanovnika/km², Trešnjevka - jug s 6.642 te Trnje s 5.505 stanovnika/km². S druge strane, Brezovica ima najmanju gustoću naseljenosti među gradskim četvrtima.

Ovisno o dostupnosti podataka, pojedini pokazatelji prihvatnog kapaciteta izračunati su na razini gradske četvrti, dok su drugi izračunati na razini cijelog grada.

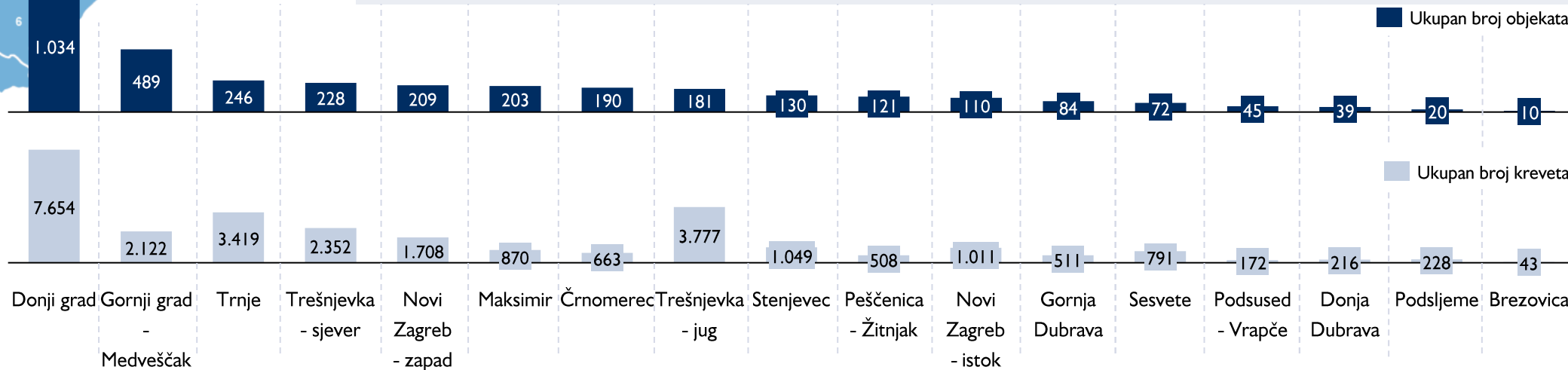
Smještajni kapaciteti Zagreba koncentrirani su u središnjim gradskim četvrtima

Ponuda ukupnih smještajnih kapaciteta prema četvrtima u Zagrebu u 2024. godini



U ovoj analizi korišteni su podaci sustava eVisitor samo za komercijalni smještaj. Većina komercijalnog turističkog smještaja u širem smislu (studentski domovi tijekom ljeta smatraju se komercijalnim smještajem) koncentrirana je u Donjem gradu, gdje se nalazi 30% ukupnih objekata i 28% ukupnog broja kreveta. Takva koncentracija potvrđuje ulogu Donjeg grada kao ključne gradske četvrti u ponudi smještaja, zahvaljujući blizini glavnog trga, povijesnih znamenitosti, kulturnih institucija i atrakcija.

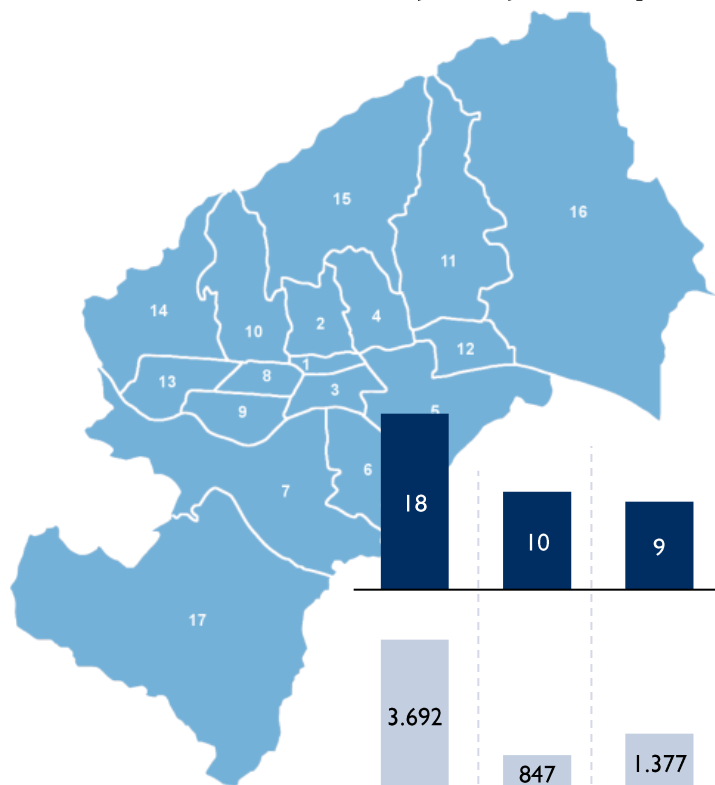
Uz Donji grad, još tri gradske četvrti ističu se u ponudi smještajnih kapaciteta – Gornji grad – Medveščak s 14% objekata i 8% kreveta, Trešnjevka – jug s 5% objekata i 14% kreveta i Trnje sa 7% objekata i 13% kreveta. U gradskoj četvrti Trešnjevka – jug evidentiran je najveći prosječni broj kreveta, ali primarno zbog Studentskog doma koji raspolaže s više od 3.100 ležajeva. Rubne gradske četvrti imaju znatno manje objekata i kreveta, što rezultira manjim doprinosom ukupnoj smještajnoj ponudi grada.



Izvor: eVisitor, Turistička zajednica grada Zagreba, Horwath HTL, 2026.

Hotelska je ponuda izrazito koncentrirana u Donjem gradu

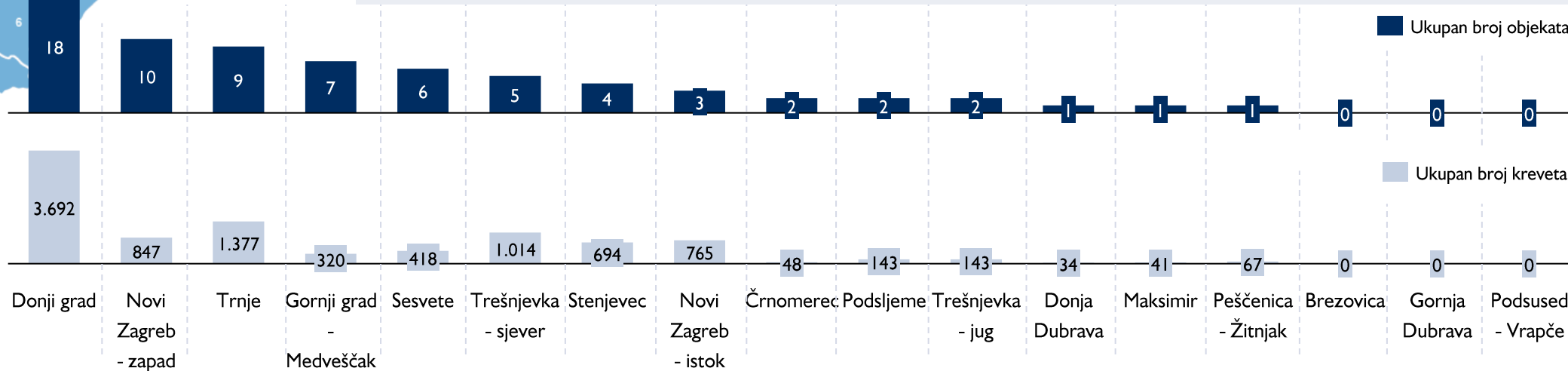
Ponuda hotelskih smještajnih kapaciteta prema četvrtima u Zagrebu u 2024. godini



U Donjem gradu nalazi se 25% svih hotela i 38% hotelskih kreveta, što potvrđuje kako je Donji grad središnja turistička četvrt zahvaljujući centralnoj lokaciji te blizini glavnih atrakcija i kulturnih sadržaja. Novi Zagreb – zapad s 14% i Trnje s 13% udjela izdvajaju se kao četvrti s najviše hotela nakon Donjeg grada, što je djelomično rezultat blizine Arena Centra, Zagrebačkog velesajma, velikih sportskih dvorana, poslovnih zona i sadržaja koji generiraju potražnju za smještajem.

Trešnjevka – sjever ima pet hotela s ukupno 1.014 kreveta, uz prosjek od 202 kreveta po hotelu, dok Novi Zagreb – istok s tri hotela i ukupno 765 kreveta bilježi najveći prosječan kapacitet, što upućuje na prisutnost većih, poslovno orijentiranih objekata.

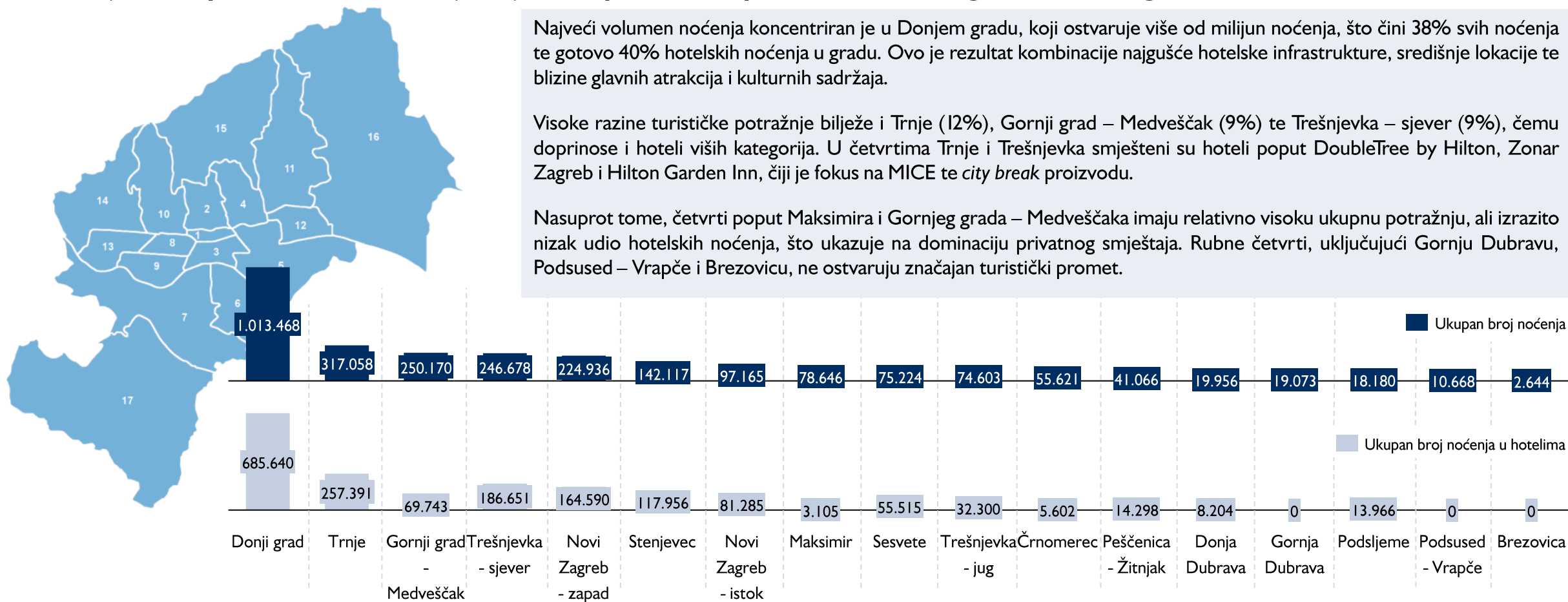
U većini rubnih četvrti hoteli su u potpunosti izostali. Primjerice, Gornja Dubrava, Podsused – Vrapče i Brezovica nemaju niti jedan registrirani hotel.



Izvor: Turistička zajednica grada Zagreba, Horwath HTL, 2026.

Turistička potražnja također je najviše koncentrirana u užem gradskom središtu, pri čemu hoteli imaju izraženu ulogu

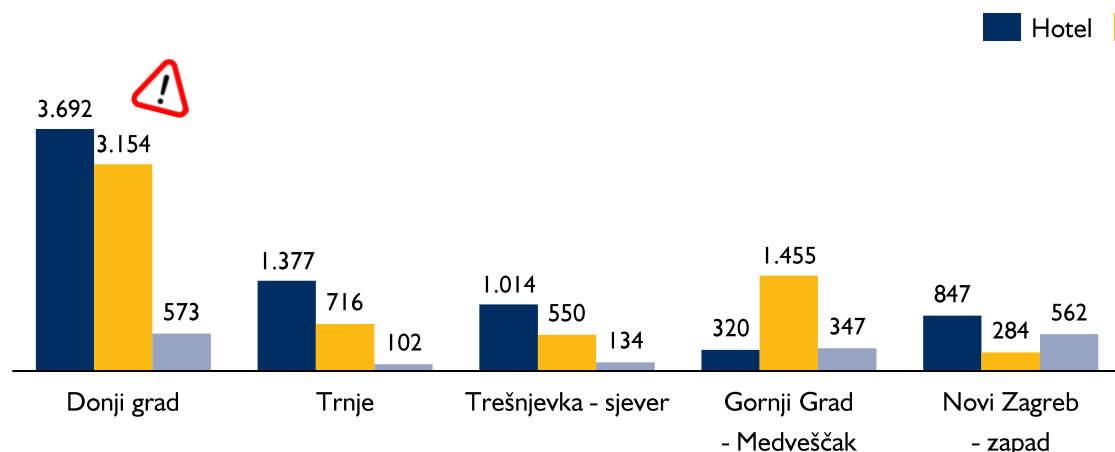
Potražnja u ukupnim i hotelskim smještajnim kapacitetima po četvrtima u Zagrebu u 2024. godini



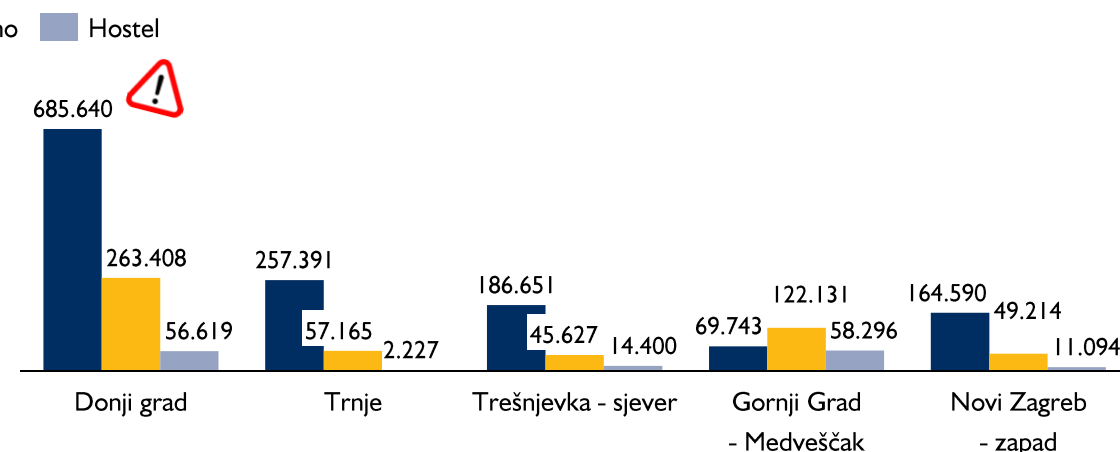
Izvor: Turistička zajednica grada Zagreba, Horwath HTL, 2026.

Turistička ponuda i potražnja u Zagrebu prostorno su koncentrirane u četiri gradske četvrti s najvećim intenzitetom turističkih aktivnosti

Broj kreveta prema vrsti smještaja u gradskim četvrtima s najvećim brojem kreveta u Zagrebu u 2024. godini



Broj noćenja prema vrsti smještaja u gradskim četvrtima s najvećim brojem noćenja u Zagrebu u 2024. godini



Analiza podataka gradskih četvrti s najvećim brojem kreveta i ostvarenih noćenja ukazuje na izraženu koncentraciju turističke ponude i potražnje u najužem gradskom središtu, pri čemu Donji grad zauzima vodeću poziciju u broju smještajnih kapaciteta i ostvarenih noćenja. Ova gradska četvrt dominira u gotovo svim vrstama smještaja, ali i u realiziranoj turističkoj potražnji, što ukazuje na centralnu ulogu zone u turističkom sustavu Zagreba.

Trnje, Gornji grad – Medveščak i Trešnjevka – sjever također bilježe relevantnu razinu smještajne ponude i noćenja, no s bitno manjim apsolutnim brojkama. Četvrt Novi Zagreb – zapad, koja se nalazi na manje centralnoj poziciji, ima razvijenu ponudu, ali ne ostvaruje razmjernan broj noćenja, što upućuje na nižu atraktivnost ili slabiju integraciju u turističke tokove.

Sveukupno, podaci ukazuju na snažnu prostornu neravnotežu u turističkom prometu te potvrđuju potrebu za daljnjim razvojem sadržaja i infrastrukture izvan centralnih zona kako bi se potaknuo ravnomjerniji prostorni razvoj i smanjilo opterećenje najfrekventnijih četvrti.

I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

I.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta



Za Zagreb je odabrana kombinirana metodologija zbog prostornih razlika intenziteta turizma, različitih funkcionalnih zona grada i preklapanja turizma s gradskim životom

Metodologije propisane Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta

I. Kvantitativna metodologija

Kvantitativna metoda fokusira se na prikupljanje i analizu numeričkih podataka (broj posjetitelja, opterećenja infrastrukture, sezonalnost) radi preciznog određivanja prihvatljivih granica korištenja prostora. Cilj joj je spriječiti preopterećenost, zaštititi okoliš i očuvati kvalitetu života lokalnog stanovništva.

2. Kvalitativna metodologija

Kvalitativna metoda temelji se na prikupljanju nenumeričkih podataka putem intervjua, fokus grupa, anketa i promatranja, s ciljem razumijevanja percepcija, iskustava i stavova lokalne zajednice i posjetitelja. Omogućuje donošenje odluka koje uzimaju u obzir doživljaj turističkih pritisaka i potrebu očuvanja kvalitete života.

3. Kombinirana metodologija

Kombinirana metoda integrira kvantitativne i kvalitativne metode kako bi se dobio cjelovit uvid u kapacitete prostora. Kvantitativni podaci utvrđuju stvarne fizičke granice, a kvalitativni pokazuju prihvatljivost tih ograničenja iz perspektive stanovnika i posjetitelja, što olakšava donošenje uravnoteženih odluka.

a) Preklapanje turizma i svakodnevnog života

U Zagrebu se svakodnevni život lokalnog stanovništva preklapa s turističkim tokovima, pa je potrebno integrirati podatke o fizičkom opterećenju prostora i subjektivnim iskustvima korisnika kako bi se pravilno razumjeli stvarni kapaciteti prostora.

b) Prostorna raznolikost i neravnomjerna opterećenost gradskih područja

Kombinirana metodologija omogućuje povezivanje kvantitativnih pokazatelja, poput broja posjetitelja i razine infrastrukture, s kvalitativnim uvidima lokalne zajednice i turista. Takav pristup osigurava sveobuhvatan prikaz opterećenja, uz mogućnost prepoznavanja razlika među gradskim zonama i ciljanog planiranja prema razini turističkog pritiska.

c) Sezonalnost turizma u Zagrebu

Manja sezonalnost turizma u Zagrebu naspram obalnih destinacija u Hrvatskoj zahtjeva prilagođeni pristup analizi podataka te interpretaciji pokazatelja na razini destinacije.

d) Različite funkcionalne uloge gradskih zona

U Zagrebu pojedini dijelovi grada imaju različite funkcionalne uloge što zahtijeva diferencirani pristup u procjeni prihvatnih kapaciteta. Kombinirana metodologija omogućuje prilagodbu analize specifičnostima pojedinih prostora kroz kvalitativne i kvantitativne podatke s obzirom na funkciju pojedinih zona.

I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

I.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

I.3. Analiza razine nosivosti destinacije



Metodološki okvir izrade analize prihvatnog kapaciteta destinacije

Prema *Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom*, kojeg je propisalo Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, sve destinacije 1. i 2. razreda turističke razvijenosti dužne su u sklopu svojih planova upravljanja provesti analizu prihvatnog kapaciteta destinacije.

S obzirom na to da Zagreb, prema izračunu indeksa turističke razvijenosti za 2024. godinu, spada u 2. razred, Plan upravljanja destinacijom Zagreb mora uključivati ovu analizu.

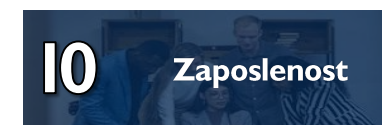
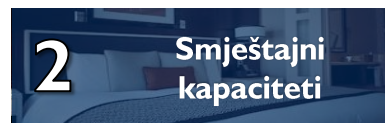
Prema *Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta*, analiza nosivosti destinacije provodi se kroz izračun obveznih i dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta. Pokazatelji su raspoređeni u 10 kategorija, pri čemu je propisano 36 obveznih i 35 dodatnih pokazatelja. U analizi se moraju obraditi svi obvezni pokazatelji, dok je za potrebe ovog plana odabrano 8 dodatnih pokazatelja.

Podaci za izračun prikupljaju se sekundarnim putem (iz dostupnih baza podataka relevantnih institucija i *online* izvora) te primarnim istraživanjima, koja uključuju anketu lokalnog stanovništva i anketu turista i jednodnevnih posjetitelja.

Obvezni pokazatelji >> 36

Dodatni pokazatelji >> 8

Ukupno >> 44



Pregled obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta prema *Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta*

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja
1.1.	Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika
2.1.	Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika
2.2.	Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika
2.3.	Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje
2.4.	Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m ² građevinskog područja naselja
2.5.	Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima
3.1.	Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone
3.2.	Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama
4.1.	Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama
4.2.	Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama
4.3.	Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujanj u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
4.4.	Raspoloživa površina plaže po kupacu u danima vršne turističke sezone (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
4.5.	Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujanj u odnosu na ostatak godine
4.6.	Utjecaj turizma na izgled destinacije
4.7.	Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora
4.8.	Zadovoljstvo ljepotom i uređenosti mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija
5.1.	Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći
5.2.	Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone

Pregled obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta prema *Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta*

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja
5.3.	Utjecaj buke na kvalitetu boravka
6.1.	Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica
6.2.	Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene
6.3.	Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja
6.4.	Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji (Anketa lokalnog stanovništva)
7.1.	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda
7.2.	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – električna energija
7.3.	Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m ² javnih površina koje se održavaju
7.4.	Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada
7.5.	Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone
8.1.	Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone
8.2.	Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone
8.3.	Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone
8.4.	Zadovoljstvo prometom u mjestu
9.1.	Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju
9.2.	Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama
9.3.	Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)
10.1.	Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)

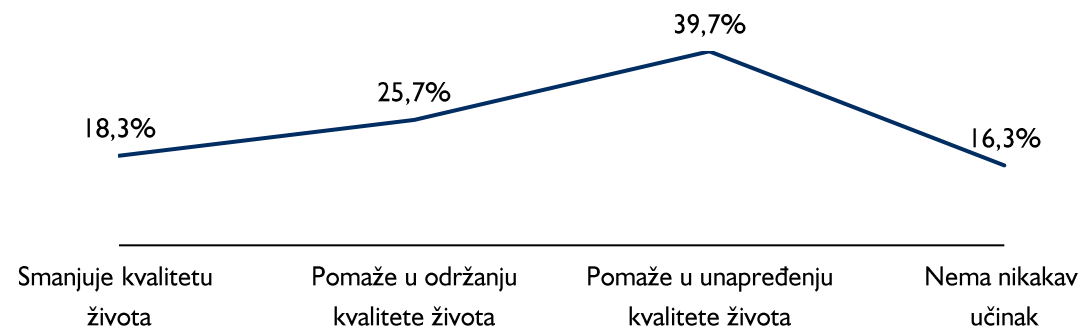
Pregled odabranih dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta prema *Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta*

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja
I2.2.	Zadovoljstvo kvalitetom sadržaja
I2.3.	Nedostajući i neprimjereni sadržaj
I3.4.	Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem
I3.5.	Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu
I3.6.	Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama
I8.3.	Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed iritacija uzrokovanih turizmom
I8.4.	Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovano turizmom
I9.1	Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije

Obavezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

I.1 Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika (Anketa lokalnog stanovništva)

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Vašem mjestu:



U anketi provedenoj među lokalnim stanovništvom Zagreba sudjelovalo je ukupno 300 ispitanika. Od tog broja, 196 ispitanika, odnosno 65,4%, izjavilo je da smatra kako turizam ima pozitivan učinak na kvalitetu života u destinaciji.

Ovaj rezultat ukazuje na većinsku percepciju turizma kao faktora koji doprinosi lokalnoj zajednici, pri čemu se pozitivni učinci najvjerojatnije povezuju s ekonomskim koristima, ponudom sadržaja i poboljšanjem infrastrukture.

2.1 Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika

Godina	Broj stanovnika	Broj kreveta** (komercijalni smještaj)	Vrijednost pokazatelja (komercijalni smještaj)
2020.	768.895	24.932	3,24
2021.	766.824	24.042	3,14
2022.	768.624	24.412	3,18
2023.	772.122	26.014	3,37
2024.	772.122*	27.094	3,51

*Za izračun pokazatelja za 2024. godinu korišteni su podaci o broju stanovnika za 2023. godinu zbog nedostupnosti podataka za 2024. godinu u trenu izrade analize (srpanj, 2025. godine)

**Za izračun pokazatelja korišten je samo broj komercijalnog smještaja zbog nemogućnosti procjene broj kreveta u kućama i stanovima za odmor na području Zagreba

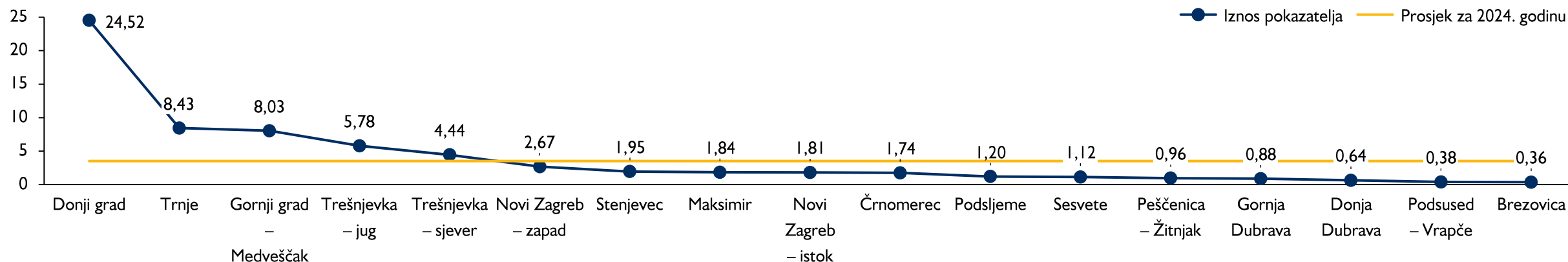
Omjer kreveta u komercijalnom smještaju na 100 stanovnika prikazuje kapacitet turističkog smještaja u odnosu na veličinu lokalnog stanovništva te je u promatranom razdoblju pokazatelj pokazivao blage oscilacije, uz primjetan uzlazni trend. Pokazatelj se u 2021. godini smanjio na 3,14 naspram 3,24 koliko je iznosio u 2020. godini. Pad je moguća posljedica COVID-19 pandemije na ponudu smještaja te stagnacije turističke sezone 2020. i 2021. godine. Nakon 2021. godine, pokazatelj kontinuirano raste te u 2024. godini doseže najvišu vrijednost od 3,51. Ovakav rast ukazuje na povećanje ponude komercijalnog smještaja te prilagodbu tržištu koje sve više traži smještajne kapacitete na području grada Zagreba. Također, porast omjera ne ovisi isključivo o povećanju broja kreveta, već i o ukupnom broju stanovnika te je stoga za pokazatelj bitno pratiti i demografske trendove u destinaciji.

2.2 Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika

Godina	Broj stanovnika	Broj kreveta (nekomercijalni smještaj)	Vrijednost pokazatelja (nekomercijalni smještaj)
2020.	768.895	976	0,13
2021.	766.824	1.084	0,14
2022.	768.624	1.154	0,15
2023.	772.122	1.208	0,16
2024.	772.122*	1.248	0,16

Usporedno s komercijalnim, pokazatelj broja kreveta u nekomercijalnom smještaju na 100 stanovnika bilježi znatno niže vrijednosti, ali stabilan i lagano uzlazni trend. U razdoblju od 2020. do 2024. godine pokazatelj se povećao s 0,13 na 0,16, što ukazuje na blago širenje kapaciteta u ovoj kategoriji. Iako se ovi podaci odnose na podatke unutar sustava eVisitor, podaci ne prikazuju realnu sliku segmenta nekomercijalnog smještaja u Zagrebu. Bolje praćenje nekomercijalnog smještaja te promjene u službenom broju nekomercijalnih kapaciteta moguće su nakon što krene primjena poreza na nekretnine putem kojega će Porezna uprava imati bolju sliku situacije na lokalnoj i državnoj razini.

2.1 Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika – pregled po zonama



Analiza dostupnih podataka ukazuje na izrazito neravnomjernu prostornu raspodjelu komercijalnih smještajnih kapaciteta na području Zagreba.

Pokazatelj poprima najvišu vrijednost u Donjem gradu (24,52), s gotovo sedam puta većom vrijednosti od gradskog prosjeka (3,51), čime se ta četvrt jasno ističe kao središnje turističko žarište Zagreba. S obzirom na centralnu poziciju četvrti, Donji grad, zajedno s Gornjim gradom, sadrži ključne kulturne znamenitosti, muzeje, ugostiteljsku i trgovačku ponudu, što objašnjava koncentraciju smještajnih kapaciteta upravo na tom području. Sukladno tome, pokazatelj na području četvrti Gornji grad – Medveščak postiže više nego dvostruko veću vrijednost od gradskog prosjeka (8,03). Uz Gornji i Donji grad, prema koncentraciji smještaja ističe se četvrt Trnje (8,43) što potvrđuje da se većina komercijalne smještajne ponude nalazi u središnjim i turistički najatraktivnijim zonama.

S druge strane, brojne rubne četvrti poput Brezovice (0,36), Podsuseda – Vrapča (0,38), Donje Dubrave (0,62), Peščenice – Žitnjaka (0,96) i Podsljemena (1,20) imaju vrijednosti koje su znatno ispod prosjeka.

2.3 Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje

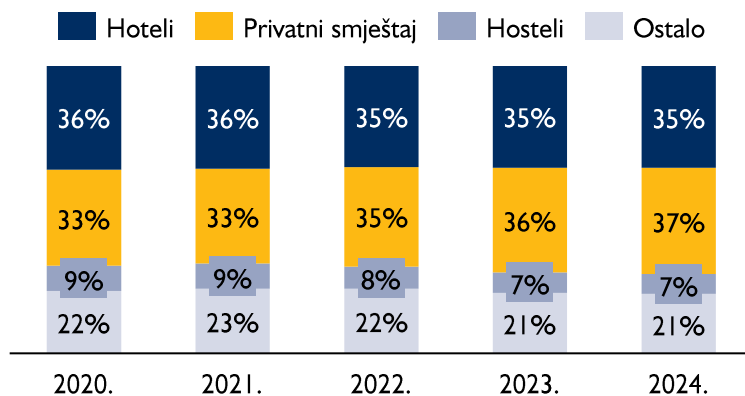
Interpretaciju pokazatelja otežava činjenica da se određeni broj stanova u Zagrebu koristi povremeno, kao sekundarne nekretnine vlasnika koji borave u drugim dijelovima Hrvatske, čime stvarni broj stanova u stalnoj funkciji stanovanja može biti manji od službeno evidentiranog. Za potpuniju interpretaciju, pokazatelj bi trebalo računati po zonama, odnosno gradskim četvrtima, s obzirom na neravnomjernu raspodjelu smještajnih kapaciteta, no trenutno nisu dostupni podaci za provedbu analize na razini gradskih četvrti.

Prema dostupnim podacima, 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.

2.4 Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m² građevinskog područja naselja

Vrijednost pokazatelja iznosi 0,03 kreveta na 100 m² građevinskog područja naselja, što upućuje na vrlo nisku prostornu koncentraciju smještajnih kapaciteta u odnosu na ukupnu površinu naselja. Sukladno ovom rezultatu, komercijalni smještaj ne zauzima značajan prostorni udio u urbanom okviru cijelog grada Zagreba, no zone u centru grada značajno su više opterećene smještajem od zona na rubovima grada. Zbog nemogućnosti procjene broja kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam na području Zagreba, podatak nije uključen u izračun pokazatelja.

2.5 Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima

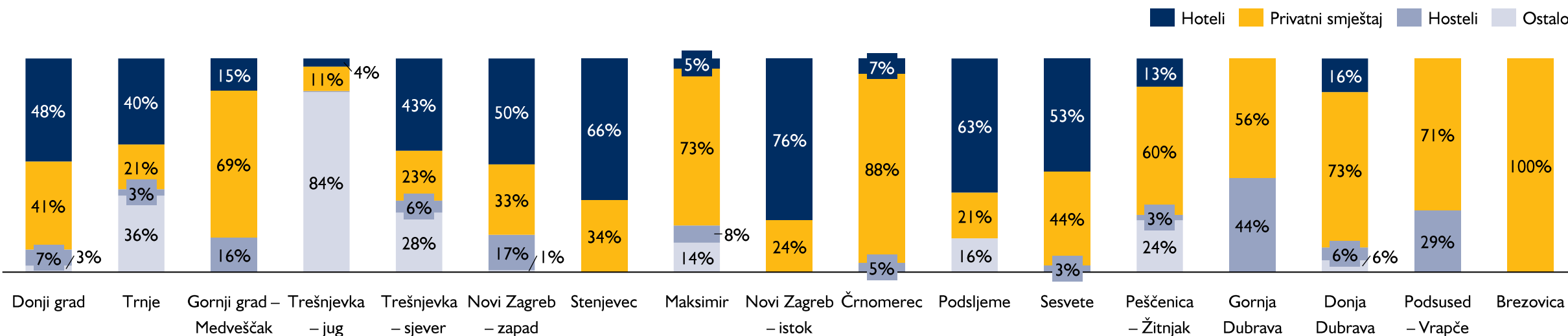


Struktura smještajnih kapaciteta u Zagrebu od 2020. do 2024. godine pokazuje da hoteli čine stabilnu osnovu ponude, s udjelom od 35% do 36% ukupnih kapaciteta. Privatni smještaj bilježi postupni rast, s 33% u 2020. godini na 37% u 2024. godini, čime postaje najzastupljenija kategorija. Hosteli čine manji dio ukupne ponude, uz blagi pad s 9% na 7% kroz promatrano razdoblje. Kampova na području Zagreba nema, dok kategorija „Ostalo“ bilježi neznatne promjene.

Usporedba s prosjekom Republike Hrvatske pokazuje specifičnost Zagreba kao urbanog odredišta. Na nacionalnoj razini dominira privatni smještaj s udjelom od 59,1%, dok hoteli čine svega 14,6%, a kampovi 23,2%. U Zagrebu, nasuprot tome, udio hotelskog smještaja više je nego dvostruko veći nego u ostatku zemlje, dok kampova nema, što je u skladu s urbanim karakterom destinacije. Također, iako udio privatnog smještaja u Zagrebu raste, on je i dalje znatno niži od nacionalnog prosjeka, što dodatno potvrđuje različit profil ponude glavnog grada.

Zbog nemogućnosti procjene broja kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam na području Zagreba, podatak nije uključen u izračun pokazatelja.

2.5 Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima – pregled po zonama



Struktura smještajnih kapaciteta u Zagrebu jasno prikazuje razlike među gradskim četvrtima. U pojedinim četvrtima, u ukupnoj smještajnoj ponudi, dominira hotelski smještaj, a u drugima privatni smještaj. U centru grada, odnosno Donjem gradu i Gornjem gradu – Medveščaku, bilježi se kombinirana ponuda hotelskog i privatnog smještaja, pri čemu privatni smještaj ima veći udio. Hotelski smještaj također ima značajan udio u središnjim četvrtima, primjerice u Donjem gradu s 48% i u Gornjem gradu – Medveščaku s 40%, no važno je istaknuti da se radi o zonama s ukupno najvećim brojem kreveta, što koncentrira hotelsku infrastrukturu upravo u središnjem dijelu grada.

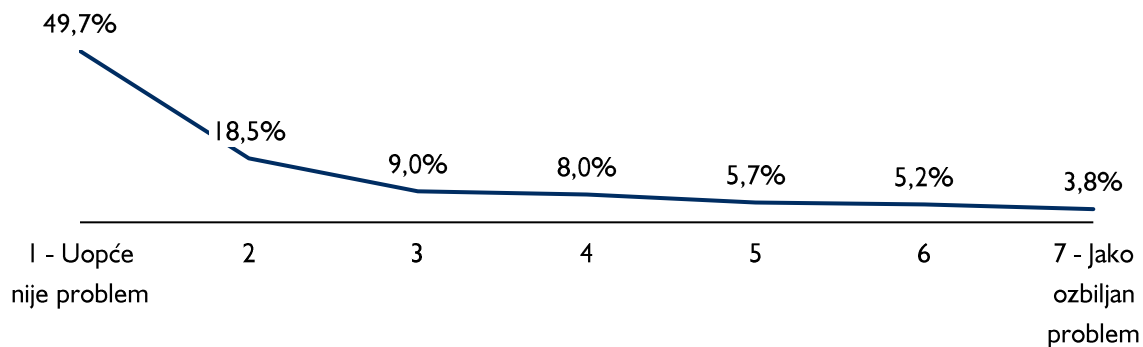
U Maksimiru i Črnomercu, privatni smještaj čini preko 70% ukupne ponude. U rubnim četvrtima, poput Podsuseda – Vrapča, Donje Dubrave, Gornje Dubrave i Brezovice, gotovo isključivo je prisutan privatni smještaj. Hotelska ponuda je u tim zonama minimalna ili potpuno odsutna. Hotelski smještaj dominantna je kategorija u četvrtima poput Novog Zagreba – zapad, Novog Zagreba – istok te Stenjevec, iako je ukupni broj kreveta u tim četvrtima značajno manji od onoga u centru. Trešnjevka – jug predstavlja iznimku zato što obuhvaća primarno stambeno područje na kojem se nalazi studentski dom zbog kojeg je vidljiv značajan udio u kategoriji „ostalo”.

3.1 Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone

Pokazatelji koji se obrađuju u razdoblju „vršne turističke sezone” prema propisanom načinu izračuna pokazatelja, metodološki nisu prilagođeni destinacijama s cjelogodišnjim turizmom ili onim destinacijama koje imaju dulje razdoblje u godini u kojem postoji značajna turistička aktivnost. Pokazatelji koji se fokusiraju na „vršnu turističku sezonu” primarno su metodološki prilagođeni obalnim destinacijama koje imaju vrlo izraženu sezonalnost što otežava interpretaciju rezultata i pokazatelja u destinacijama koje ne pokazuju slične trendove sezonalnosti. Sukladno propisanoj metodologiji, izračun najvećeg prosječnog broja turista računa se kao najveći petodnevni prosjek noćenja u 2024. godini, a iznosi 10.526 noćenja. Sukladno dostupnim podacima, intenzitet stacionarnog turizma za Zagreb iznosi 0,014. S obzirom na veliki broj stalnih stanovnika u Zagrebu, na razini cijeloga grada pokazatelj poprima relativno nizak iznos. Budući da se noćenja primarno ostvaruju u četvrtima u centru grada, isti pokazatelj samo za Donji grad iznosi 0,34, za Trnje 0,26, a za Gornji grad – Medveščak 0,40. S obzirom na prostorne razlike gradskih četvrti kao i različite razine turističke aktivnosti, za detaljnije praćenje pokazatelja te bolju kontekstualizaciju, podatke je potrebno pratiti i analizirati na razini gradskih četvrti. Broj nekomercijalnih noćenja nije uključen u analizu zbog nepotpunosti podataka o nekomercijalnom smještaju.

3.2 Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)

U kojoj Vam mjeri gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji?



Rezultati ankete pokazuju da gotovo 70% ispitanih turista i jednodnevnih posjetitelja ne smatra da gužve na ulicama, trgovima ili u blizini atrakcija predstavljaju značajan problem. Samo 13,9% sudionika percipira gužve kao problem, dok tek 9% smatra da su gužve izraženi problem. Ovi rezultati ukazuju na to da turističke gužve ne narušavaju značajno ukupno iskustvo boravka u Zagrebu. Posjetitelji i dalje doživljavaju centar grada i njegove atrakcije kao dovoljno prohodne.

4.1 Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Zona	Površina zone (ha)	Broj atrakcija	Vrijednost pokazatelja
Donji grad	302	51	0,1689
Gornji grad – Medveščak	1.019	44	0,0432
Trnje	736	10	0,0136
Trešnjevka – sjever	581	7	0,0120
Novi Zagreb – istok	1.654	7	0,0042
Črnomerec	2.423	9	0,0037
Maksimir	1.497	5	0,0033
Donja Dubrava	1.081	3	0,0028
Trešnjevka – jug	984	2	0,0020
Peščenica – Žitnjak	3.529	4	0,0011
Podsused – Vrapče	3.616	4	0,0011
Novi Zagreb – zapad	6.263	5	0,0008
Gornja Dubrava	4.026	3	0,0007
Podsljeme	5.942	3	0,0005
Sesvete	16.521	2	0,0001

Prema podacima nadležnog gradskog ureda, turističke atrakcije na području Zagreba primarno su koncentrirane u užem gradskom središtu, dok je broj atrakcija izvan centralne zone relativno nizak. Takva prostorna distribucija rezultira ograničenom dostupnošću atraktivnih sadržaja u širem gradskom području i okolnim naseljima.

Iako pokazatelj prikazuje koncentraciju sadržaja prema gradskim četvrtima, za detaljnu analizu ili realniji prikaz zastupljenosti atrakcija u određenim zonama potrebna je dubinska analiza vrste i stanja materijalnih atrakcija. U slučajevima zona poput Podsljemena (s Parkom prirode Medvednica) ili Trešnjevke – jug (s Jarunom), velike prostorne atrakcije evidentirane su kao jedna točka interesa, što narušava reprezentativnost pokazatelja. Zbog toga bi metodologiju izračuna trebalo dodatno prilagoditi radi preciznijeg prikaza stvarnog stanja.

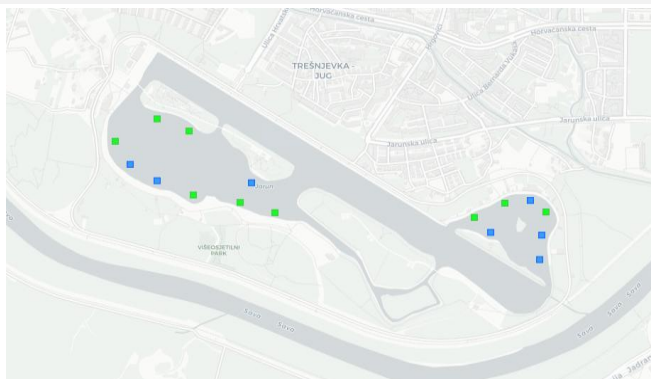
4.2 Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Podaci o broju sjedala u ugostiteljskim objektima nisu dostupni za restorane i barove na području Zagreba.

4.3 Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine

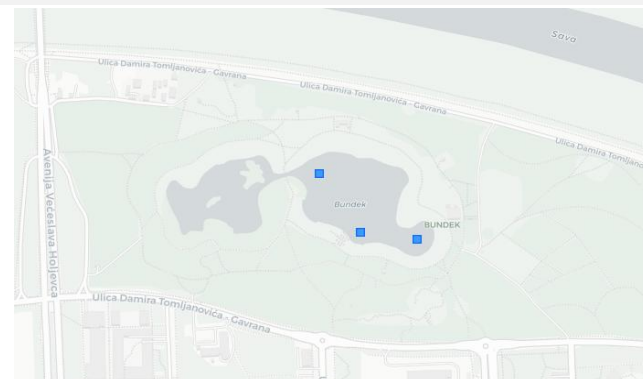
Kvaliteta vode za kupanje na jezeru Jarun u 2024. godini uglavnom je izvrsna ili dobra – od ukupno 16 mjernih lokacija, 9 ih je ocijenjeno kao „dobra”, a 7 lokacija je dobilo najvišu ocjenu „izvrsna”. Snižene ocjene zabilježene su isključivo tijekom kasnog ljeta, u kolovozu i rujnu, što može ukazivati na sezonski pad kvalitete vode zbog pojačanog korištenja kupališta, nepovoljnih vremenskih uvjeta ili pada vodostaja zbog kojeg se smanjuje kvaliteta vode.

Stanice za mjerenje kvalitete vode na jezeru Jarun



Rezultati ispitivanja vode za kupanje na jezeru Bundek u 2024. godini pokazuju stabilnu i visoku kakvoću. Sve tri mjerne lokacije tijekom cijele kupališne sezone bilježe najvišu moguću ocjenu „izvrsna”, uz jedno mjerenje mjerenje s rezultatom „dobar” u rujnu. Ovakvi rezultati ukazuju na to da je kvaliteta vode u jezeru Bundek konstantna te trenutno ne postoje očiti izazovi u održavanju daljnje kvalitete vode na području jezera.

Stanice za mjerenje kvalitete vode na jezeru Bundek



4.4 Raspoloživa površina plaže po kupaču u danima vršne turističke sezone

Raspoloživa površina plaže po kupaču u vršnoj sezoni iznosi svega 0,11 m², što upućuje na vrlo ograničen kapacitet kupališnih prostora u odnosu na broj korisnika. Međutim, kupališni turizam nije ključni proizvod Zagreba niti je dio destinacijskog pozicioniranja. Prostor za kupanje, poput jezera Jarun i Bundek, primarno je namijenjen rekreaciji, boravku na otvorenom i društvenim aktivnostima lokalnog stanovništva, a ne turističkoj ponudi.

Pokazatelj, definiran kao omjer površine plaže i broja potencijalnih kupača (stanovnika, jednodnevnih posjetitelja i turista), prvenstveno je namijenjen obalnim destinacijama ili onima s razvijenom kupališnom infrastrukturom, stoga njegova primjena u slučaju Zagreba nije relevantna. Uz ograničenu interpretaciju u okviru destinacije, nedostatak podatka o broju jednodnevnih posjetitelja na razini destinacije dodatno utječe na mogućnost točnog izračuna pokazatelja.

4.5 Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine

Na području Grada Zagreba kvaliteta zraka se prati kontinuirano od 1965. godine i trenutno se obavlja mjerenjem koncentracija 20-ak različitih onečišćujućih tvari na ukupno 16 mjernih postaja za praćenje kvalitete zraka.

Službene informacije i podaci o mjernim postajama kao i o stanju kvalitete zraka u Gradu Zagrebu dio su Informacijskog sustava zaštite zraka (ISZZ) kojeg vodi i uređuje Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije (MZOZT) na portalu „Kvaliteta zraka u Republici Hrvatskoj“, na poveznici <http://iszz.azo.hr/iskzl/index.html>. Navedeni portal omogućava pretraživanje različitih podataka i rezultata praćenja kvalitete zraka za odabranu mjernu postaju, s obzirom na onečišćujuću tvar, tip podataka (izvorni i validirani) i vremensko razdoblje praćenja.

Ocjena odnosno kategorizacija kvalitete zraka (1. ili 2. kategorija) utvrđuje se na godišnjoj razini, jednom godišnje za proteklu kalendarsku godinu, a na temelju rezultata kontinuiranih mjerenja koja provode ispitni laboratoriji ovlaštene za praćenje kvalitete zraka.

Prema godišnjem Izvješću o praćenju kvalitete zraka na teritoriju Republike Hrvatske za 2024. godinu (MZOZT, studeni 2025.), u aglomeraciji Zagreb i na području grada Zagreba koji joj pripada, na pojedinim mjernim postajama zabilježeno je prekoračenje graničnih i/ili ciljnih vrijednosti za lebdeće čestice PM10, benzo(a)piren u česticama PM10 (BaP u PM10), prizemni ozon (O3) i sumporovodik (H2S) spram kojih je kvaliteta zraka bila druge kategorije. Za sve ostale parametre praćenja, kvaliteta zraka je bila prve kategorije.

Iako ovakvi rezultati u 2024. godini ukazuju na prisutnost prekoračenja za pojedine onečišćujuće tvari, osobito za PM10 u zimskim mjesecima praćenja ili za O3 tijekom ljeta, unazad nekoliko godina zamjetan je pozitivan trend u vidu poboljšanja kvalitete zraka kroz sve veći broj zona i aglomeracija koje su sukladne s ciljevima zaštite okoliša.

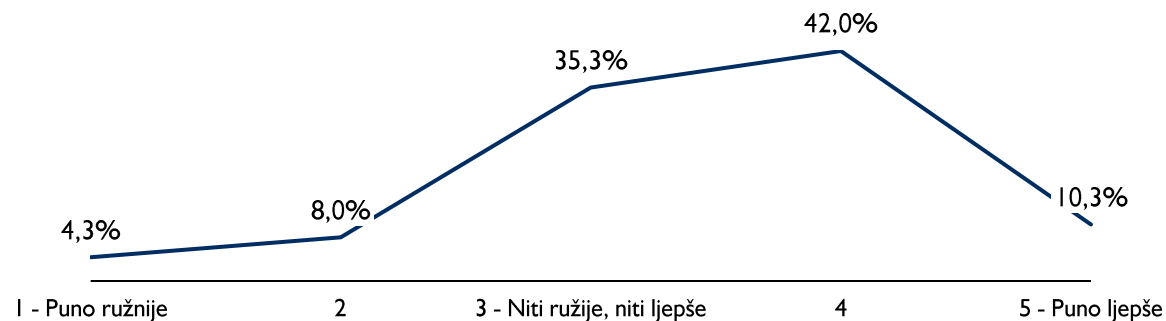
Osim kontinuiranog praćenja kvalitete zraka, za Zagreb kao turističku destinaciju i kao urbano središte s velikim brojem stanovnika, bitno je i kontinuirano poduzimanje mjera za smanjenje onečišćenja zraka koje je Grad Zagreb u skladu sa svojim zakonskim obvezama definirao važećim gradskim dokumentima - Programom zaštite zraka Grada Zagreba za razdoblje od 2022. do 2026. (SGGZ 3/22), Akcijskim planom za poboljšanje kvalitete zraka na području Grada Zagreba za razdoblje od 2023. do 2028. (SGGZ 30/23), Mjerama za smanjivanje razina prizemnog ozona na području Grada Zagreba za razdoblje od 2023. do 2028. (SGGZ 30/23).

Radi potrebe praćenja i analize učinkovitosti primjene mjera na kvalitetu zraka, u tijeku je izrada Izvješća za 2023. i 2024. o provedbi Akcijskog plana za poboljšanje kvalitete zraka na području Grada Zagreba za razdoblje od 2023. do 2028., u planu je pokretanje postupka za izradu Izvješća o provedbi Programa zaštite zraka Grada Zagreba za razdoblje od 2022. do 2026., kao i izrade novog programa zaštite zraka za naredno četverogodišnje razdoblje.

Usvajanje strožih EU zahtjeva i kriterija vezanih za dozvoljene granične i/ili ciljne vrijednosti onečišćujućih tvari u zraku, osobito one za lebdeće čestice, dodatno će oblikovati i utjecati na način i rezultate provođenja mjera zaštite zraka.

4.6 Utjecaj turizma na izgled destinacije (Anketa lokalnog stanovništva)

Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta - postaje li ono uslijed turističkog razvoja ružnije ili ljepše?

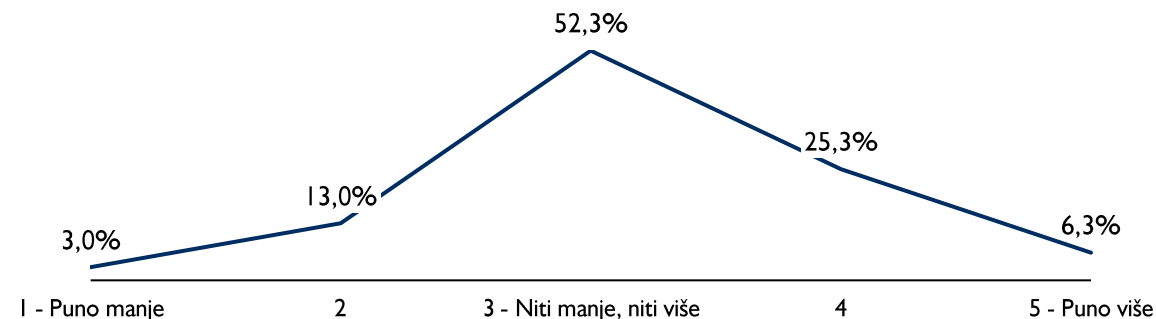


Od 300 ispitanika koji su pristupili anketi za lokalno stanovništvo, njih 157, odnosno 52,3% smatra kako turizam ima pozitivan utjecaj na izgled destinacije, a samo 12% ih smatra da da turizam negativno utječe na izgled destinacije. Rezultati ankete sugeriraju kako stanovnici prepoznaju da turistički razvoj može potaknuti uređenje javnih površina, obnovu infrastrukture i veća ulaganja u vizualni identitet prostora, no gotovo polovica ispitanih ne dijeli to mišljenje. Takvo neslaganje ukazuje na podijeljenu percepciju i moguću nedostatak ravnomjerne koristi od turističkih ulaganja.

Dodatno, važno je istaknuti da opća percepcija izgleda grada ne ovisi isključivo o turizmu, već i o posljedicama potresa, koji su u znatnoj mjeri utjecali na stanje urbane infrastrukture, osobito u povijesnoj jezgri. Neobnovljeni dijelovi grada i dugotrajni radovi mogu smanjiti pozitivan doprinos turističkih ulaganja u vizualni identitet destinacije.

4.7 Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora (Anketa lokalnog stanovništva)

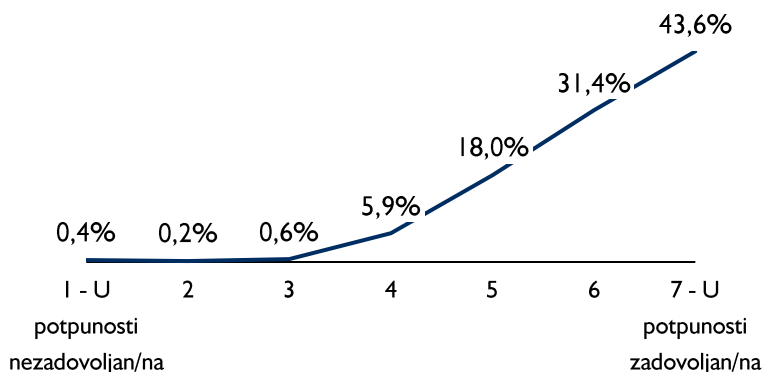
Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor (gradske ulice i trgove, zelene površine) učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?



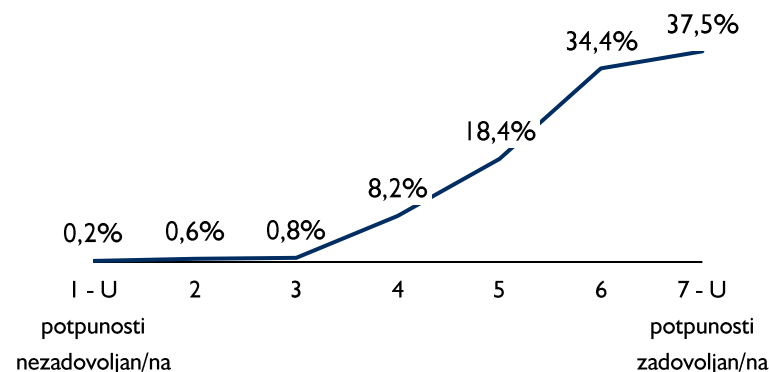
Od 300 ispitanika koji su pristupili anketi za lokalno stanovništvo, njih 95, tj. 31,6% smatra kako turizam pozitivno utječe na korištenje javnog prostora. Većina stanovnika ne vidi izravnu korist ili poboljšanja u dostupnosti i kvaliteti javnih prostora uslijed turističkog razvoja. Čak 52,3% ispitanika odabralo je neutralan odgovor.

4.8 Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)

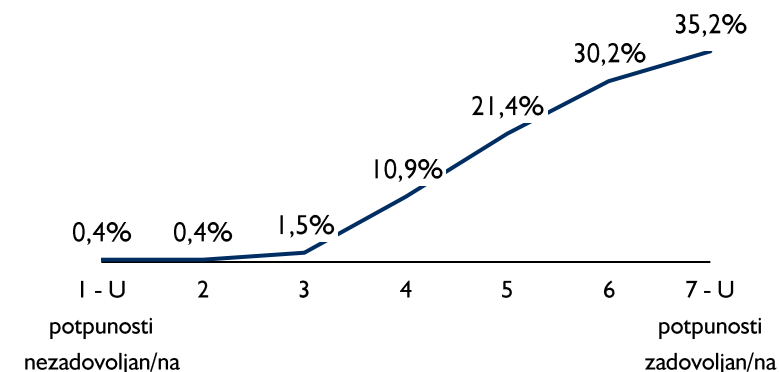
Koliko ste zadovoljni ljepotom mjesta?



Koliko ste zadovoljni uređenošću mjesta?



Koliko ste zadovoljni uređenošću glavnih atrakcija u ovoj destinaciji?



Rezultati ankete među turistima upućuju na pretežno pozitivan vizualni i prostorni doživljaj Zagreba, ali i na prostor za daljnje unapređenje u segmentu turističkih atrakcija.

Zadovoljstvo izgledom destinacije potvrđuje 75,0% ispitanika koji su iznimno zadovoljni, dok 71,9% pozitivno ocjenjuje opću uređenost grada. Ovi rezultati potvrđuju da posjetitelji grad doživljavaju kao vizualno ugodno i funkcionalno uređeno urbano okruženje, što je važno za pozitivan doživljaj turista i posjetitelja.

S druge strane, uređenost glavnih turističkih atrakcija bilježi nešto nižu razinu zadovoljstva te ju je pozitivno ocijenilo 65,4% ispitanika. Ova razlika ukazuje na to da same atrakcije, iako smještene u vizualnom okruženju koje je ocijenjeno većinski pozitivno, ne ostvaruju puni potencijal u smislu interpretacije, estetskog dojma ili ambijentalne vrijednosti.

Dodatno, važno je naglasiti da doživljaj atrakcija i ukupne slike grada u ovom razdoblju snažno oblikuju posljedice potresa, posebice u starijem dijelu centra gdje su brojni objekti i kulturno-povijesni lokaliteti još uvijek nedostupni ili vizualno narušeni zbog radova i obnove. Ovakva situacija može negativno utjecati na percepciju atraktivnosti pojedinih lokaliteta te stvarati izazove u prezentaciji kulturne baštine. Analizirani podaci upućuju na to da su turisti i posjetitelji zadovoljni s ljepotom i uređenošću destinacije.

5.1 Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći

Pokazatelji koji se obrađuju u razdoblju „vršne turističke sezone” prema propisanom načinu izračuna pokazatelja, metodološki nisu prilagođeni destinacijama s cjelogodišnjim turizmom ili onim destinacijama koje imaju dulje razdoblje u godini u kojem postoji značajna turistička aktivnost. Pokazatelji koji se fokusiraju na „vršnu turističku sezonu” primarno su metodološki prilagođeni obalnim destinacijama koje imaju vrlo izraženu sezonalnost što otežava interpretaciju rezultata i pokazatelja u destinacijama koje ne pokazuju slične trendove sezonalnosti.

Podatak o razini buke na razini destinacije nije dostupan u formatu definiranom propisanom metodologijom, budući da se kontinuirana mjerenja buke prema propisanim turističkim pokazateljima ne provode. Na razini destinacije primjenjuje se zakonski definiran sustav upravljanja bukom temeljen na izradi Strateške karte buke, kojom se identificiraju glavni izvori buke i zahvaćenost stanovništva, prvenstveno iz perspektive zaštite zdravlja i kvalitete života.

Strateška karta buke pokazuje da cestovni promet predstavlja glavni izvor buke kojem je izložena značajna populacija stanovnika Zagreba. Prema procjenama, gotovo 10% populacije izloženo je razini buke koja rezultira svakodnevnim smetnjama, uključujući i poremećaje sna. Identificirani problem koristi se kao osnova za definiranje prioritetnih područja djelovanja kroz izradu Akcijskog plana za smanjenje buke. Plan predviđa mjere poput dugoročnog prometnog planiranja, postavljanja zvučnih barijera te korištenja tehnologija tiših prometnih površina, s ciljem sustavnog smanjenja negativnog utjecaja buke. U kontekstu destinacijskog upravljanja, buka se u Zagrebu prati primarno kao javnozdravstveno i komunalno pitanje, bez specifičnih mjerenja utjecaja turističke aktivnosti na razinu buke. Time se potvrđuje da buka u Zagrebu proizlazi prvenstveno iz svakodnevnih funkcija, a ne iz turizma kao gospodarske djelatnosti.

5.2 Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone (Anketa lokalnog stanovništva)

Pokazatelji koji se obrađuju u razdoblju „turističke sezone” prema propisanom načinu izračuna pokazatelja, metodološki nisu prilagođeni destinacijama s cjelogodišnjim turizmom ili onim destinacijama koje imaju dulje razdoblje u godini u kojem postoji značajna turistička aktivnost. Pokazatelji koji se fokusiraju na „vršnu turističku sezonu” primarno su metodološki prilagođeni obalnim destinacijama koje imaju vrlo izraženu sezonalnost što otežava interpretaciju rezultata i pokazatelja u destinacijama koje ne pokazuju slične trendove sezonalnosti.

Prema rezultatima provedenog istraživanja, samo 7,0% ispitanika iz lokalnog stanovništva navodi da osjeća uznemirenost bukom. Ovaj podatak ukazuje da buka, kao potencijalno negativan efekt turističke aktivnosti, nije široko prepoznata kao problem na razini destinacije.

5.3 Utjecaj buke na kvalitetu boravka (*Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja*)

Prema rezultatima ankete, buka negativno utječe na kvalitetu boravka za 9,2% turista i jednodnevnih posjetitelja. Ovaj podatak ukazuje da buka nije široko percipirana kao negativni čimbenik turističkog doživljaja Zagreba.

6.1 Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica

Budući da se nekomercijalni smještajni kapaciteti ne mogu točno procijeniti na razini Zagreba, ovaj pokazatelj ne može biti izračunat.

6.2 Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene

Prema metodologiji propisanoj, izračun ovog pokazatelja vrši se zbrajanjem najvećeg mogućeg broja stambenih jedinica koji se može ostvariti na području izgrađenih dijelova građevinskih područja naselja te mogućnosti nove stambene izgradnje (podatak izračunat u pokazatelju 6.3.). Najveći mogući broj stambenih jedinica koji se može ostvariti na području izgrađenih dijelova građevinskog naselja dobiva se množenjem ukupnog broja prosječnih građevinskih čestica u izgrađenom dijelu građevinskog područja naselja te najvećeg dozvoljenog broja stambenih jedinica na prosječnoj građevnoj čestici. S obzirom na problematiku prilikom izračuna pokazatelja 6.3., kod izračuna i interpretacije ovog pokazatelja javljaju se ista metodološka ograničenja.

Na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene (stambene i stambeno-poslovne) sukladno odredbama važećeg prostornog plana GUP-a Grada Zagreba te s obzirom na različita urbana područja na koja se primjenjuju različita pravila, nisu propisani uvjeti gradnje vezani za maksimalni potencijal izgradnje stambenog fonda, odnosno ograničenja maksimalnog broja stambenih jedinica u odnosu na površinu prosječne građevne čestice, koji bi bili univerzalni, tj. koji bi se na isti način mogli primjenjivati na cijelu destinaciju. Generalno, na području mješovite namjene u Zagrebu ne postoji opće ograničenje broja stanova po veličini parcele, no za određene zone vrijede posebna pravila, npr. broj stanova može biti ograničen ovisno o vrsti građevine, infrastrukturnim uvjetima i veličini pristupne ceste, čime se osigurava usklađenost s prostornim mogućnostima.

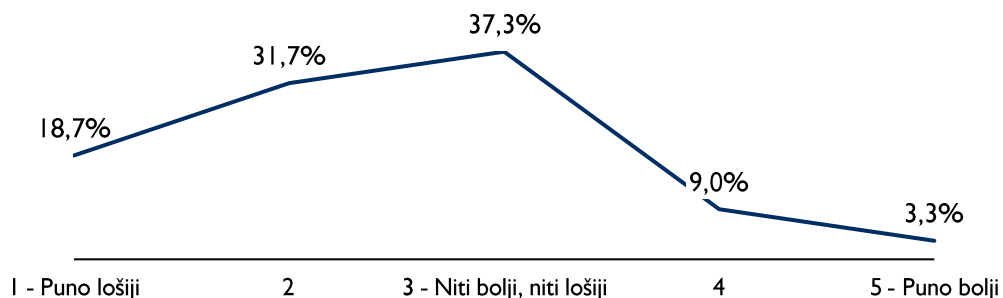
6.3 Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja

Prema metodologiji propisanoj za ovaj pokazatelj, izračun mogućnosti nove stambene gradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja računa se kao broj novih građevnih čestica koje se mogu formirati na neizgrađenom dijelu građevinskog područja naselja stambene i mješovite namjene pomnožen s najvećim dozvoljenim brojem stambenih jedinica na minimalnog građevinskoj čestici. U okviru toga, broj novih čestica koje se mogu formirati računa se kao površina neizgrađenog dijela građevinskog područja naselja stambene i mješovite namjene podijeljena s minimalnom površinom građevinske čestice.

Prema dostupnim podacima, na neizgrađenim površinama koje se nalaze u zonama mješovite namjene građevinskog područja, dozvoljena je gradnja u skladu s pravilima iz važećeg GUP-a Grada Zagreba. Ta pravila ovise o vrsti zone u kojoj se neizgrađena površina nalazi te su za različite zone definirani različiti uvjeti koji se odnose na generalnu minimalnu površinu čestice, minimalnu površinu ovisno o tome kakav se tip građevine radi, iznimke za pravila i sl. Zbog vrlo kompleksne podjele urbanih područja kao i vrlo velikog broja propisanih pravila za građevinske čestice te velikog broja iznimaka za sama pravila, pokazatelj nije moguće izračunati u metodološkom okviru koji je predviđen. Dodatno, na neizgrađenim površinama mješovite namjene nisu propisani uvjeti gradnje vezano za najveći dozvoljeni broj stambenih jedinica. Za kompleksnu obradu prema ovom pokazatelju potrebna je promjena metodologije koja omogućava korištenje velikog broja različitih podataka kako bi se interpretacija mogla prilagoditi destinacijama s vrlo kompleksnim urbanističkim planovima poput Zagreba.

6.4 Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji (Anketa lokalnog stanovništva)

Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor, postaje li život u mjestu zbog toga lošiji ili bolji?



Prema rezultatima ankete, 50,4% ispitanika smatra da povećano pretvaranje stanova u privatni smještaj i apartmane negativno utječe na kvalitetu života u destinaciji. Ovaj podatak potvrđuje prisutnost zabrinutosti među lokalnim stanovništvom vezano uz ekspanziju kratkoročnog turističkog najma, osobito u kontekstu dostupnosti prostora i cijena stanovanja.

7.1 Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma u vršnom opterećenju – voda

Prema dostupnim podacima o potrošnji vode i broju noćenja u 2024. godini, izračun pokazatelja potrošnje vode po noćenju turista i po noćenju lokalnog stanovništva za mjesec s najvećim (kolovoz) i najmanjim (veljača) brojem noćenja rezultira nelogičnim vrijednostima koje nije moguće interpretirati u kontekstu analize. U kolovozu 2024. godine potrošnja vode po noćenju turista iznosi $-17,63 \text{ m}^3$, dok je potrošnja vode po noćenju lokalnog stanovništva $0,23 \text{ m}^3$, pri čemu je omjer potrošnje -7.544% . Negativan rezultat zabilježen je i kod usporedbe prosinca i veljače pri čemu potrošnja po noćenju turista iznosi $25,15 \text{ m}^3$, dok potrošnja po noćenju lokalnog stanovništva iznosi $-0,02 \text{ m}^3$.

Izračun pokazatelja ograničen je metodološkim okvirom koji ne uzima u obzir specifične prostorne i sezonske uvjete Zagreba. Veliki odljev lokalnog stanovništva tijekom ljetnih mjeseci, osobito u kolovozu, dovodi do situacije u kojoj registrirana potrošnja vode ne korelira s brojem prisutnih korisnika (stanovnika i turista), što izravno utječe na rezultate pokazatelja. Osim toga, način prikupljanja i knjiženja podataka o potrošnji vode dodatno narušava točnost rezultata. Potrošnja vode knjiži se prema mjesecu izdavanja računa, a ne mjesecu stvarne isporuke, uz razdoblja kada se zbog nemogućnosti očitavanja vodomjera podaci temelje na procijenjenim, a ne stvarnim zabilježenim količinama potrošene vode.

Usporedba s 2020. godinom potvrđuje prisutnost istog problema. Iako su negativne vrijednosti izračunate i za tadašnje razdoblje, interpretacija tih rezultata dodatno je otežana zbog specifičnih okolnosti pandemijske godine, tijekom koje su turistički volumeni bili značajno smanjeni.

Na temelju navedenog, zaključuje se da pokazatelj potrošnje vode po noćenju turista i stanovnika, u aktualnom metodološkom okviru i s postojećim sustavom izvještavanja o potrošnji vode, nije primjenjiv za analizu utjecaja turizma na potrošnju resursa u destinaciji Zagreb. Za relevantnu analizu nužno je prilagoditi metodologiju stvarnom načinu evidentiranja potrošnje te uvažiti sezonalne migracijske obrasce lokalnog stanovništva.

7.2 Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma u vršnom opterećenju – električna energija

Prema dostupnim podacima o potrošnji električne energije i broju noćenja za 2024. godinu, izračun pokazatelja potrošnje električne energije po noćenju turista i lokalnog stanovništva rezultira vrijednostima koje nije moguće interpretirati u kontekstu analize. U kolovozu, mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja, izračunata potrošnja po noćenju turista iznosi -45,99 kWh, dok je potrošnja po noćenju lokalnog stanovništva 10,84 kWh. Omjer potrošnje između turista i stanovnika doseže -420,0%, što ukazuje na nelogičan rezultat. Usporedba veljače i prosinca daje realniji prikaz, uz potrošnju po noćenju turista od 134,17 kWh, po noćenju stanovnika 9,30 kWh, te omjer od 1.442,3%.

Metodološki problem proizlazi iz sezonalnih migracija stanovništva. U ljetnim mjesecima, značajan broj stanovnika napušta grad zbog godišnjih odmora, dok istovremeno dolazi do povećanja broja turista. U takvim uvjetima, potrošnja energije pripisana turistima umjetno je smanjena jer ukupan pad potrošnje povezan s uslijed manjeg broja lokalnog stanovništva u destinaciji ostaje „pripisan“ prisutnim turistima. Usporedba s prosincem, kada je broj lokalnih stanovnika u Zagrebu viši, a turistička aktivnost umjerena, pruža realniju sliku odnosa potrošnje.

Specifičnosti Zagreba kao kontinentalne destinacije, s izraženim sezonalnim obrascima kretanja stanovništva, dodatno potvrđuju ograničenost važeće metodologije. Trenutni izračun pokazatelja ne uzima u obzir prostorne i sezonske dinamike koje bitno utječu na interpretaciju rezultata. Izračun za 2023. godinu potvrđuje iste trendove te rezultira negativnim iznosom prilikom analize podataka za veljaču i kolovoz te za veljaču i prosinac.

Zaključno, pokazatelj potrošnje električne energije po noćenju turista i stanovnika, definiran prema važećoj metodologiji, nije primjenjiv za Zagreb. Za relevantnu procjenu potrebna je prilagodba izračuna stvarnim obrascima kretanja stanovništva i redefinicija pokazatelja koji bi uzeo u obzir specifičnosti urbanih i kontinentalnih destinacija.

7.3 Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m² javnih površina koje se održavaju

Održavanje javnih površina na razini Zagreba temelji se na radu više komunalnih poduzeća i gradskih tijela s različitim operativnim modelima i kapacitetima.

U 2024. godini, društvo Zagrebački holding d.o.o., Podružnica Čistoća, održavalo je ukupno 12,35 milijuna m² javnih površina, uz angažman 223 radnika, što odgovara omjeru od 55.381 m²/zaposleniku. Usporedno, 2023. godine održavano je 12,32 milijuna m² uz 213 zaposlenih (57.840 m²/zaposleniku). Stabilnost u odnosu zaposlenika prema površini ukazuje na održavanje konstantnog operativnog kapaciteta, unatoč širenju obuhvata javnih površina.

Podružnica Zrinjevac odgovorna je za održavanje 14,52 milijuna m² zelenih površina, s raspoloživih 502 radnika, što čini omjer od 28.924 m²/zaposleniku.

ZG Ceste, kao zaseban operativni sustav, održavaju 13,71 milijuna m², s ukupno 665 zaposlenih (od kojih 493 u operativi), što odgovara ukupnom omjeru od 20.617 m²/zaposleniku, odnosno 27.809 m²/zaposleniku.

Razlike među operativnim modelima odražavaju specifične funkcije svakog poduzeća – dok Čistoća pokriva čišćenje prometnih i pješačkih površina, Zrinjevac je specijaliziran za zelene površine, a ZG Ceste primarno održavaju prometnu infrastrukturu. Ove razlike uvjetuju različite zahtjeve za ljudskim resursima te je ih važno promatrati u kontekstu organizacijskog obuhvata i složenosti pojedinih aktivnosti.

7.4 Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada

Ukupni kapacitet odvoza otpada društva Zagrebački holding d.o.o., Podružnica Čistoća, iznosi 820 tona dnevno, od čega se 800 tona odnosi na redovito prikupljanje otpada iz kućanstava i poslovnih subjekata, dok se preostalih 20 tona odnosi na otpad generiran čišćenjem javnih površina.

U sustavu prikupljanja otpada sudjeluje i podružnica Zrinjevac, fokusirana na svakodnevno održavanje javnih zelenih površina, trgova i parkova. S raspoloživih 30 vozila i 30 radnika, Zrinjevac osigurava uklanjanje otpada iz ovih prostora u okviru dnevnih operacija. Njihova funkcija ključna je za održavanje čistoće i vizualne uređenosti prostora s visokom frekvencijom korištenja od strane lokalnog stanovništva i posjetitelja.

7.5 Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone (Anketa lokalnog stanovništva)

Pokazatelji koji se obrađuju u razdoblju „turističke sezone” prema propisanom načinu izračuna pokazatelja, metodološki nisu prilagođeni destinacijama s cjelogodišnjim turizmom ili onim destinacijama koje imaju dulje razdoblje u godini u kojem postoji značajna turistička aktivnost. Pokazatelji koji se fokusiraju na „vršnu turističku sezonu” primarno su metodološki prilagođeni obalnim destinacijama koje imaju vrlo izraženu sezonalnost što otežava interpretaciju rezultata i pokazatelja u destinacijama koje ne pokazuju slične trendove sezonalnosti.

Rezultati ankete provedene među lokalnim stanovništvom ukazuju na to da 2/3 ispitanika ne percipira otpad kao faktor koji im utječe na kvalitetu života u destinaciji.

Dodatno, budući da Zagreb kao urbana destinacija nema jasno definiran sezonski vrhunac turističkih dolazaka kakav je karakterističan za obalne destinacije, metodološki je izazovno precizno identificirati udio otpada koji se može pripisati turistima. Turistička potrošnja i generirani otpad disperzirani su tijekom cijele godine, a dnevne migracije posjetitelja dodatno otežavaju pouzdanost mjerenje ovog segmenta otpada.

S obzirom na ove okolnosti, nepravilno odlaganje otpada potrebno je promatrati kao sustavni izazov gospodarenja otpadom u urbanom okruženju, a ne kao izravnu posljedicu turističkog opterećenja.

8.1 Procjena kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone

Pokazatelji koji se obrađuju u razdoblju „vršne turističke sezone” prema propisanom načinu izračuna pokazatelja, metodološki nisu prilagođeni destinacijama s cjelogodišnjim turizmom ili onim destinacijama koje imaju dulje razdoblje u godini u kojem postoji značajna turistička aktivnost. Pokazatelji koji se fokusiraju na „vršnu turističku sezonu” primarno su metodološki prilagođeni obalnim destinacijama koje imaju vrlo izraženu sezonalnost što otežava interpretaciju rezultata i pokazatelja u destinacijama koje ne pokazuju slične trendove sezonalnosti.

Prema projekcijama prometnog opterećenja grada Zagreba do 2030. godine, očekuje se da će prometni volumeni na određenim točkama glavnih gradskih avenija i ključnim prometnicama dosegnuti razinu od 56.000 vozila dnevno, dok će opterećenje na pojedinim križanjima Slavonske i Zagrebačke avenije dosegnuti razinu od preko 100.000 vozila dnevno. Na pojedinim dionicama uže gradske jezgre predviđa se prometno opterećenje koje će premašivati intenzitet prometa na Zagrebačkoj obilaznici, čime će ključne prometnice u gradu postati glavni nositelji gradskog prometa, stvarajući uska grla u jutarnjim i popodnevnim vršnim satima.

Već prema dostupnim podacima o trenutačnom stanju, brojni spojevi prometnica i glavni prometni koridori kontinuirano funkcioniraju iznad projektiranog kapaciteta (iznad 100%). Ovakvo stanje stvara zagušenja u svakodnevnom prometu, ali predstavlja i rizik za dugoročnu održivost prometne infrastrukture, s potencijalnim negativnim učinkom na funkcioniranje gospodarstva, kvalitetu života stanovništva i iskustvo posjetitelja.

Premda ljetno razdoblje u Zagrebu ne generira značajne prometne izazove zbog manjeg broja lokalnog stanovništva, koji rezultira smanjenjem opterećenja, pojedina druga razdoblja, poput doba Adventa Zagreb u studenom/prosinu, dovode do izraženog porasta broja posjetitelja i vozila u centru grada.

8.2 Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone

Pokazatelji koji se obrađuju u razdoblju „vršne turističke sezone” prema propisanom načinu izračuna pokazatelja metodološki nisu prilagođeni destinacijama s cjelogodišnjim turizmom ili onim destinacijama koje imaju dulje razdoblje u godini u kojem postoji značajna turistička aktivnost. Pokazatelji koji se fokusiraju na „vršnu turističku sezonu” primarno su metodološki prilagođeni obalnim destinacijama koje imaju vrlo izraženu sezonalnost što otežava interpretaciju rezultata i pokazatelja u destinacijama koje ne pokazuju slične trendove sezonalnosti.

Dostupni podaci o parkirnim kapacitetima Zagreba temelje se prvenstveno na informacijama podružnice Zagrebparking, koja upravlja formalnim segmentom javne parkirne infrastrukture. Prema službenim evidencijama, Zagrebparking trenutno upravlja s 10 javnih garaža i dodatnim zatvorenim parkiralištem na Autobusnom kolodvoru, ukupnog kapaciteta 3.401 parkirnog mjesta. Uz to, pod upravljanjem Zagrebparkinga nalazi se i mreža površinskih parkirališnih mjesta unutar pet različitih parkirnih zona, s ukupno 40.720 mjesta različitih funkcionalnih kategorija. Važno je istaknuti da službeno raspoloživi podaci obuhvaćaju isključivo parkirna mjesta pod naplatom, dok brojna druga parkirališta – uključujući privatne objekte, nenaplatne površine te prenamijenjene prostore – ostaju izvan institucionalne evidencije.

Prema internom istraživanju koje je provelo društvo Zagrebparking, analiza zauzetosti dviju javnih garaža u Zagrebu pokazala je da su srpanj i kolovoz mjeseci s najnižom razinom iskorištenosti kapaciteta, dok je prosinac zabilježio najveću razinu zauzetosti. Ovi rezultati dodatno potvrđuju potrebu za redefiniranjem pojma „vršne sezone” u urbanim destinacijama, u kojima turistička i lokalna mobilnost bilježe vrhunce izvan ljetnih mjeseci.

8.3 Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone (Anketa lokalnog stanovništva)

Pokazatelji koji se obrađuju u razdoblju „turističke sezone” prema propisanom načinu izračuna pokazatelja metodološki nisu prilagođeni destinacijama s cjelogodišnjim turizmom ili onim destinacijama koje imaju dulje razdoblje u godini u kojem postoji značajna turistička aktivnost. Pokazatelji koji se fokusiraju na „vršnu turističku sezonu” primarno su metodološki prilagođeni obalnim destinacijama koje imaju vrlo izraženu sezonalnost što otežava interpretaciju rezultata i pokazatelja u destinacijama koje ne pokazuju slične trendove sezonalnosti.

Rezultati ankete pokazuju da 37,0% ispitanog lokalnog stanovništva smatra kako promet uzrokovan turističkim aktivnostima stvara veliki problem tijekom turističke sezone. Međutim, s obzirom na status Zagreba kao glavnog grada i primarno avio destinacije s cjelogodišnjim turističkim prometom, utjecaj turizma na ukupno prometno opterećenje grada nije moguće precizno kvantificirati. Na razini destinacije ne postoji sustav prometnog nadzora koji bi omogućio odvajanje i analizu prometa generiranog turistima od onog koji proizlazi iz svakodnevnih kretanja stanovništva. Važno je istaknuti da osnovno prometno opterećenje Zagreba ponajprije generira lokalno stanovništvo, poslovni sektor i tranzitni promet, dok turisti u najvećem broju u grad dolaze zračnim putem i u manjoj mjeri doprinose svakodnevnim prometnim gužvama.

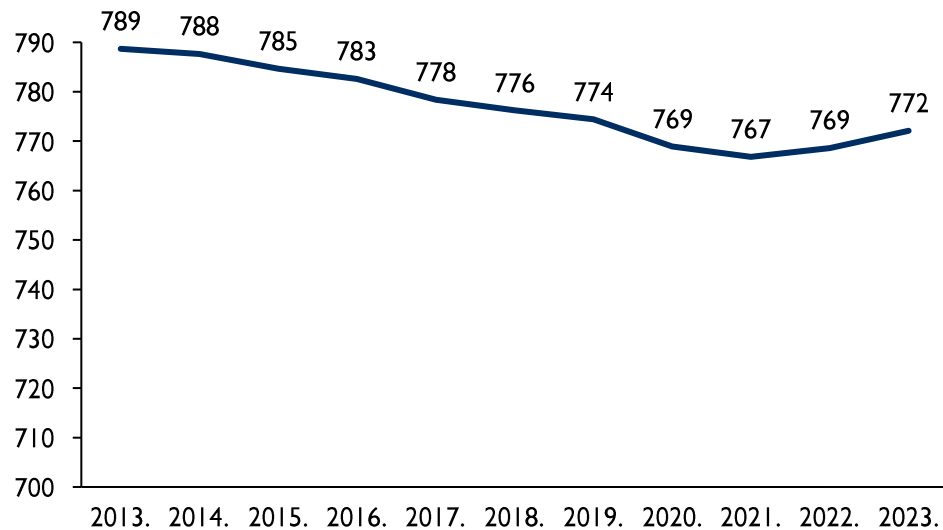
Sezonski odljevi stanovništva tijekom ljetnih mjeseci, osobito u kolovozu, privremeno smanjuju interno prometno opterećenje, dok je na Zagrebačkoj obilaznici uočljivo povećanje tranzitnog prometa turista na relaciji prema obalnim destinacijama.

8.4 Zadovoljstvo prometom u mjestu (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)

Rezultati ankete pokazuju da 52,6% turista izražava zadovoljstvo prometnim sustavom Zagreba, što upućuje na relativno funkcionalno prometno okruženje iz perspektive posjetitelja. Ipak, podatak da gotovo polovica ispitanika nije iskazala zadovoljstvo ukazuje na prisutne infrastrukturne i organizacijske izazove koji potencijalno otežavaju mobilnost unutar destinacije.

Kao ključna problematična područja mogu se identificirati visoka prometna opterećenja u užem gradskom središtu, posebice tijekom velikih događanja, zatim nedovoljna pristupačnost i razumljivost sustava javnog prijevoza, ograničene mogućnosti intermodalne povezanosti te neprilagođenost alternativnim oblicima kretanja poput vožnje biciklom.

9.1 Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju (u tis. stanovnika)



U posljednjih deset godina Zagreb bilježi smanjenje broja stanovnika od približno 2%, s najnižom zabilježenom razinom u 2021. godini. U razdoblju 2021. – 2023. godine trend se mijenja te dolazi do ponovnog rasta broja stanovnika. Unatoč tom rastu, ukupan broj stanovnika i dalje ostaje ispod razine iz 2013. godine. U usporedbi s drugim većim gradovima u Hrvatskoj, Zagreb je zabilježio manji pad broja stanovnika od Splita (-7,8%), Osijeka (-9,5%) i Rijeke (-13,2%). Ovakav trend promjene broja stanovnika ukazuje na to da iako je Zagreb zabilježio negativan trend, stanje s brojem stanovnika je bolje nego što je u drugim većim urbanim središtima u državi te Zagreb, dodatno, bilježi oporavak broja stanovnika u razdoblju od 2021. do 2023. godine dok ostali gradovi bilježe kontinuirani pad u promatranom razdoblju.

S obzirom na poziciju Zagreba kao nacionalnog i regionalnog urbanog središta, ovaj trend ukazuje na strukturne promjene u demografiji grada. Uz prirodni pad stanovništva koji karakterizira i nacionalne demografske trendove, prisutno je i iseljavanje stanovnika prema naseljima u okolini Zagreba. Istodobno, povećani priljev stranih radnika predstavlja novu demografsku komponentu koja bi u srednjem roku mogla generirati dodatni rast stanovništva.

9.2 Iritacija ljetnom gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama (Anketa lokalnog stanovništva)

Pokazatelji koji se obrađuju u „ljetnom razdoblju” prema propisanom načinu izračuna pokazatelja metodološki nisu prilagođeni destinacijama s cjelogodišnjim turizmom ili onim destinacijama koje imaju dulje razdoblje u godini u kojem postoji značajna turistička aktivnost. Pokazatelji s naglašenom obradom u „ljetnom razdoblju” primarno su metodološki prilagođeni obalnim destinacijama koje imaju vrlo izraženu sezonalnost, što otežava interpretaciju rezultata i pokazatelja u urbanim destinacijama poput Zagreba koje ne pokazuju iste sezonske fluktuacije.

Prema rezultatima ankete, 24,7% stanovnika Zagreba percipira gužve na ulicama i javnim površinama kao negativan čimbenik u svakodnevnom životu. Iako rezultat ne obuhvaća većinu ispitanika, udio od gotovo četvrtine ukazuje na prisutnost prostorne preopterećenosti u pojedinim dijelovima grada. Centralne gradske četvrti, poput Gornjeg i Donjeg grada, primarno su središte gužvi koje nastaju zbog prisutnosti većeg broja turista. K tome, područja poput Gornjeg grada, s obzirom na osjetljivu infrastrukturu, uske ulice i povijesni značaj, predstavljaju izazov za daljnje upravljanje turističkim tokovima.

9.3 Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)

Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine kontinuirano objavljuje publikaciju Pregled tržišta nekretnina u kojemu se računa i indeks priuštivosti stanova. Zadnja publikacija je iz 2023. godine, koja pokazuje priuštivost stanovanja u 2022. godini. Indeks se računa dijeljenjem medijalne cijene nekretnine i prosječne neto plaće.

Prema podacima o priuštivosti stanovanja za grad Zagreb, pokazatelj se tijekom promatranog razdoblja kretao od 14,6 u 2019. godini do najviše vrijednosti od 17,1 zabilježenoj u 2022. godini. Rast indeksa sugerira da je kupnja stambene nekretnine u Zagrebu značajan financijski izazov za prosječno kućanstvo. Iako Zagreb bilježi više prosječne neto plaće u odnosu na ostatak Hrvatske, što pozitivno utječe na ovaj omjer, medijalne cijene nekretnina i dalje rezultiraju indeksnom vrijednošću koja svrstava glavni grad otprilike u sredinu nacionalne ljestvice po pitanju dostupnosti stanovanja.

Godina	Indeks priuštivosti
2019.	14,6
2020.	15,6
2021.	14,8
2022.	17,1
2023.	n/a
2024.	n/a

10.1 Raspoloživost dodatne radne snage

Budući da Grad Zagreb mjeri nezaposlenost na mjesečnoj razini, podaci o prosincu 2024. pokazuju da je nezaposlenost bila 2,2%, dok zadnji dostupni podaci, iz srpnja 2025. pokazuju da je stopa 2,1%. Stopa nezaposlenosti u Zagrebu i dalje je niska, što potvrđuje stabilno gospodarsko okruženje i visoku potražnju za radnom snagom. Ipak, valja uzeti u obzir da Zagreb ima ulogu snažnog regionalnog središta kojem gravitira šire gradsko i prigradsko područje te regije iz ostatka Hrvatske, što dodatno utječe na tržište rada.

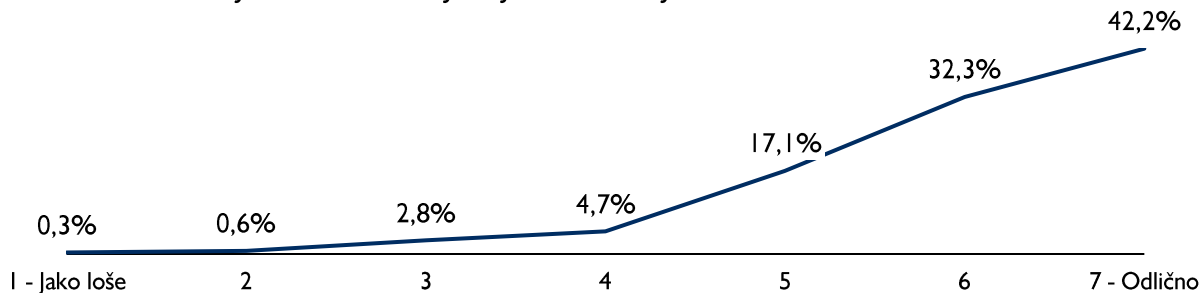
Značajan dio radne snage već je nadoknađen putem stranih radnika, osobito u sektorima gdje postoji izražen manjak domaće radne snage poput građevine, turizma, ugostiteljstva i pojedinih uslužnih djelatnosti.

Usporedba sa stopama nezaposlenosti u ostatku Hrvatske dodatno potvrđuje povoljan položaj Zagreba. Dok nacionalna stopa iznosi 5,1%, županije koje neposredno okružuju Zagreb bilježe još niže stope: Zagrebačka i Krapinsko-zagorska po 2,8%, Varaždinska 2,9% te Karlovačka 3,6%. Jedino Sisačko-moslavačka županija izdvaja se s višom stopom od 8,2%. Ovakav regionalni kontekst dodatno potvrđuje da grad Zagreb i njegova okolica funkcioniraju kao koherentno gospodarsko područje s izrazito niskom strukturnom nezaposlenošću. To stvara pozitivne pretpostavke za privlačenje radne snage, ali i izazove u osiguravanju dugoročne radne stabilnosti u sektorima koji ovise o vanjskoj radnoj snazi.

Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

12.2. Zadovoljstvo kvalitetom smještaja (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)

Koliko ste zadovoljni kvalitetom smještaja u destinaciji?



Rezultati ankete provedene među turistima smještenima u komercijalnom smještaju u Zagrebu ukazuju na visoku razinu zadovoljstva budući da je 74,5% ispitanika izjavilo da su vrlo zadovoljni kvalitetom smještaja, dok ukupno 91,6% gostiju daje pozitivnu ocjenu. Ovi pokazatelji potvrđuju konkurentnost zagrebačke ponude komercijalnog smještaja u kontekstu kvalitete usluge, opremljenosti i udobnosti.

12.3. Nedostajući i neprimjereni sadržaji (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)

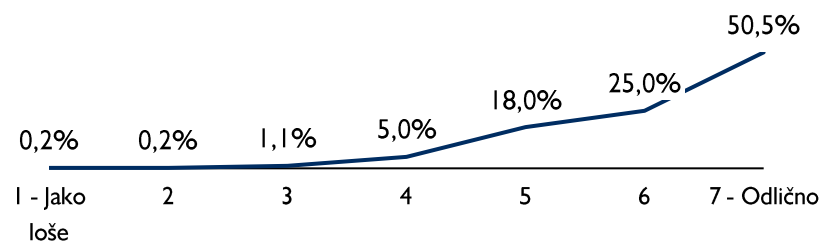
Rezultati ankete pokazuju da 85,5% posjetitelja smatra kako Zagreb u dovoljnoj mjeri nudi potrebne sadržaje, dok 9,7% ispitanika navodi da određeni sadržaji nedostaju, a 4,8% smatra da postojeći sadržaji nisu primjereni destinaciji. Većinski pozitivan odgovor upućuje na zadovoljenje osnovnih očekivanja posjetitelja, no identificirani nedostaci ukazuju na postojanje konkretnih izazova u pojedinim segmentima turističke ponude.

Kao najčešće istaknuti nedostatak prepoznati su promet i mobilnost, pri čemu se ističe da je promet nedovoljno prilagođen turistima – nedostatak jasnoće korištenja prometa i jezična barijera, nemogućnost plaćanja prijevoza karticom te neadekvatna povezanost grada sa zračnom lukom.

Izražen je i negativan dojam posjetitelja zbog brojnih radova u centru grada. Atrakcije poput crkava, trgova i kulturnih objekata nerijetko su nedostupne ili djelomično zatvorene zbog obnove, a pritom posjetiteljima često nije jasno zašto se radovi provode ni kada će završiti, što dodatno pojačava nezadovoljstvo. Komentari ispitanika upućuju i na potrebu za raznovrsnijom gastronomskom i *shopping* ponudom te boljom informacijskom podrškom, uključujući dostupnost turističkih informacija i vidljivost informativnih točaka.

Dodatno, više sudionika istraživanja naglašava da Zagrebu nedostaje ponude orijentirane na mlađe turiste, posebno kada je riječ o noćnom životu i suvremenim oblicima zabave, što predstavlja priliku za ciljano unapređenje ponude u ovom segmentu.

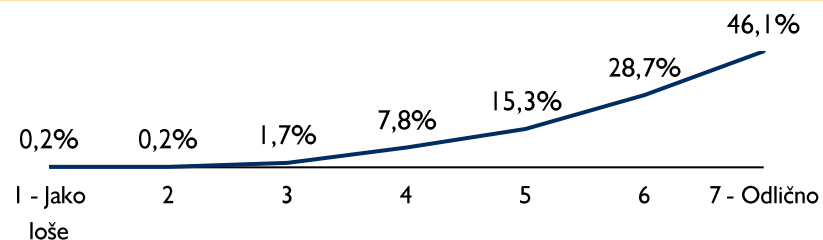
13.4. Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)



Prema rezultatima ankete, 75,5% posjetitelja pokazalo je visoku razinu zadovoljstva atmosferom i ugođajem u Zagrebu, dok ukupno 93,6% ispitanika daje pozitivnu ocjenu doživljaja destinacije. Negativan odgovor zabilježeno je kod 1,5% ispitanika, dok je 5,0% ostalo neutralno. Ovi podaci potvrđuju da Zagreb ostvaruje pozitivan dojam kod većine posjetitelja.

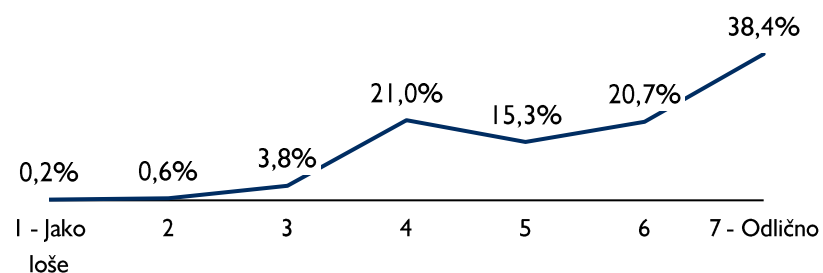
S obzirom na to da doživljaj atmosfere predstavlja ključni element ukupnog korisničkog iskustva, visoka razina zadovoljstva u ovom segmentu pozitivno utječe na cjelovitu percepciju destinacije.

13.5. Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)



Prema rezultatima ankete, 74,9% ispitanika izrazilo je visoko zadovoljstvo gastronomskom ponudom Zagreba, dok ukupno 90,1% posjetitelja daje pozitivnu ocjenu. Neutralan stav zauzelo je 7,8% ispitanika, dok je negativan odgovor dalo 2,1%. Ovi rezultati potvrđuju da gastronomija čini važan dio turističke ponude Zagreba i pozitivno doprinosi ukupnom doživljaju destinacije.

13.6. Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)

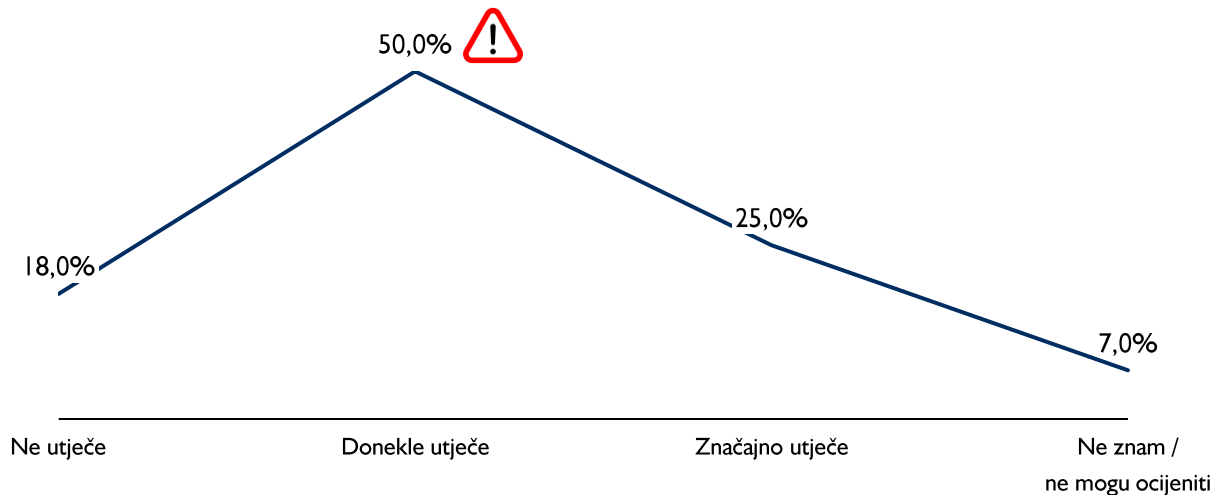


Rezultati ankete pokazuju da 59,1% turista izražava visoko zadovoljstvo manifestacijama i događanjima u Zagrebu, dok ukupno 74,4% ispitanika daje pozitivnu ocjenu. Istovremeno, 21,0% posjetitelja ostaje neutralno, a 4,6% izražava nezadovoljstvo.

Ovi podaci upućuju na to da većina posjetitelja percipira događanja kao kvalitetan segment ponude, no udio neutralnih odgovora ukazuje na prostor za unapređenje.

18.3. Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed prodaje/najma nekretnine generirane turizmom (Anketa lokalnog stanovništva)

Prema Vašem mišljenju, koliko turizam utječe na stanovnike mjesta glede preseljenje uslijed prodaje ili najma nekretnine (kuće, stana)

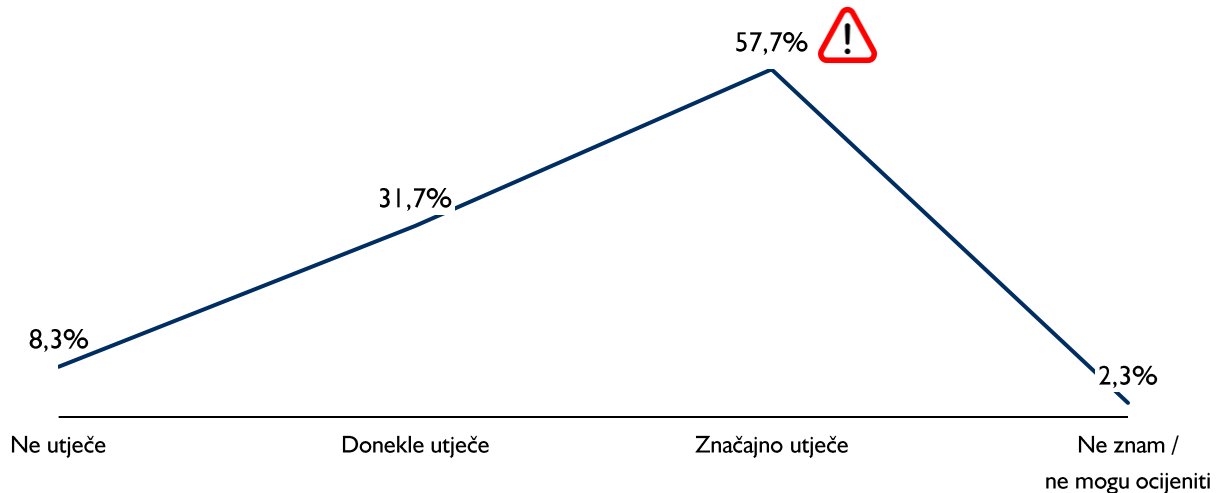


Rezultati ankete pokazuju da 50,0% ispitanika smatra kako turizam donekle utječe na preseljenje stanovnika unutar destinacije, dok dodatnih 25,0% vidi izraženiji utjecaj. Suprotno tome, 18,0% ispitanika ne povezuje turizam s preseljenjem lokalnog stanovništva.

Ovakvi rezultati ukazuju na rastuću percepciju da turizam može imati negativan učinak na stambenu dostupnost i demografsku strukturu grada. Prostorna neravnoteža u raspodjeli turističke infrastrukture, osobito smještajnih kapaciteta, dodatno pojačava taj trend. U Donjem gradu, gdje je zabilježena najveća gustoća kreveta (24,52 kreveta na 100 stanovnika), višestruko iznad gradskog prosjeka od 3,51, jasno se vidi pritisak turističke ponude na tržište nekretnina. To potiče prenamjenu stanova u turističke apartmane, povećava troškove stanovanja i smanjuje dostupnost stambenog prostora za lokalno stanovništvo, što dugoročno može rezultirati njihovim iseljavanjem iz centra grada. Dodatno, preseljenje iz centralnih dijelova stvara dodatni pritisak i na periferne dijelove grada te na okolicu Zagreba (Samobor, Velika Gorica, Zaprešić i dr.), gdje su dostupne priuštivije alternative za stanovanje. Međutim, rast potražnje i u tim područjima čini stanovanje sve manje dostupnim, osobito za mlade obitelji s djecom kojima je potreban veći stambeni prostor.

18.4. Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovanog turizmom (Anketa lokalnog stanovništva)

Prema Vašem mišljenju, koliko turizam utječe na stanovnike mjesta glede nezadovoljstva raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni



Prema rezultatima ankete, 57,7% ispitanika među lokalnim stanovništvom smatra da turizam znatno utječe na priuštivost stambenog prostora, dok dodatnih 31,7% procjenjuje da postoji barem djelomičan utjecaj. Samo 8,3% ispitanika ne vidi vezu između turizma i priuštivosti stanovanja.

Ovi nalazi upućuju na izraženu svijest građana o posrednom učinku turističke aktivnosti na tržište stanovanja, ponajprije kroz porast kratkoročnog najma i rastuću komercijalizaciju stambenog fonda. Proces prenamjene stanova u apartmane za turiste osobito je prisutan u Donjem gradu i ostalim središnjim četvrtima, gdje je koncentracija smještajnih kapaciteta višestruko viša od prosjeka na razini cijelog grada. Ovakva dinamika smanjuje dostupnu ponudu za dugoročno stanovanje, povećava troškove najma i nekretnina, i time stvara prepreke za ostanak i život lokalnog stanovništva u atraktivnijim gradskim zonama.

Ako se postojeći trend ne adresira odgovarajućim mjerama, postoji opasnost da će središnji dijelovi grada postupno izgubiti stambenu funkciju.

19.1. Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije

Udio turizma u gospodarstvu grada Zagreba, mjereno prema novoostvarenoj vrijednosti u djelatnosti I – Pružanje smještaja te priprema i usluživanje hrane, iznosi 3,3%. Ukupna novoostvarena vrijednost svih djelatnosti u zagrebačkom gospodarstvu iznosi 23,3 milijarde eura, dok je vrijednost u promatranoj turističkoj djelatnosti 755,02 milijuna eura.

Podaci pokazuju da turizam ima umjeren izravan udio u gospodarstvu Zagreba. Grad ima razvijenu i raznoliku gospodarsku strukturu, zbog čega nije ovisan o turizmu i otporniji je na sezonske i tržišne promjene. Ipak, turizam ostaje važan gospodarski sektor jer neizravno potiče razvoj uslužnih djelatnosti, trgovine i kulturnih aktivnosti.

I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

I.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

I.3. Analiza razine nosivosti destinacije

I.4. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta



Procjena prihvatnog kapaciteta Zagreba trenutačno je moguća samo kroz prostorni pregled smještajnih kapaciteta zbog ograničene dostupnosti ostalih relevantnih podataka



Metodološki okvir

Prihvatni kapacitet definira se kao odnos između razine turističke aktivnosti i one razine koja se, u skladu s prostornim, infrastrukturnim i društvenim obilježjima, smatra standardno prihvatljivom.

U okviru analize turističkog tržišta grada Zagreba, procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta destinacije predstavlja ključnu komponentu za planiranje održivog razvoja.

S obzirom na dostupnost i ograničenja podataka, metodološki okvir temelji se prvenstveno na analizi raspoloživih smještajnih kapaciteta prema gradskim četvrtima.

Ovaj pristup omogućuje procjenu prostorne raspodjele turističkog opterećenja, s ciljem identifikacije područja višeg intenziteta turističke aktivnosti i zona potencijalnog preopterećenja.



Ograničenja i referentne vrijednosti

Osim smještajnih kapaciteta, dostupnost podataka potrebnih za detaljniju analizu prihvatnog kapaciteta trenutačno je ograničena. Ključni pokazatelji poput potrošnje vode, otpada i električne energije prate se samo na razini cijelog grada, bez mogućnosti lociranja opterećenja po zonama. Pouzdanost pojedinih podataka, primjerice fakturirane potrošnje vode, dodatno ograničava preciznu procjenu.

Većina izračunatih vrijednosti predstavlja početne, referentne pokazatelje, budući da je ova godina definirana kao nulta godina izrade prvog Plana upravljanja destinacijom.

Prikupljeni podaci služe kao temelj za određivanje pragova prihvatnog kapaciteta i uspostavu sustava praćenja opterećenja za buduće upravljanje razvojem turizma.



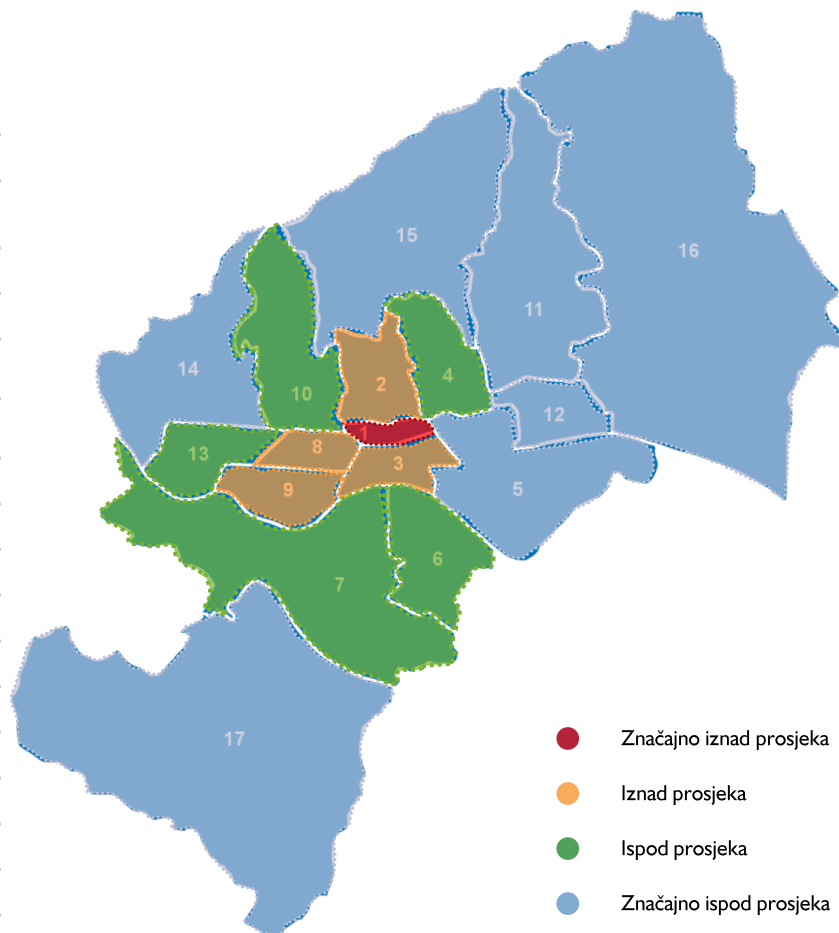
Buduće praćenje pokazatelja

U ovom pristupu izračuna prihvatnog kapaciteta destinacije, prostorna raspodjela smještajnih kapaciteta po zonama glavni je indikator za procjenu trenutne nosivosti destinacije.

Za daljnje unaprjeđenje procjene prihvatnog kapaciteta destinacije preporučuje se detaljnije praćenje infrastrukturnih pokazatelja po gradskim četvrtima, poboljšanje metodologije prikupljanja podataka, definiranje konkretnih pragova prihvatnog kapaciteta po zonama te razvoj standardiziranog sustava za godišnje praćenje i evaluaciju ukupnog turističkog opterećenja.

Prikaz koncentracije broja ponuđenih kreveta na 100 stanovnika – pregled po zonama

Br.	Zona	Broj kreveta na 100 stanovnika
1.	Donji grad	24,52
3.	Trnje	8,43
2.	Gornji grad – Medveščak	8,03
9.	Trešnjevka – jug	5,78
8.	Trešnjevka – sjever	4,44
	Prosjek – Zagreb	3,51
7.	Novi Zagreb – zapad	2,67
13.	Stenjevec	1,95
4.	Maksimir	1,84
6.	Novi Zagreb – istok	1,81
10.	Črnomerec	1,74
15.	Podsljeme	1,2
16.	Sesvete	1,12
5.	Peščenica – Žitnjak	0,96
11.	Gornja Dubrava	0,88
12.	Donja Dubrava	0,64
14.	Podsused – Vrapče	0,38
17.	Brezovica	0,36



Koncentracija broja ponuđenih kreveta na 100 stanovnika prikazuje neravnomjernu prostornu raspodjelu smještajnih kapaciteta na razini Zagreba. Većina smještajnih kapaciteta koncentrirana je u središnjim gradskim četvrtima, dok su rubne zone gotovo bez smještajne ponude.

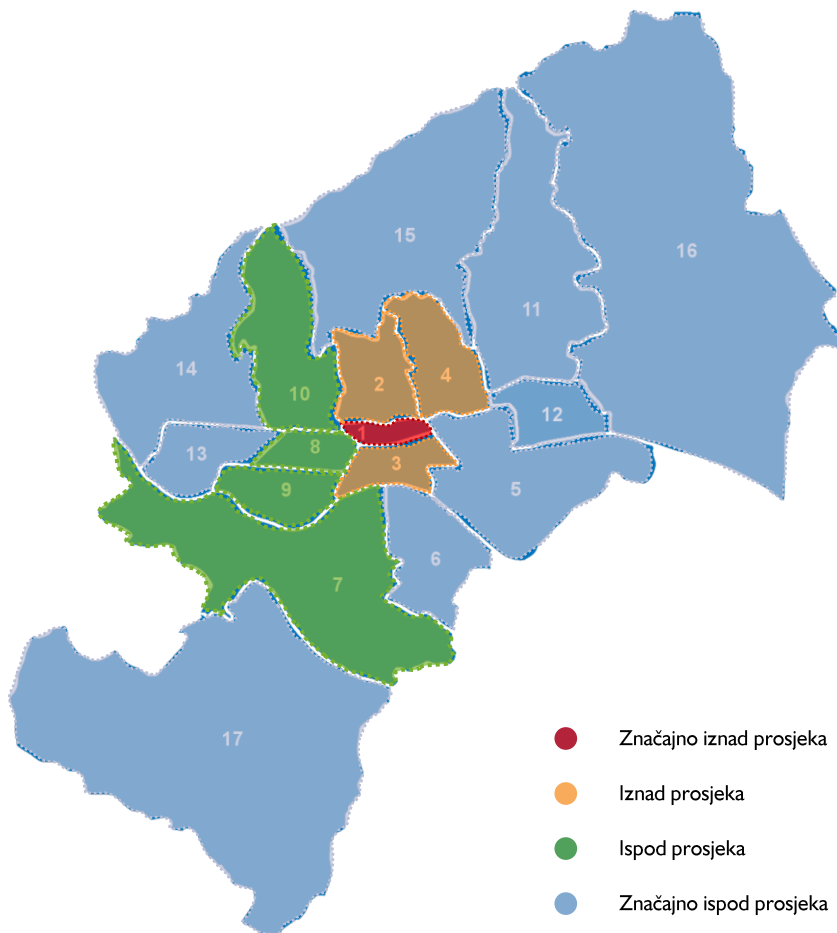
Prosjek za Zagreb iznosi 3,51 kreveta na 100 stanovnika, a najveće opterećenje smještajnim kapacitetima vidljivo je u Donjem gradu, s 24,52 kreveta na 100 stanovnika, što je gotovo sedam puta više od gradskog prosjeka. Slijede Trnje s 8,43 te Gornji grad – Medveščak s 8,03 kreveta, obje četvrti više nego dvostruko iznad gradskog prosjeka, što potvrđuje da su turističke aktivnosti koncentrirane u užem gradskom centru, gdje su smještene ključne znamenitosti i ostala turistička infrastruktura.

S druge strane, većina rubnih gradskih četvrti pokazuje izrazito nizak intenzitet turističkog opterećenja. Podsused – Vrapče, Brezovica, Donja i Gornja Dubrava te Peščenica – Žitnjak imaju manje od jednog kreveta na 100 stanovnika, što ukazuje na gotovo potpunu odsutnost smještajnih kapaciteta.

Smještajna ponuda Zagreba koncentrirana je u pet centralnih četvrti, a najveća gustoća na 100 stanovnika zabilježena je u Donjem gradu, gdje se nalaze ključne turističke atrakcije.

Prikaz koncentracije privatnog smještaja prema udjelu u ukupnoj ponudi privatnog smještaja na području Zagreba – pregled po zonama

Br.	Zona	Udio u privatnom smještaju destinacije
1.	Donji grad	31,5%
2.	Gornji grad - Medveščak	14,5%
3.	Trnje	7,2%
4.	Maksimir	6,4%
	Prosjeak – Zagreb	5,9%
10.	Črnomerec	5,8%
7.	Novi Zagreb - zapad	5,6%
8.	Trešnjevka - sjever	5,5%
9.	Trešnjevka - jug	4,3%
13.	Stenjevec	3,5%
16.	Sesvete	3,5%
5.	Peščenica - Žitnjak	3,0%
11.	Gornja Dubrava	2,9%
6.	Novi Zagreb - istok	2,5%
12.	Donja Dubrava	1,6%
14.	Podsused - Vrapče	1,2%
15.	Podsljeme	0,5%
17.	Brezovica	0,4%



- Značajno iznad prosjeka
- Iznad prosjeka
- Ispod prosjeka
- Značajno ispod prosjeka

Analiza udjela privatnog smještaja u Zagrebu, izražena prema zonama, pokazuje snažnu prostornu koncentraciju u centralnim dijelovima grada. Donji grad predvodi s udjelom od 31,5% ukupnih kapaciteta privatnog smještaja u Zagrebu, što znači da gotovo trećina ukupnog privatnog smještaja destinacije gravitira prema najužem gradskom centru. Gornji grad – Medveščak, s 14,5%, dodatno potvrđuje ovu prostornu koncentraciju, dok Trnje sudjeluje s 7,2% ukupnog kapaciteta.

Donji grad, Gornji grad – Medveščak i Trnje zajedno obuhvaćaju više od 50% ukupnog privatnog smještaja na razini cijelog Zagreba, što potvrđuje izrazitu dominaciju središnjih gradskih četvrti. Sljedeće zone, poput Maksimira, Črnomerca, Novog Zagreba – zapad, Trešnjevke – sjever i Trešnjevke – jug, ostvaruju znatno manje, ali ipak relevantne udjele u ukupnoj strukturi.

Preostale rubne četvrti bilježe vrlo niske udjele u ukupnoj ponudi privatnog smještaja. Tako područja poput Donje i Gornje Dubrave, Podsuseda – Vrapča, Podsljemena i Brezovice pojedinačno sudjeluju sa svega između 0,4% i 2,9% ukupnog broja kreveta u privatnom smještaju.

Više od 45% kapaciteta privatnog smještaja nalazi se u centralnom dijelu grada (Donjem i Gornjem gradu), dok su rubne četvrti i u ovoj domeni slabo zastupljene.



I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

I.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

I.3. Analiza razine nosivosti destinacije

I.4. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

I.5. Analiza scenarija

Bazni scenarij predviđa ograničene pomake u razvoju zračne povezanosti te stabilan, umjeren rast na postojećim emitivnim tržištima



Ključne pretpostavke – Bazni scenarij

U izradi projekcija uzete su u obzir tri ključne vrste komercijalnog smještaja - hoteli, hosteli i privatni smještaj. Kategorija „Ostalo“, koja obuhvaća prenoćišta, planinarske i učeničke domove te gostionice, zauzima 20,7% ukupnih kreveta u Zagrebu, no nije uključena u izradu ovih scenarija. Smještajni kapaciteti u toj kategoriji bilježe godišnji pad od 1,5% u razdoblju od 2016. do 2024. godine, dok udio u ukupnom broju noćenja iznosi tek oko 0,7%. Niski postotak zauzetosti od 1% pokazuje da objekti u kategoriji „Ostalo“, nisu primarno usmjereni na komercijalnu ni turističku upotrebu, zbog čega su isključeni iz analize scenarija prihvatnog kapaciteta. Budući da su u „Strateško operativnom marketinškom planu turizma 2024.-2028. Turističke zajednice grada Zagreba” već definirana tri razvojna scenarija, za potrebe izrade Plana upravljanja destinacijom izrađena su dva usklađena scenarija – bazni i napredni – koji se nadovezuju na postojeće projekcije i prilagođeni su svrsi ovog dokumenta.

Geopolitička situacija

- Nepovoljna ekonomska situacija na globalnoj razini uz potencijalni nastanak novih kriza
- Daljnji rast inflacije što umanjuje raspoložive budžete za putovanja
- Nastavak rata u Ukrajini te daljnje eskalacije ratova na globalnoj razini
- Učestale migrantske krize prouzročene ratovima, ali i klimatskim promjenama

Zračna povezanost

- Zračna industrija se prilagodila na nove regulatorne promjene vezane uz sigurnost putnika i emisiju štetnih plinova, ali putnici postaju sve više ekološki osviješteni i smanjuju prijevoz avionom
- Niskobudžetne i tradicionalne kompanije se dodatno stabiliziraju i održavaju status quo poslovnu strategiju
- Definiranje poslovne strategije razvoja tradicionalnih aviokompanija uz početne znakove implementacije

Emitivna tržišta

- Održavanje stabilnog rasta *fly-in* europskih tržišta (Njemačka, Italija, Francuska, Španjolska, UK, itd.) i dalekih *fly-in* tržišta (SAD, Kanada)
- Održavanje stabilnog rasta broja dolazaka tržišta iz okruženja
- Postepeni oporavak dalekih azijskih tržišta i doseganje rezultata prije pandemije

Napredni scenarij temelji se na povećanju kapaciteta MZLZ Franjo Tuđman i širenju mreže linija, što bi trebalo rezultirati rastom dolazaka s ključnih dalekih emitivnih tržišta



Ključne pretpostavke – Napredni scenarij

Geopolitička situacija

- Povoljna ekonomska situacija na globalnoj razini uz primjetan pozitivan trend rasta svih indikatora
- Neutraliziran rast inflacije te putovanja postaju sastavni dio raspoloživog budžeta prosječnog kućanstva
- Okončanje rata u Ukrajini te minimalna eskalacija drugih ratova
- Umanjene, ali postojeane migrantske krize prouzročene ratovima, ali i klimatskim promjenama

Zračna povezanost

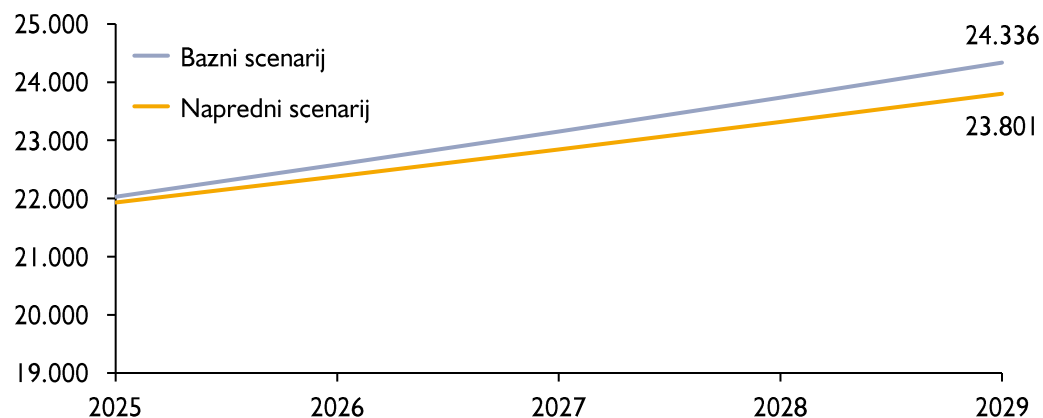
- Povećanje kapaciteta Međunarodne zračne luke Zagreb - Franjo Tuđman (nadalje MZLZ Franjo Tuđman)
- Zračna industrija se prilagodila na nove regulatorne promjene vezane uz sigurnost putnika i emisiju štetnih plinova te ubrzano ostvaruje rezultate prije pandemije
- Niskobudžetne i tradicionalne aviokompanije dodatno ulažu u Zagreb te se povećava broj frekvencija i novih destinacija
- Definiranje poslovne strategije razvoja tradicionalnih aviokompanija uz konkretne znakove implementacije

Emitivna tržišta

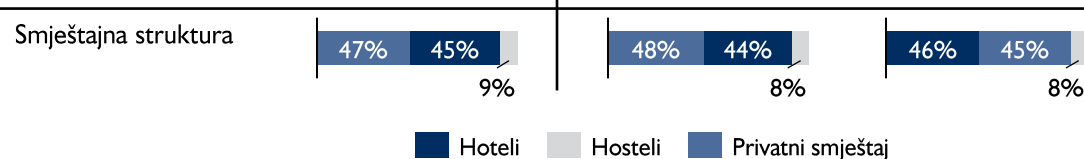
- Značajan rast *fly-in* europskih tržišta (Njemačka, Italija, Francuska, Španjolska, UK) i povećanje dalekih *fly-in* tržišta (SAD, Kanada)
- Značajno povećanje broja dolazaka tržišta iz okruženja
- Potpuni oporavak dalekih azijskih tržišta s rezultatima koji nadmašuju pred pandemijske rezultate

Bazni scenarij predviđa veći rast ukupnih smještajnih kapaciteta u odnosu na napredni scenarij, koji polazi od uvođenja ograničenja u neograničeni rast privatnog smještaja

Usporedna analiza scenarija – ponuda – broj kreveta od 2025. do 2029. godine



Vrsta smještaja	Broj kreveta 2024	Promjena broja kreveta	
		Bazni scenarij	Napredni scenarij
Hotel	9.603	12%	15%
Hostel	1.883	5%	6%
Privatni smještaj	10.004	16%	8%
Ukupno	21.490	13%	11%



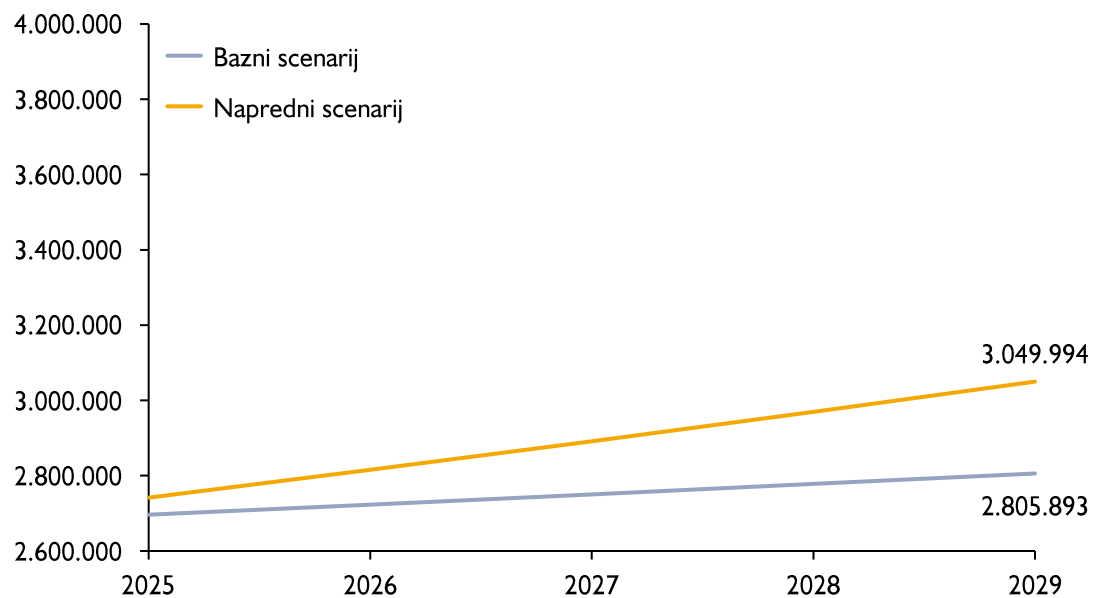
Bazni scenarij podrazumijeva realizaciju svih hotelskih projekata koji su trenutačno u fazi najave u sklopu razvojnih projekata (uključujući hotel u sklopu razvoja novog kongresnog centra) te nekoliko drugih projekata. Također se pretpostavlja postupno demotiviranje otvaranja novih jedinica privatnog smještaja, što je već započelo uvođenjem poreza na nekretnine, te najavljenim uvođenjem fiskalizacije u privatni smještaj. Uz to, porast cijena dugoročnog najma sve više potiče vlasnike nekretnina da se odluče za dugoročno iznajmljivanje umjesto kratkoročnog, što dodatno usporava rast privatnog smještaja.

Napredni scenarij, osim realizacije postojećih projekata iz hotelskog *pipelinea*, predviđa i poticanje dodatnih investicija u nove hotelske objekte, uključujući mogućnosti prenamjene dijela industrijskog nasljeđa u hotelske sadržaje. U ovom scenariju također se pretpostavlja stroža regulacija privatnog smještaja, kroz ograničavanje rasta kapaciteta u pojedinim četvrtima (posebno u centralnim zonama) te povećanje fiskalnih i parafiskalnih nameta za te zone.

Iako su polazne postavke scenarija različite, projekcije do 2029. godine, promatrane u četverogodišnjem razdoblju, ne pokazuju velike razlike. Prema baznom scenariju, do 2029. godine se očekuje blago povećanje udjela privatnog smještaja, dok napredni scenarij predviđa jačanje hotelskog segmenta, s udjelom od oko 46% u ukupnoj strukturi, naspram 45% privatnog smještaja. Što se tiče prostorne raspodjele smještajnih kapaciteta, projekcije do 2029. godine ne pokazuju značajne promjene među zonama. Čak i u slučaju uvođenja moratorija na nove jedinice privatnog smještaja u naprednom scenariju, očekuje se da to neće bitno promijeniti prostornu strukturu, budući da je većina postojećih kapaciteta koncentrirana u centralnim četvrtima. Takva mjera primarno bi imala stabilizacijski učinak, sprječavajući daljnje pogoršanje pritiska privatnog smještaja.

Uz pozitivne trendove u zauzetosti smještajnih kapaciteta, oba scenarija predviđaju rast ukupnog broja noćenja u Zagrebu

Usporedna analiza scenarija – potražnja – broj noćenja od 2025. do 2029. godine



Postotak zauzetosti kreveta

Vrsta smještaja	2024	Bazni scenarij	Napredni scenarij
Hotel	48%	45%	49%
Hostel	23%	23%	25%
Privatni smještaj	22%	20%	23%

U naprednom scenariju, dodatni rast zauzetosti temelji se na strukturiranijem razvoju i profesionalizaciji tržišta smještaja. Dio kapaciteta u hostelima, slijedom aktualnih trendova, pretvorit će se u smještaj za strane radnike, dok će preostali kapaciteti biti transformirani u manje, butik hostele više kvalitete. Očekuje se da će ti objekti ostvarivati znatno bolju iskorištenost.

Također, segment privatnog smještaja prema naprednom scenariju prolazi kroz proces profesionalizacije. Dio vlasnika privatnih smještajnih jedinica prelazi na suradnju s profesionalnim agencijama za upravljanje smještajem, što omogućuje višu razinu standarda, kvalitete i digitalne vidljivosti. Posljedično se očekuje povećanje zauzetosti te veći udio objekata s 4 i 5 zvjezdica.

U baznom scenariju predviđa se rast od oko 136 tisuća novih noćenja, odnosno povećanje od približno 5% u odnosu na 2024. godinu. U naprednom scenariju taj rast je izraženiji, procjenjuje se 380 tisuća novih noćenja, što predstavlja ukupno povećanje od oko 14% u odnosu na 2024. godinu.



I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Definiranje i zoniranje područja obuhvata

I.2. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

I.3. Analiza razine nosivosti destinacije

I.4. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

I.5. Analiza scenarija

I.6. Donošenje zaključaka i preporuka

Zaključci i preporuke analize prihvatnog kapaciteta



Zaključci

Gradske četvrti u užem centru grada značajno su opterećenije smještajnim kapacitetima u odnosu na ostatak grada.

Gradske četvrti s nižom gustoćom smještajnih kapaciteta imaju potencijal za razvoj alternativnih oblika smještaja i rasterećenja središnjih zona.

Turisti trenutno ne uzrokuju preopterećenja komunalnog sustava zbog odljeva stanovništva u razdoblju u kojima su turisti najbrojniji.

Turistička aktivnost trenutno ne uzrokuje značajne prometne probleme izvan uobičajene svakodnevne frekventnosti, no postoji prostor za bolje upravljanje turističkim tokovima.

Atrakcije u Zagrebu trenutno ne pokazuju znakove preopterećenosti i uspješno podnose postojeći broj posjetitelja



Preporuke



Potrebno je razviti strategiju upravljanja i daljnjeg razvoja smještajnih kapaciteta na razini grada kako bi se spriječio rast prostorne opterećenosti. Preporučuje se započeti s aktivnim upravljanjem daljnjim rastom privatnog smještaja u centralnim dijelovima Zagreba, kroz primjenu parafiskalnih, fiskalnih i administrativnih mjera koje su Gradu Zagrebu na raspolaganju



Rubne gradske četvrti, primarno područje Podsljemenske zone i Maksimira, imaju značajan potencijal za razvoj smještajne ponude usklađene s lokalnim sadržajima i atraktivnostima. Osim toga, postoji prostor za razvoj kampova, osobito za tranzitne turiste koji prolaze kroz Zagreb na putu prema drugim destinacijama.



Bitno je kontinuirano praćenje opterećenja komunalnog sustava u različitim dijelovima godine kako bi se pravovremeno identificirale i spriječile potencijalne situacije preopterećenja, osobito u slučaju promjena u obrascima kretanja turista ili lokalnog stanovništva.



S obzirom na smanjenje broja lokalnog stanovništva tijekom ljetnih mjeseci, kada je turistički promet najveći, turistička aktivnost zasad ne predstavlja izazov za prometnu infrastrukturu Zagreba. Međutim, za očuvanje prometne protočnosti nužno je razviti kvalitetna i sustavna rješenja za upravljanje turističkim tokovima, uključujući uspostavu *park&ride* sustava koji bi omogućio organizirani prijevoz turista iz rubnih dijelova grada prema centru.



Trenutna posjećenost ne uzrokuje probleme s prevelikim brojem turista niti utječe na njihovo zadovoljstvo. Infrastruktura atrakcija u Zagrebu, s trenutnim kapacitetima, sposobna je primiti veći broj turista te prihvatiti moguće buduće povećanje posjećenosti.

2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije



Metodološki okvir izrade analize održivosti destinacije

Prema *Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom*, kojeg je propisalo Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, sve destinacije moraju u plan upravljanja uključiti i analizu održivosti destinacije. Prema *Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma*, analiza održivosti destinacije provodi se kroz izračun osnovnih i specifičnih pokazatelja. Pokazatelji su raspoređeni u 6 kategorija, pri čemu je propisano 17 osnovnih i 50 specifičnih pokazatelja. U analizi se moraju obraditi svi osnovni pokazatelji, dok je za specifične pokazatelje ovog plana odabrano 24 pokazatelja.

Podaci za izračun prikupljaju se sekundarnim putem (iz dostupnih baza podataka relevantnih institucija i *online* izvora) te primarnim istraživanjima, koja uključuju anketu lokalnog stanovništva, anketu turista i jednodnevnih posjetitelja i anketu gospodarskih subjekata*.



Izvor: Horwath HTL, 2026. *Napomena: Pitanja u anketama su definirana od strane Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske, u Smjernicama za provođenje primarnih istraživanja. Anketa je poslana na preko 800 email adresa gospodarskih subjekata, ali je anketu ispunio 21 subjekt, tako da se rezultati ankete ne mogu smatrati reprezentativnim za cijelu destinaciju.

Osnovni pokazatelji održivosti destinacije prema *Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma*

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja	Područje održivosti
1.1.1.	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	Društveni
1.1.2.	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	Društveni
1.2.1.	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	Društveni
1.3.1.	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	Društveni
1.4.1.	Broj organiziranih turističkih ambulanti	Društveni
2.1.1.	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju)	Okolišni
2.2.1.	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	Okolišni
2.3.1.	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	Okolišni
2.4.1.	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije	Okolišni
2.5.1.	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	Okolišni
3.1.1.	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	Ekonomski
3.1.2.	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	Ekonomski
3.2.1.	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski
3.2.2.	Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski
4.1.1.	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	Prostorni / upravljanje
4.2.1.	Status implementacije aktivnosti iz plan upravljanja destinacijom	Prostorni / upravljanje
4.3.1.	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS	Prostorni / upravljanje

Specifični pokazatelji održivosti destinacije prema *Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma*

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja	Područje održivosti
1.1.1.	Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva	Društveni
1.1.4.	Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja	Društveni
1.2.1.	Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije	Društveni
1.3.1.	Udio pristupačnih smještajnih jedinica u destinaciji	Društveni
1.3.2.	Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima	Društveni
1.3.3.	Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom	Društveni
1.4.2.	Udio turista koji su uložili prigovor kod policije	Društveni
1.4.5.	Broj podnesenih prijava zbog buke uzrokovane turističkim aktivnostima	Društveni
1.4.6.	Remećenje javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnosti	Društveni
2.3.3.	Količina recikliranog otpada (postotak ili po stanovniku po godini)	Okolišni
2.3.5.	Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane	Okolišni
2.4.1.	Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta	Okolišni
2.5.2.	Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište	Okolišni
3.1.1.	Stopa popunjenosti u smještajnim kapacitetima	Ekonomski
3.1.2.	Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima	Ekonomski
3.2.1.	Produktivnost rada u Području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja	Ekonomski
3.2.2.	Bruto dodana vrijednost ostvarena u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja	Ekonomski
3.2.3.	Udio malih i srednjih poduzeća u ukupnom broju poduzeća u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski

Specifični pokazatelji održivosti destinacije prema *Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma*

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja	Područje održivosti
3.2.4.	Udio poslovnih subjekata u području Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane koja su u pretežitom domaćem vlasništvu	Ekonomski
3.2.5.	Postotak muškaraca i žena zaposlenih u području Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski
3.2.6.	Zaposlenost u području Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema dobi, stupnju obrazovanja te vrsti ugovora	Ekonomski
3.2.7.	Postotak nedomicilnih radnika zaposlenih u području Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski
4.2.2.	Specifična strategija za marketing izvansezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine	Prostorni / upravljanje
4.3.1.	Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi	Prostorni / upravljanje

2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

2.1. Osnovni pokazatelji održivosti



I.1.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

Pokazatelji koji se obrađuju u razdoblju „turističke sezone” prema propisanom načinu izračuna pokazatelja, metodološki nisu prilagođeni destinacijama s cjelogodišnjim turizmom ili onim destinacijama koje imaju dulje razdoblje u godini u kojem postoji značajna turistička aktivnost. Pokazatelji koji se fokusiraju na „vršnu turističku sezonu” primarno su metodološki prilagođeni obalnim destinacijama koje imaju vrlo izraženu sezonalnost što otežava interpretaciju rezultata i pokazatelja u destinacijama koje ne pokazuju slične trendove sezonalnosti.

Pokazatelj intenziteta turističke aktivnosti u vršnom mjesecu iznosi 1,20, što znači da je u kolovozu 2024. godine ostvareno 1,2 turistička noćenja na svakih 100 stanovnika Zagreba. Intenzitet turističke aktivnosti na razini Hrvatske za kolovoz 2024. godine iznosi 22,72 noćenja po stanovniku dok za cijelu 2024. godinu iznosi 6,63. Sukladno tome, ova vrijednost ukazuje na nizak turistički pritisak, što potvrđuje da grad tijekom glavnog turističkog razdoblja ne bilježi značajno opterećenje turističkom potražnjom.

Zbog veličine Zagreba, pokazatelj intenziteta turističke aktivnosti ostaje nizak na razini cijelog grada, iako je većina turističke aktivnosti koncentrirana u središnjim gradskim četvrtima. S obzirom na nisku razinu intenziteta, postoji prostor za povećanje broja noćenja i produljenje prosječnog boravka, uz planiranje usmjereno održivom i geografski disperziranom rastu.

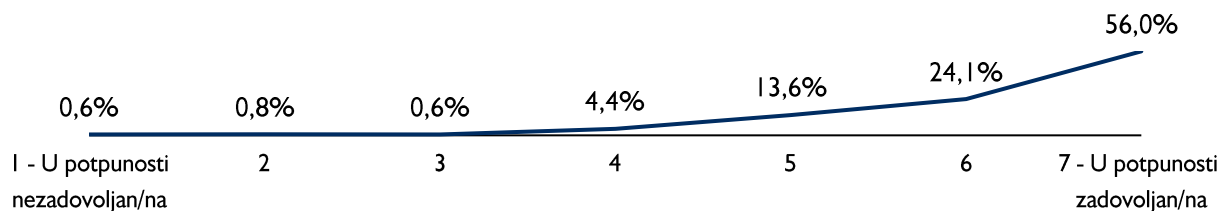
I.1.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (*Anketa lokalnog stanovništva*)

U istraživanju provedenom na uzorku od 300 lokalnih stanovnika grada Zagreba, 40,7% ispitanika, odnosno 122 osobe, izrazilo je zadovoljstvo razvojem turizma u destinaciji. Među ispitanicima koji ostvaruju prihode od turizma, zadovoljstvo je izrazilo 50,0%, dok je među onima koji ne ostvaruju prihode, zadovoljstvo iskazalo 38,8% ispitanika.

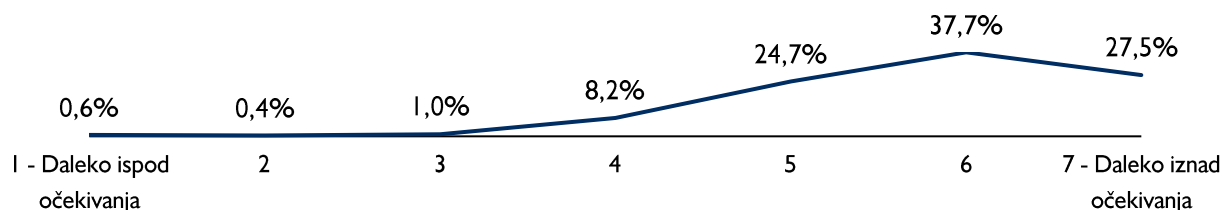
Udio ukupno zadovoljnih ispod 50,0% ukazuje na potrebu za dubljim razumijevanjem stavova lokalnog stanovništva te jačanjem njihove uključenosti u procese planiranja i razvoja turizma.

1.2.1. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)

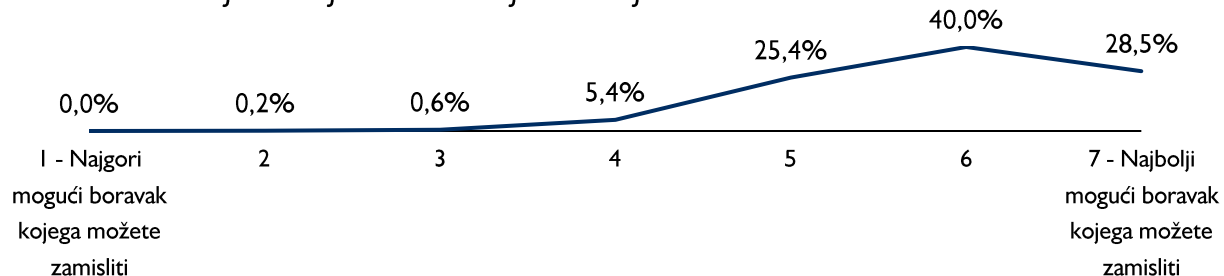
Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji?



U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja?



Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji?



Od ukupno 523 ispitanika koji su sudjelovali u anketi turista i jednodnevnih posjetitelja, odgovori turista na zadovoljstvo, boravak te očekivanja glede destinacije većinski su pozitivni. Opcije 6 i 7, kao najpozitivnije opcije, odabralo je 80,1% ispitanika glede cjelokupnog boravka, 65,2% ispitanika glede ispunjavanja očekivanja te 68,5% ispitanika glede ocjene boravka u destinaciji. Prosječni odgovori prema kategorijama iznosili su 6,3 za cjelokupni boravak, 5,8 za ispunjavanje očekivanja te 5,9 za boravak.

Ovakvi rezultati potvrđuju da Zagreb u velikoj mjeri ispunjava očekivanja posjetitelja i da zadržava stabilan imidž privlačnog turističkog odredišta, no ostavljaju prostor da dodatni napredak, pogotovo kod turista koji su u anketi odabrali odgovore 4 i 5.

Prema spremnosti preporuke destinacije, na ljestvici od 0 – nije vjerojatno da ću preporučiti do 10 – jako je vjerojatno da ću preporučiti, prosječna vrijednost odgovora iznosila je 8,74 dok je 65,0% ispitanika odabralo najviše opcije, 9 i 10. Pasivnih ispitanika, tj. onih koji su odabrali opcije 7 i 8 je 27,3% dok je samo 7,6% ispitanika odabralo je 6 i niže opcije.

Dakle, neto spremnost za preporuku (NPS) Zagreba je 57%. Spremnost na preporuku destinacije od strane turista dodatno potvrđuje status Zagreba kao privlačnog i zanimljivog turističkog odredišta no dugoročno je bitno pratiti trendove kod turista kako se broj pasivnih ili negativno nastrojenih turista ne bi povećao te time smanjio imidž destinacije.

I.3.1. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

Podatak nije dostupan na razini grada Zagreba.

I.4.1. Broj organiziranih turističkih ambulanti

Grad Zagreb nema posebno organizirane turističke ambulante, no svi posjetitelji, uključujući osiguranike Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje i strane državljane, imaju pristup primarnoj zdravstvenoj zaštiti putem redovne mreže ordinacija. Liječničku pomoć moguće je zatražiti u bilo kojoj ordinaciji primarne zdravstvene zaštite koja ima ugovor s HZZO-om.

U gradu djeluju tri ustanove primarne zdravstvene zaštite: Dom zdravlja Zagreb – Istok, Dom zdravlja Zagreb – Centar i Dom zdravlja Zagreb – Zapad. Na raspolaganju je ukupno 432 ordinacija opće/obiteljske medicine, 60 ordinacija zdravstvene zaštite predškolske djece, 410 ordinacija dentalne medicine i 53 ordinacije zdravstvene zaštite žena. Iako posebno organizirane zdravstvene točke za turiste nisu uspostavljene, postojeća mreža ordinacija osigurava dostupnost osnovnih zdravstvenih usluga za posjetitelje tijekom njihova boravka u Zagrebu.

Hitnu medicinsku pomoć na području Zagreba pruža Nastavni zavod za hitnu medicinu Grada Zagreba, čija je djelatnost organizirana putem više lokacija, uključujući i terenske ispostave. Osim sjedišta na adresi Heinzelova 88, hitna medicinska služba dostupna je i kroz sedam ispostava: Centar, Dubrava, Gajnice, Jarun, Novi Zagreb, Sesvete i Središće. Sve ispostave djeluju kao dežurne stanice hitne pomoći i opremljene su za pravovremeno zbrinjavanje hitnih slučajeva kako za lokalno stanovništvo tako i za posjetitelje.

2.1.1. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i noćenju)

Pokazatelj je obrađen u okviru pokazatelja prihvatnog kapaciteta pod brojem pokazatelja 7.1. *Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda.*

2.2.1. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)

Prema dostupnim podacima i službenoj metodologiji izračuna, pokazatelj količine generiranog komunalnog otpada po noćenju turista u Zagrebu u 2024. godini iznosi -4,56 kg, dok količina otpada po noćenju stanovnika iznosi 0,90 kg. U apsolutnim vrijednostima, turisti su u vršnom mjesecu generirali -1.331,84 tone otpada, dok je lokalno stanovništvo generiralo 20.820,93 tone. Izračun omjera između te dvije vrijednosti doveo je do negativnog pokazatelja od -6,30%, što ukazuje na metodološka ograničenja primjene propisane formule prilikom izračunavanja pokazatelja za Zagreb.

Usporedba s 2023. godinom potvrđuje odstupanja. Tada je po noćenju turista generirano 1,82 kg otpada, a po noćenju stanovnika 0,76 kg. Ukupno su turisti u vršnom mjesecu generirali 503,44 tone otpada, što čini 2,77% ukupnog otpada u odnosu na količinu generiranu od strane lokalnog stanovništva, koje je proizvelo 18.156,19 tona otpada.

Nelogični rezultati za 2024. godinu posljedica su izraženog sezonalnog odlaska stanovništva iz Zagreba tijekom ljetnih mjeseci, što dovodi do smanjenja ukupno generiranog otpada u kućanstvima. Istovremeno, turistički promet, iako najveći u tom razdoblju, nije dovoljno značajan da bi utjecao na ukupne količine otpada. U takvim okolnostima, primjena definirane metodologije dovodi do iskrivljenih i nerelevantnih rezultata.

S obzirom na specifičnosti Zagreba kao kontinentalne destinacije sa sezonalnim migracijama stanovništva, metodologija izračuna ovog pokazatelja je neprikladna. Za pouzdanu analizu turističkog utjecaja na sustav gospodarenja otpadom potrebno je razviti prilagođeni pristup koji uzima u obzir stvarne obrasce potrošnje i generiranja otpada u urbanim destinacijama.

2.3.1. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije

Kategorija zaštite	Površina zaštićene zone (ha)	Površina destinacije (ha)	Udio zaštićenih površina u ukupnoj površini destinacije
Park prirode	17.932,25	64.123,76	27,97%
Posebni rezervat	1.023,70		1,60%
Spomenik parkovne arhitekture	384,57		0,60%
Značajni krajolik	823,56		1,28%
Ukupno:	20.164,08		31,45%

Na području Zagreba ukupno je 20.164,08 hektara pod jednim od oblika zaštite prirode, što čini 31,45% ukupne površine destinacije od 64.123,76 hektara. Najveći udio zauzimaju parkovi prirode, s 17.932,25 hektara, odnosno 27,97% ukupne površine, čime potvrđuju svoj dominantan značaj u okviru sustava zaštite prostora.

Ostale kategorije zaštićenih područja obuhvaćaju manji dio prostora – posebni rezervat pokriva 1,60%, značajni krajolici 1,28%, a spomenici parkovne arhitekture 0,60% ukupne površine destinacije. Prisutnost različitih kategorija zaštite ukazuje na raznovrsnost sustava zaštite prirodne i kulturne baštine na razini grada Zagreba.

Ukupno gledano, podatak da se gotovo trećina teritorija nalazi pod zaštitom predstavlja relevantan potencijal za daljnji razvoj održivog turizma i sadržaja temeljenih na očuvanju prirodnih vrijednosti.

2.4.1. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Pokazatelj je obrađen u okviru pokazatelja prihvatnog kapaciteta pod brojem pokazatelja 7.2. *Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – električna energija.*

2.5.1. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Grad Zagreb usvojio je *Program ublažavanja klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja za razdoblje 2025.-2028.* Dokument definira ključne mjere usmjerene na smanjenje emisija stakleničkih plinova, povećanje otpornosti grada na klimatske rizike i očuvanje kvalitete života stanovništva. Fokus Plana stavljen je na modernizaciju energetskega sektora, razvoju održivih prometnih rješenja, povećanju energetske učinkovitosti zgrada te prelasku na obnovljive izvore energije.

Plan uključuje mjere prilagodbe u sektorima vodnog gospodarstva, poljoprivrede, šumarstva i zdravstva, s posebnim naglaskom na jačanje infrastrukture za zaštitu od poplava, suša i toplinskih valova. Očuvanje i razvoj zelene i plave infrastrukture prepoznati su kao ključni za smanjenje učinka urbanih toplinskih otoka i poboljšanje mikroklimе.

U cilju provedbe mjera, Plan predviđa poticanje održivog gospodarenja otpadom, razvoj kružnog gospodarstva, edukaciju građana te digitalizaciju sustava za praćenje klimatskih promjena. Naglašena je važnost integriranog multisektorskog pristupa i stalnog praćenja učinkovitosti mjera radi osiguravanja dugoročne otpornosti i održivosti grada.

3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja

U kolovozu, mjesecu s najvećim brojem noćenja u Zagrebu, zabilježen je ukupno 165.661 dolazak turista. Ovaj podatak potvrđuje prisutnost vršnog opterećenja tijekom ljetnog razdoblja, iako turizam u Zagrebu nema izraženu sezonalnost karakterističnu za obalne destinacije. Kolovoz je kontinuirano mjesec s najvećim brojem dolazaka u razdoblju 2019. – 2024. godine izuzev u 2020. godini kada je dolazak u Zagreb bio ograničen mjerama zabrane kretanja uslijed COVID pandemije.

Analiza podataka za kolovoz u razdoblju od 2019. do 2024. godine pokazuje stabilan oporavak turističkog prometa nakon pandemijskog poremećaja. Broj dolazaka u 2024. godini gotovo je izjednačen s rezultatima iz 2019. godine, dok su svi usporedivi podaci nakon 2020. godine u uzlaznom trendu, što potvrđuje postupan oporavak turističke potražnje.

Bitno je uzeti u obzir i utjecaj potresa iz 2020. godine, koji je uz pandemiju dodatno usporio turističku aktivnost u centru grada zbog oštećenja kulturno-povijesnih znamenitosti i dugotrajnih radova.

3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Prosječna duljina boravka turista u Zagrebu iznosi 1,88 noći, što potvrđuje pretežno kratkotrajnu prirodu posjeta, karakterističnu za urbana odredišta s visokim udjelom *city break* putovanja, poslovnih dolazaka i tranzitnih posjeta. Usporedba sezonskih razdoblja pokazuje da prosječna duljina boravka u mjesecu s najvećim brojem noćenja iznosi 1,74 noći, dok u mjesecu s najmanjim brojem noćenja doseže 2,06 noći, što ukazuje na inverznu sezonsku dinamiku – dulji boravci ostvaruju se izvan glavnog razdoblja turističkog prometa.

Takva pojava može se objasniti činjenicom da se u vršnim mjesecima većina dolazaka temelji na kraćim posjetima poput vikend aranžmana, posjeta događanjima ili kraćih poslovnih putovanja, koji se odvijaju u visokoj frekvenciji, ali s kraćim trajanjem. S druge strane, u mjesecima slabijeg turističkog prometa, Zagreb posjećuju turisti koji imaju više vremena na raspolaganju, što rezultira duljim prosječnim boravkom. Ovakva dinamika također može biti povezana s povoljnijim cijenama smještaja izvan glavne sezone, što dodatno motivira duže zadržavanje.

Usto, duljina boravka u glavnim sezonama može biti dodatno ograničena činjenicom da su brojne atrakcije, uključujući kulturno-povijesne objekte i lokalitete u užem gradskom središtu, još uvijek nedostupne ili djelomično zatvorene zbog posljedica potresa i radova na obnovi, što može umanjiti motivaciju posjetitelja za dulje zadržavanje u destinaciji, posebice ako je dostupnost ključnih točaka interesa ograničena.

3.2.1. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Sektor pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Zagrebu zapošljava 22.952 osobe prema satima rada, što čini 5,8% ukupno zaposlenog stanovništva. Ovaj udio potvrđuje da sektor turizma i ugostiteljstva zauzima stabilnu, ali ne dominantnu poziciju unutar tržišta rada grada, što je u skladu s gospodarskim profilom Zagreba. S obzirom na strukturu gospodarstva, turizam i ugostiteljstvo doprinose diverzifikaciji tržišta rada te osiguravaju zapošljavanje u uslužnim djelatnostima koje su manje podložne automatizaciji u odnosu na druge sektore.

Međutim, važno je istaknuti da, iako sektor zapošljava 5,8% radne snage, njegov doprinos ukupnim prihodima gospodarstva u Zagrebu iznosi samo 2,1%, što ukazuje na relativno nižu produktivnost po zaposlenom u usporedbi s drugim djelatnostima.

3.2.2. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Ukupni poslovni prihod gospodarskih subjekata u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Zagrebu iznosio je 1,75 milijardi eura, što je ukupno 2,1% ostvarenih poslovnih prihoda svih djelatnosti na području Zagreba. Udio Djelatnosti klase I – Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnom udjelu polako raste kroz godine te je od 2020. do 2024. godine narastao s 1,3% na 2,1%.

Nizak udio djelatnosti u ukupnom rezultatu na području jedinice lokalne samouprave proizlazi iz činjenice da je Zagreb gospodarsko središte regije i države te u njemu prihod bilježi značajan broj društva koja se nalaze među najvećima u državi. No, Djelatnosti klase I – Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane bilježi brži rast u generiranju prihoda uz rast 20,2% u 2023. godini i 15,3% u 2024. godini. Ukupni prihodi za sve djelatnosti u istom razdoblju zabilježili su rast od 8,3% u 2023. godini te samo 3,6% u 2024. godini.

Unatoč rastu prihoda, važno je napomenuti da sektor zapošljava 5,8% ukupne radne snage, što je značajno više od njegova udjela u ukupnim prihodima. Ova disproporcija ukazuje na nižu produktivnost po zaposlenom, karakterističnu za radno intenzivne sektore.

4.1.1 Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Kategorija turističke atrakcije	Broj atrakcija u kategoriji
Park prirode	1
Posebni rezervat	8
Spomenik parkovne arhitekture	18
Značajni krajobraz	3
Spomenik prirode	1
Preventivno zaštićeno kulturno dobro	4
Zaštićeno kulturno dobro	658
Ukupno:	689

Prema metodologiji propisanoj od strane Ministarstva turizma i sporta, na području grada Zagreba evidentirano je ukupno 689 klasificiranih turističkih atrakcija, razvrstanih u sedam kategorija. U prirodnoj kategoriji destinacija raspolaže s jednim parkom prirode, osam posebnih rezervata, tri značajna krajobraza i jednim spomenikom prirode. U kategoriji kulturnih i prostornih vrijednosti ukupno je registrirano 658 zaštićenih kulturnih dobara i jedno preventivno zaštićeno kulturno dobro. Dodatno je evidentirano 18 spomenika parkovne arhitekture.

Ovakva struktura atrakcijske osnove potvrđuje raznolikost ponude i visoku prisutnost kulturno-povijesnih sadržaja.

4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom je trenutno u izradi stoga ne postoji definirani broj mjera za provedbu niti broj provedenih mjera. Pokazatelj je bitan za dugogodišnje praćenje rezultata prema stavkama u različitim iteracijama plana upravljanja destinacijom.

4.3.1. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS

Pokazatelj intenziteta turističke aktivnosti po površini izgrađenog građevinskog zemljišta u Zagrebu iznosi 193,95 turističkih noćenja po hektaru. S obzirom na metodološku definiranost, pokazatelj je potrebno tumačiti u kontekstu usporedivih podataka te je za točnu interpretaciju rezultata bitna usporedbu s drugim destinacijama te praćenje višegodišnjih trendova u destinaciji.

A group of five people are on a rooftop garden. Two people are sitting on a bench, looking out over a city. Three people are standing nearby, talking. The city below has a prominent church with two tall spires. The sky is filled with dramatic, colorful clouds from a sunset or sunrise. The foreground is filled with various green and reddish-brown plants in raised garden beds.

2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

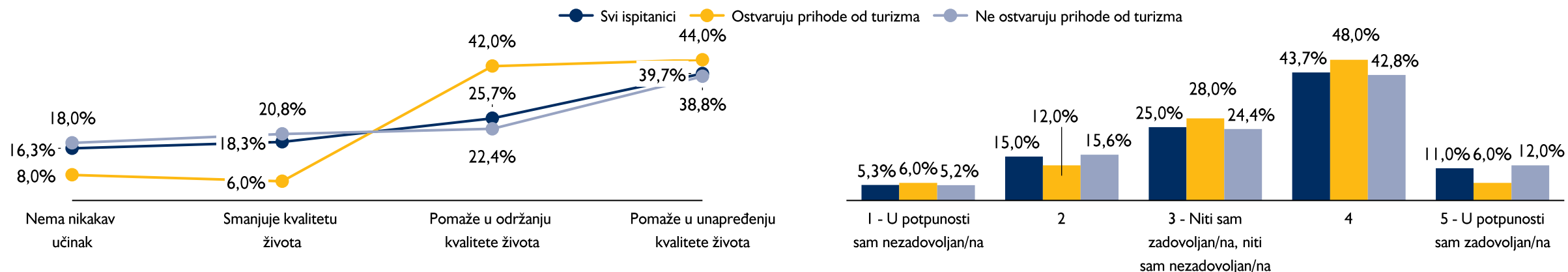
2.1. Osnovni pokazatelji održivosti

2.2. Specifični pokazatelji održivosti

I.1.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (Anketa lokalnog stanovništva)

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Vašem mjestu:

Općenito govoreći, koliko ste trenutno zadovoljni sa životom u mjestu:



U istraživanju provedenom na uzorku od 300 stanovnika Zagreba, 65,4% ispitanika ocjenjuje da turizam pozitivno doprinosi kvaliteti života, dok 18,3% smatra da ima negativan učinak. Ovi podaci pokazuju da većina građana percipira turizam kao faktor koji doprinosi općem boljitku, no stavovi o njegovom utjecaju nisu jednolični i snažno ovise o osobnoj ekonomskoj uključenosti u turistički sektor.

Među ispitanicima koji ostvaruju izravne prihode od turizma, negativan stav iskazuje tek 6,0%, dok je među onima koji nisu ekonomski povezani s turizmom udio negativnih stavova znatno viši te iznosi čak 20,8%. Ova razlika sugerira da osobna korist i financijska uključenost izravno utječu na pozitivniju percepciju turizma, odnosno da ispitanici koji su u doticaju s ekonomskim prednostima sektora u većoj mjeri doživljavaju turizam kao korisnu i poželjnu komponentu urbanog života. Velika odstupanja u mišljenju između onih koji ostvaruju i ne ostvaruju korist od turizma vidljiva je u kategorijama održavanja i smanjenja kvalitete života gdje su stanovnici koji ostvaruju korist od turizma pozitivnijeg stava.

Istodobno, 54,7% svih ispitanika izjavljuje da su zadovoljni životom u Zagrebu, dok 20,3% izražava nezadovoljstvo. Zanimljivo je da u ovom pitanju nema značajnih razlika između skupina s obzirom na njihovu ekonomsku povezanost s turizmom, što ukazuje na to da percepcija ukupne kvalitete života u gradu proizlazi iz šireg spektra čimbenika, među kojima turizam ima ograničen utjecaj.

I.1.4. Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja

Prema metodologiji Ministarstva turizma i sporta, pokazatelj odnosa između promjene broja stanovnika i turističkih noćenja računa se za petogodišnje razdoblje, uspoređujući podatke iz 2020. i 2024. godine. S obzirom na to da je 2020. godina bila obilježena poremećajima uzrokovanim pandemijom te ne odražava uobičajeno stanje na tržištu, izračunati pokazatelj iznosi 0,30, što ukazuje na izraženiji rast turističkog prometa u odnosu na demografske promjene. U tom razdoblju broj stanovnika porastao je sa 768.895 na 772.122, dok je broj ostvarenih noćenja povećan s 807.200 na 2.692.286.

Za realniji uvid u odnos turističkog i demografskog rasta, relevantnija je usporedba s 2019. godinom, kada tržišni uvjeti nisu bili poremećeni. U tom slučaju, pokazatelj iznosi 0,99, što upućuje na uravnotežen rast turističkih noćenja i broja stanovnika u stabilnim okolnostima.

I.2.1. Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije (*Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja*)

Prema provedenom istraživanju, 23,3% ispitanika koji borave u komercijalnom smještaju izjavilo je da im to nije prvi posjet Zagrebu, što upućuje na izražen udio ponovljenih ili stalnih turista u ovom segmentu. Među ispitanicima kojima ovo nije prvi posjet, trećina ispitanika (33,3%) posjetila je destinaciju tri do šest puta u posljednjih pet godina, dok je 22,7% ostvarilo sedam ili više posjeta. Prosječan broj posjeta gostiju koji koriste komercijalni smještaj iznosi 2,5.

Među jednodnevnim posjetiteljima, 61,7% ispitanika nije prvi put u Zagrebu što je izraženija stopa povratka od turista koji borave u komercijalnom smještaju. Kod jednodnevnih posjetitelja koji nisu Zagreb posjetili prvi put, čak 58,1% njih izjavljuje da su grad posjetili sedam ili više puta, dok ih je 23,4% ostvarilo između tri i šest posjeta. Ukupno, 81,5% jednodnevnih posjetitelja posjetilo je destinaciju najmanje tri puta, uz prosječan broj posjeta od 3,3.

I.3.1. Udio pristupačnih jedinica u destinaciji

Podatak nije dostupan za smještajne jedinice na razini Zagreba.

1.3.2. Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima

Turistički informativni centri Turističke zajednice grada Zagreba djeluju na tri lokacije: Trgu bana Jelačića, Kuli Lotrščak i u MZLZ Franjo Tuđman. Na svim navedenim lokacijama dostupne su brošure o turističkim atrakcijama na barem tri strana jezika, čime se ispunjava propisani kriterij dostupnosti informacija. Dodatno, na službenoj mrežnoj stranici Turističke zajednice grada Zagreba osigurana je mogućnost preuzimanja brošura na više od tri strana jezika, uz jasno označene i dostupne informativne materijale.

1.3.3. Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom

Sustav javnog gradskog prijevoza u Zagrebu obuhvaća 15 dnevnih i 4 noćne tramvajske linije, 136 dnevnih i 5 noćnih autobusnih linija, žičaru sa 84 gondole za prijevoz na Sljeme te uspinjaču, koja trenutno ne prometuje zbog renovacije predviđene za 2025. godinu.

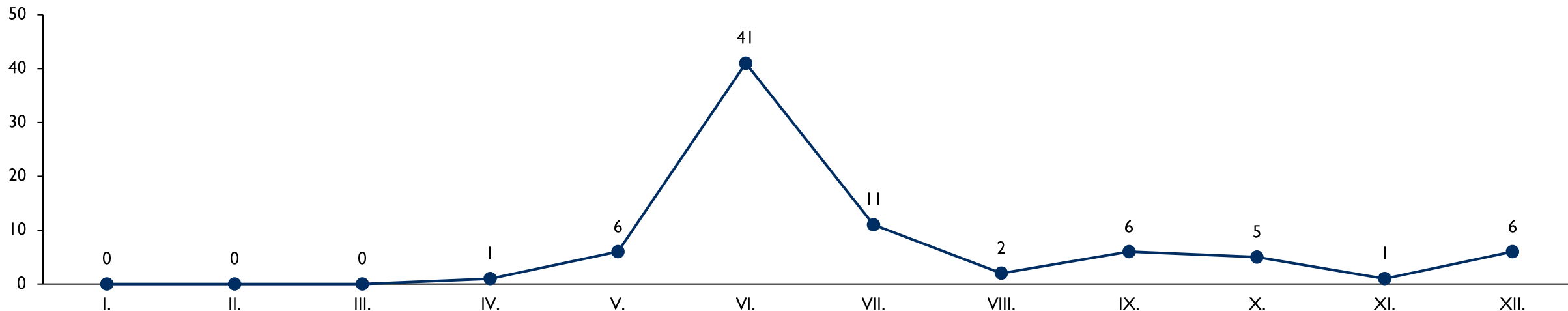
Prema podacima od društva ZET-a svi autobusi su tehnički prilagođeni za osobe s invaliditetom, dok je kod tramvaja prilagodba provedena na 61% voznog parka. Ovakav stupanj tehničke opremljenosti ukazuje na postignuti napredak u području pristupačnosti, uz potrebu daljnjeg povećanja udjela prilagođenih tramvaja s ciljem unaprjeđenja funkcionalne dostupnosti javnog prijevoza svim korisnicima.

Važno je istaknuti da pristupačnost, također, ne ovisi isključivo o prilagođenosti vozila. Neprilagođenost infrastrukture uključuje i tramvajske i autobusne stanice na kojima razmak između vozila i nogostupa često stvara prepreku osobama s invaliditetom, što stvara dodatni problem čak i kod prilagođenih vozila.

1.4.2. Udio turista koji su uložili prigovor kod policije

MUP ne raspolaže podacima prema kojima bi se mogao odrediti udio turista koji su uložili prigovor kod policije na području grada Zagreba.

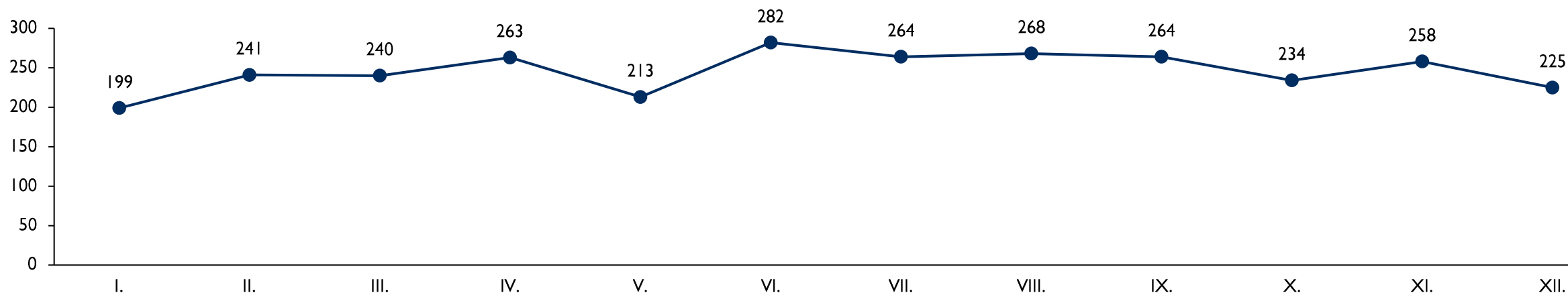
I.4.5. Broj podnesenih prijava zbog buke uzrokovane turističkim aktivnostima



Prema podacima Odjela komunalnog redarstva Grada Zagreba, najveći broj prijavi zbog buke evidentiran je u mjesecu lipnju, dok ostali mjeseci, osobito razdoblje od siječnja do ožujka, bilježe nizak broj prijavi ili njihovo izostajanje. Prijave su uglavnom povezane s područjima Jaruna, Bundeka, Trga dr. Franje Tuđmana i parka Rougemarin, gdje se učestalo održavaju festivali, koncerti i slična javna događanja. Lipanj se ističe kao mjesec s najintenzivnijom prijavljenom bukom, što odgovara razdoblju kada se održava najveći broj događanja u gradu. Važno je naglasiti kako dostupni podaci ne omogućuju precizno razgraničavanje izvora buke, odnosno nije moguće jasno utvrditi odnosi li se buka na turističke aktivnosti, kulturna događanja, zabavu ili kombinaciju navedenih kategorija. Nemogućnost interpretacije podataka po određenim kategorijama onemogućava fokusiranje na specifične izazove koje predstavlja buka.

I.4.6. Remecenje javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnosti

—●— Ukupni broj prijava protiv remecenja javnog reda i mira (MUP RH)



Prema metodologiji, ovaj pokazatelj treba analizirati učestalost prijava protiv remecenja javnog reda i mira koje su uzrokovane turističkim aktivnostima. Budući da se taj podatak ne prati, ovaj pokazatelj analizira sve prijave podnesene kao remecenje javnog reda i mira.

Tijekom 2024. godine, na području Zagreba zabilježeno je ukupno 2.193 prijava vezanih uz remecenje javnog reda i mira. Mjesečni prosjek iznosi 246 prijava, uz blago povećanje u lipnju. Međutim, porast prijava u ljetnim mjesecima nije značajan, unatoč većem broju manifestacija i povećanom turističkom prometu.

Distribucija prijava tijekom godine stabilna je, što upućuje na zaključak da turistička aktivnost ne generira povećani pritisak na sustav održavanja javnog reda i mira. Broj prijava ostaje u granicama godišnjeg prosjeka čak i u razdobljima najveće turističke aktivnosti, čime se potvrđuje da sigurnosni aspekt destinacije ostaje pod kontrolom.

2.3.3. Količina recikliranog otpada

U razdoblju od 2022. do 2024. godine Zagreb bilježi kontinuiran porast udjela recikliranog otpada, s 30,5% u 2022. na 41,7% u 2023. i 44,7% u 2024. godini. Najviši mjesečni udjeli zabilježeni su u 2024. godini, osobito u kolovozu (48,7%) i rujnu (46,0%).

Ovaj trend ukazuje na unaprijeđenu učinkovitost sustava gospodarenja otpadom te na povećanu participaciju građana u procesu odvojenog prikupljanja otpada. Ukupno povećanje od više od 14 postotnih poena u dvije godine predstavlja relevantan doprinos ostvarenju ciljeva održivog upravljanja resursima i okolišnog planiranja.

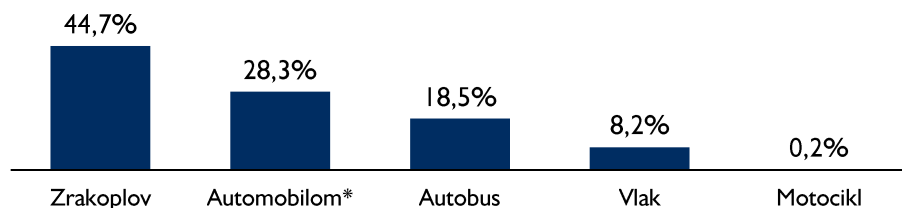
2.3.5. Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane (Anketa gospodarskih subjekata)

Uzorak prikupljen u primarnom istraživanju nije relevantan te se ne može obraditi u okviru ovog pokazatelja.

2.4.1. Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta

Na razini grada Zagreba ne postoji objavljen dokument strategije i/ili plana koji sadrži mjere zaštite i očuvanja baštine na području destinacije. Dodatno, nije uspostavljen sustav praćenja efikasnosti provedenih mjera zaštite i očuvanja baštine na području Zagreba.

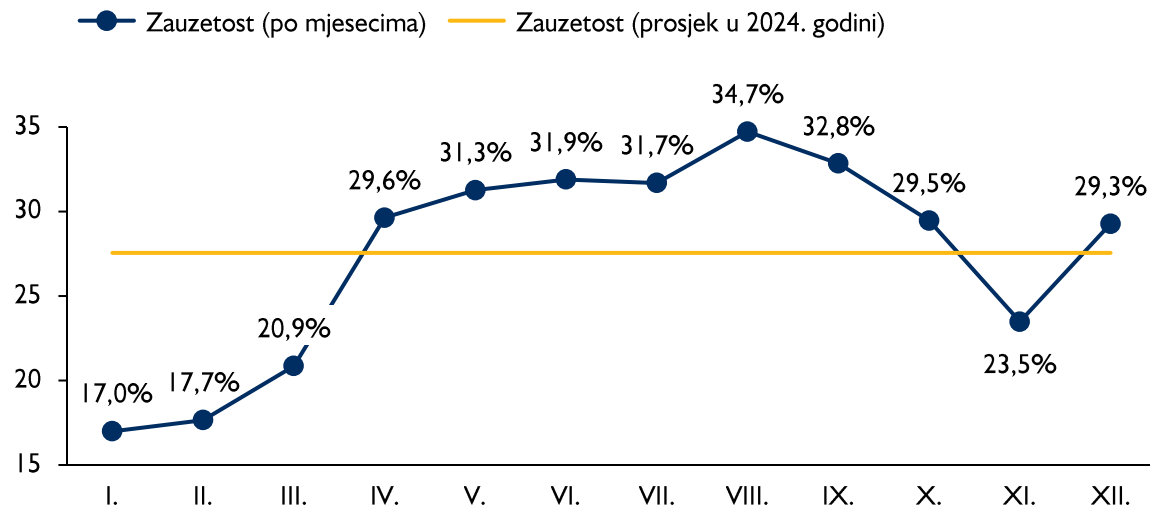
2.5.2. Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište



*uključujući automobilom s kamp-kućicom i kamper

Od 523 ispitanika u anketi turista i jednodnevnih posjetitelja, gotovo 45% ispitanika u destinaciju je došlo zrakoplovom. Drugo najpopularnije sredstvo dolaska je automobil, a slijede autobus i vlak, s malim brojem turista koji su došli motociklom. Ovaj trend pokazuje kako je Zagreb primarno *fly-in* destinacija te dodatno naglašava bitnost povezanosti grada sa zračnom lukom. Istovremeno, mali je udio turista koji dolazi autobusom ili vlakom, što pokazuje da postoji prostor za poboljšanje prometne povezanosti s tim oblicima prijevoza. S druge strane, visok udio dolazaka automobilom upućuje na dobru regionalnu cestovnu povezanost grada.

3.1.1. Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima po mjesecu i prosjek za godinu



Godišnja prosječna popunjenost smještajnih kapaciteta u Zagrebu iznosi 27,6%, što je blago ispod državnog prosjeka od 28,2% za 2024. godinu. Analiza sezonske distribucije pokazuje da je popunjenost relativno stabilna tijekom većeg dijela godine. Međutim, prvi kvartal bilježi značajan pad zauzetosti kapaciteta, osobito mjeseci siječanj i veljača, što u konačnici snižava godišnji prosjek. Razlozi leže u ograničenoj ponudi turističkih sadržaja u zimskim mjesecima, kao i nepovoljnim vremenskim uvjetima koji dodatno utječu na smanjeni broj dolazaka i noćenja.

Ipak, ovakav obrazac sezonalnosti potvrđuje cjelogodišnji karakter Zagreba kao urbane destinacije sa sezonskim „padom” u zimskom razdoblju, ali i ukazuje na prostor za razvoj ponude i programa u siječnju, veljači i ožujku kako bi se povećala iskoristivost smještajnih kapaciteta i dodatno stabilizirao godišnji prosjek.

3.1.2. Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima (Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja)

Prema provedenom istraživanju, prosječna dnevna potrošnja posjetitelja u Zagrebu iznosi 106,8 eura po osobi. Gosti koji borave u komercijalnom smještaju ostvaruju višu prosječnu potrošnju, u iznosu od 114,4 eura dnevno, dok jednodnevni posjetitelji, koji ne ostvaruju noćenje, troše prosječno 94,6 eura dnevno. Prosječna dnevna potrošnja uključuje dnevne troškove turista bez troškova smještaja i prijevoza.

Razlika u potrošnji između ovih dviju skupina ukazuje na snažniji ekonomski učinak višednevnih turista, što je povezano s dodatnim troškovima i većom konzumacijom ponuđenih sadržaja u destinaciji kod gostiju koji u destinaciji borave dulje.

3.2.1. Produktivnost rada u području Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja

Pokazatelj produktivnosti rada u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Zagreba na godišnjoj razini iznosi 76,95 tisuće EUR prihoda po zaposleniku. Vrijednost je izračunata omjerom ukupnih prihoda poslovnih subjekata u sektoru (1,77 milijardi EUR) i broja zaposlenih na temelju sati rada (22.952 osoba).

3.2.2. Bruto dodana vrijednost ostvarena u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja

Bruto dodana vrijednost ostvarena u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području grada Zagreba iznosi 755,02 milijuna EUR. Ovaj iznos predstavlja razliku između ukupne vrijednosti outputa i intermedijarne potrošnje. Ostvarena vrijednost potvrđuje relevantnost sektora turizma i ugostiteljstva u gospodarskoj strukturi Zagreba.

3.2.3. Udio malih i srednjih poduzeća u ukupnom broju poduzeća u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

U djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Zagreba aktivno je ukupno 3.377 poduzeća. Prema broju zaposlenih, 99,8% čine mala i srednja poduzeća, dok je prema ostvarenim prihodima taj udio 99,9%.*

Ova struktura potvrđuje prevladavajući udio malih i srednjih subjekata u turističko-ugostiteljskom sektoru te ukazuje na potrebu usmjeravanja razvojnih politika i mjera potpore prema ovom segmentu gospodarstva.

3.2.4. Udio poslovnih subjekata u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane koja su u pretežitom domaćem vlasništvu

Podaci nisu dostupni na razini Zagreba prema zadanoj metodologiji.

3.2.5. Postotak muškaraca i žena zaposlenih u području I Djelatnost pružanja smještajate pripreme i usluživanja hrane

Prema podacima za 2024. godinu, u sektoru pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Gradu Zagrebu zaposleno je 10.160 muškaraca i 7.769 žena, čime su žene činile 43,3% ukupnog broja zaposlenih u sektoru. U 2023. godini udio zaposlenih žena bio je nešto viši (44,5%), uz prosjek od 7.450 zaposlenih žena naspram 9.288 muškaraca. Na razini Republike Hrvatske sektor bilježi strukturu s, u prosjeku, više zaposlenih žena. U 2024. godini žene su činile 51,6% zaposlenih, a u 2023. godini 52,2%. Na nacionalnoj razini žene čine nešto veći udio radne snage u sektoru dok je u Zagrebu udio muškaraca veći.

3.2.6. Zaposlenost u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema dobi, stupnju obrazovanja te vrsti ugovora (Anketa gospodarskih subjekata)

Na anketu gospodarskih subjekata odgovorio je 21 subjekt, stoga prikupljeni uzorak nije reprezentativan na razini grada Zagreba.

3.2.7. Postotak nedomicilnih radnika zaposlenih u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Ukupan broj zaposlenih u I Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Zagrebu iznosi 22.952 osoba, od čega 2.344, odnosno 10,21%, čine strani radnici. Ovaj udio nedomicilnih radnika ukazuje na činjenicu da potrebu za radnom snagom u sektoru primarno zadovoljava domaća radna snaga, no prisutnost stranih radnika ukazuje na postojanje strukturnog manjka lokalne radne snage u ugostiteljstvu i turizmu.

4.2.2. Specifična strategija za marketing izvansezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine

Grad Zagreb, kao destinacija s izraženom cjelogodišnjom turističkom aktivnošću, temelji svoje promotivne aktivnosti na konceptu kontinuirane vidljivosti i dostupnosti tijekom cijele godine. Umjesto podjele na sezonsko i izvansezonsko razdoblje, pristup marketingu destinacije usmjeren je na stalnu prisutnost na tržištu i održavanje interesa u svim razdobljima godine, čime se podržava stabilna sezonalnost turističkih dolazaka.

Strateško-operativni marketinški plan Turističke zajednice grada Zagreba za razdoblje 2024. – 2028. definira sveobuhvatne ciljeve i smjernice za pozicioniranje destinacije s naglaskom na održivost, diferencijaciju i tematsku raznolikost. Iako plan nema posebno poglavlje o izvansezonskim aktivnostima, usmjeren je na cjelogodišnje poslovanje te promociju raznovrsnih sadržaja i doživljaja, čime se obuhvaćaju sva ključna razdoblja bez potrebe za dodatnim razgraničenjem.

4.3.1. Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi

Trenutačni podaci o broju kuća i stanova za odmor nisu u potpunosti pouzdani, ali s obzirom na uvođenje poreza na nekretnine, preciznije će se moći pratiti njihov broj kroz buduće porezne evidencije.

3. Opća analiza stanja destinacije



3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza prometne infrastrukture



Metodologija analize prometne infrastrukture

Analiza prometne infrastrukture uključuje analizu prometne infrastrukture u četiri kategorije:



Zračna povezanost Zagreba analizirana je kao bitna stavka prometne povezanosti destinacije na europskoj, ali i globalnoj razini. Analizirani su trendovi kretanja putničkog prometa, zastupljenost letova prema destinacijama i avioprijevoznicima te je dodatni fokus stavljen na MZLZ Franjo Tuđman kao ključnu infrastrukturnu točku.

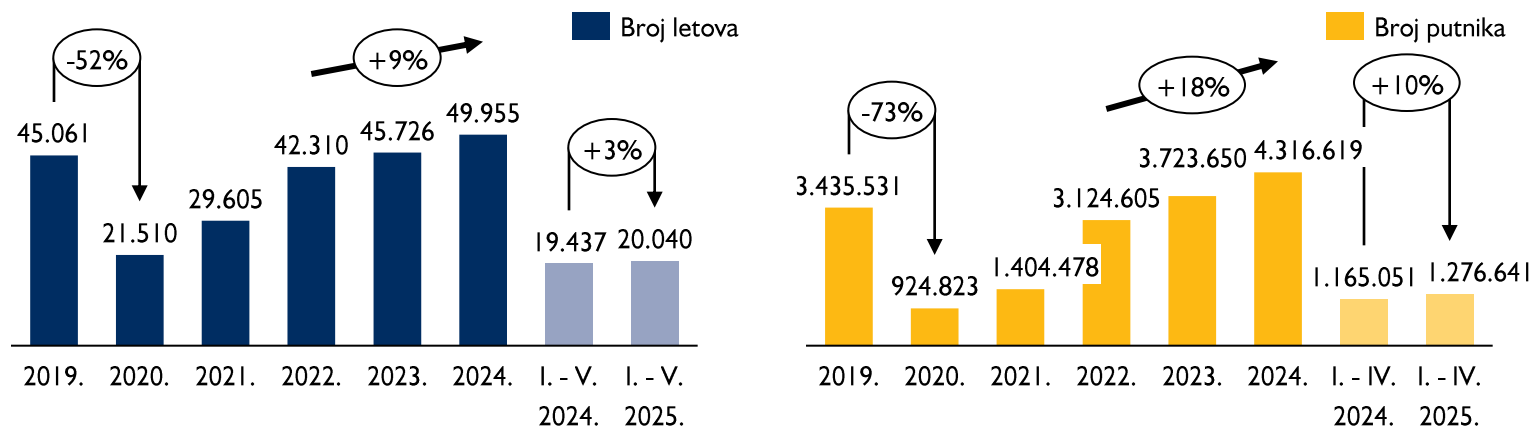
Analiza cestovne infrastrukture obuhvaća dostupnost Zagreba, povezanost s drugim destinacijama te gradsku cestovnu mrežu. Posebno je analiziran Autobusni kolodvor Zagreb kao ključna točka dolaska autobusom, uz procjenu javnih i privatnih parkirališnih kapaciteta zbog razumijevanja izazova s parkingom u središtu grada.

Fokus analize željezničkog prometa je pozicija Zagreba u europskoj željezničkoj mreži i povezanost s europskim destinacijama. Kao ključna točka željezničke infrastrukture u Zagrebu, detaljno je analiziran Glavni željeznički kolodvor.

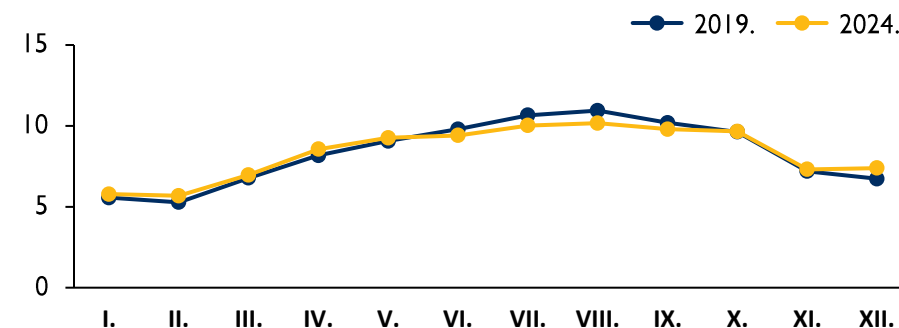
Javni prijevoz u Zagrebu analiziran je kroz prometnu infrastrukturu autobusa i tramvaja, uključujući linije, vozni park, terminale i stajališta. Fokus je na njihovoj povezanosti, pristupačnosti i kvaliteti usluge, uz naglašene projekte modernizacije i proširenja mreže koji doprinose boljoj mobilnosti i održivosti gradskog prijevoza.

MZLZ Franjo Tuđman bilježi stabilan rast broja putnika i letova te u 2023. godini prelazi razinu prometa iz 2019. godine

Broj letova i putnika u MZLZ Franjo Tuđman, V. 2019. – V. 2025



Sezonalnost broja putnika na MZLZ Franjo Tuđman, 2019. – 2024. (u %)



Kroz MZLZ Franjo Tuđman godišnje prođe više od 4 milijuna putnika. Iako je pandemija COVID-19 uzrokovala snažan pad prometa te je broj putnika u 2020. godini pao za gotovo 75%, a broj letova za 52%, zračna luka se relativno brzo oporavila. Već 2023. godine broj putnika i broj letova premašio je razinu iz 2019. godine.

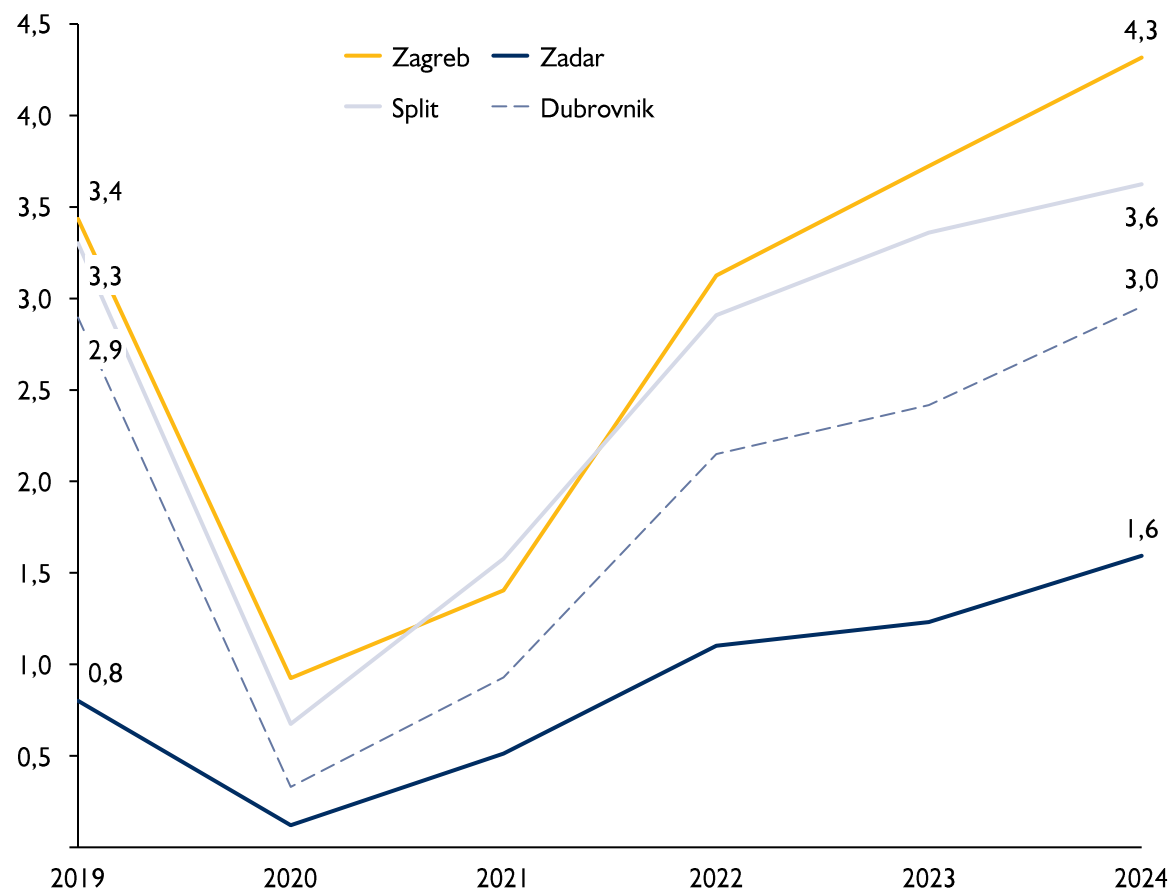
U 2024. godini u Zagrebu je zabilježeno gotovo 50.000 letova, uz složenu godišnju stopu rasta u razdoblju od 2022. do 2024. godine od 9%, dok je broj putnika nastavio rasti bržim tempom, uz stopu od 18% u istom razdoblju. Veći porast broja putnika u razdoblju od 2022. godine do 2024. godine ukazuje na porast popunjenosti letova.

Tijekom prvih četiri mjeseca 2025. godine zabilježeno je 10% više putnika i 3% više letova nego u istom razdoblju prethodne godine. Iako je rast u obje kategorije u prva četiri mjeseca sporiji od godišnjeg rasta u razdoblju od 2022. do 2024. godine, što može ukazivati na usporavanje trenda, ljetni mjeseci, u kojima je promet tradicionalno pojačan, mogli bi imati značajan utjecaj na ukupni godišnji rezultat. Dodatno, s obzirom na veći rast broja putnika od broja letova, i u 2025. godini nastavlja se trend veće popunjenosti letova.

MZLZ Franjo Tuđman pokazuje stabilnu sezonalnost, koja se značajno nije mijenjala od 2019. godine. Srpanj, kolovoz i rujna ostaju mjeseci s najvećim udjelom putnika, zajedno čineći nešto više od 30% godišnjeg prometa.

MZLZ Franjo Tuđman u 2024. godini bilježi snažan rast broja putnika od 26% u odnosu na 2019. godinu

Broj putnika u odabranim nacionalnim zračnim lukama, 2019. – 2024. g (u mil.)



Zračna luka	Promjena u broju putnika od 2019. do 2024. g
Zagreb	26%
Split	10%
Dubrovnik	2%
Zadar	99%

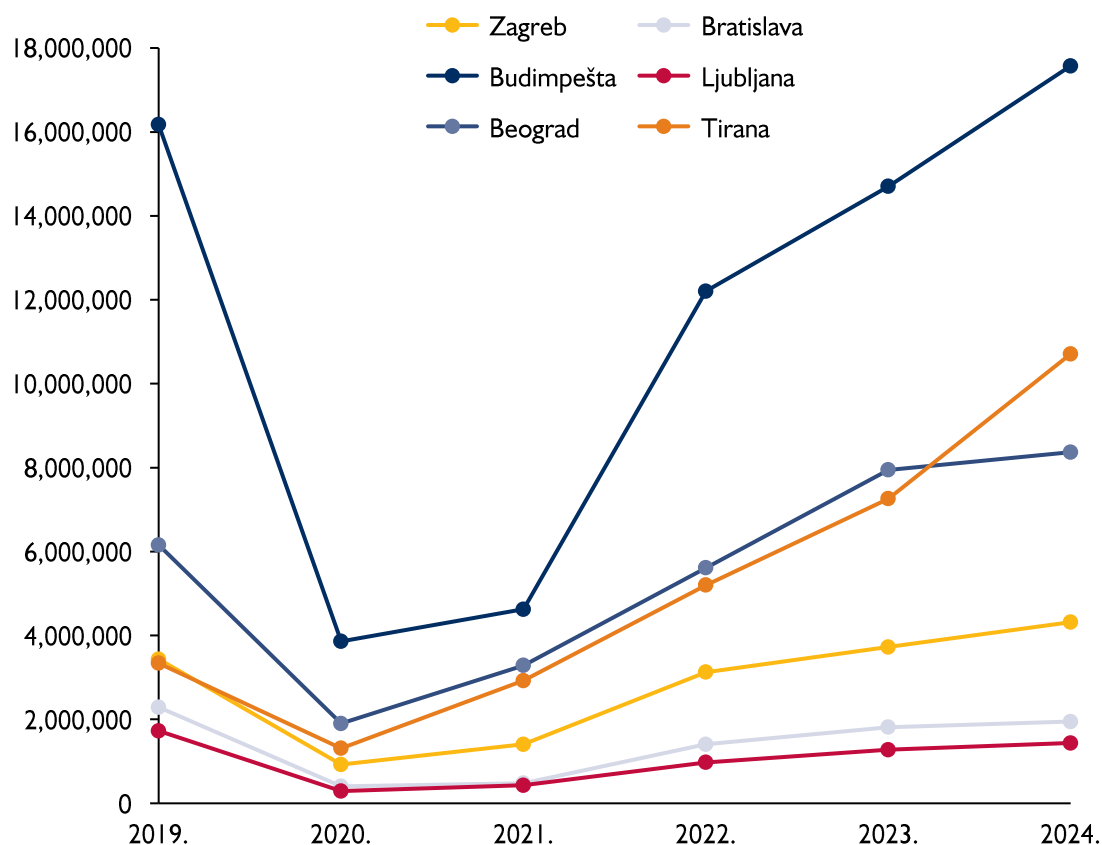
Iako je MZLZ Franjo Tuđman najvažnije nacionalno zračno čvorište te ostvaruje zapažene stope rasta, zračna povezanost Zagreba ima prostor za napredak.

Unatoč činjenici da bilježi porast broja putnika od 26% u odnosu na 2019. godinu, što predstavlja drugu najveću stopu rasta među analiziranim zračnim lukama, komparativna analiza pokazuje kako drugi aerodromi, poput Zadra, bilježe znatno bolje stope rasta. Zračna luka Zadar je u istom razdoblju zabilježila rast od 99%, no bitno je istaknuti kako je broj putnika na početku promatranog razdoblja u Zadru iznosio oko 800 tisuća dok je u ostalim zračnim lukama bio značajno viši.

U ljetnoj sezoni 2025. godine, zagrebačka zračna luka povezana je sa 70 destinacije putem 20 avioprijevoznika. Istodobno, Zadar, s više nego dvostruko manjim brojem putnika, ostvaruje povezanost sa 64 destinacije, primarno zbog velikog broja letova koje nudi jedan niskotarifni prijevoznik, koji Zračnu luku Zadar koristi kao primarnu zračnu luku na području Hrvatske za ponudu letova.

Iako bilježi oporavak, MZLZ Franjo Tuđman ima prostora za daljnji rast

Broj putnika u regionalnim zračnim lukama u razdoblju 2019. – 2024. godine



Za kontekstualizaciju performansi, MZLZ Franjo Tuđman analizirana je u usporedbi s relevantnim regionalnim aerodromima – Beogradom, Ljubljanom, Budimpeštom i Bratislavom. Beč je izostavljen iz analize, iako je konkurentna destinacija Zagrebu, zbog svoje pozicije ključnog europskog zračnog čvorišta, čije su performanse značajno veće od Zagreba. U analizu je uključena i Tirana, zbog svoje brze ekspanzije u posljednjih pet godina, što ju čini zanimljivim primjerom u regionalnom kontekstu.

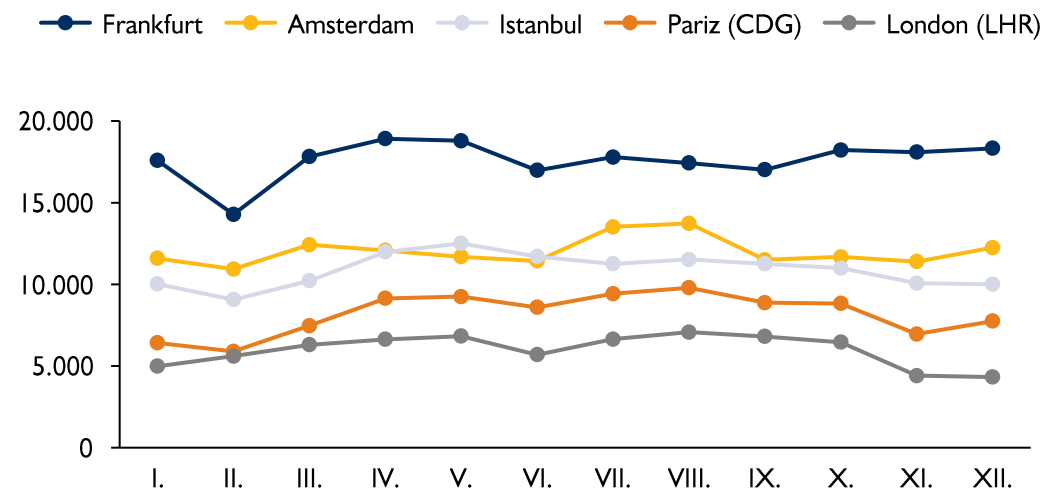
Među analiziranim aerodromima, Ljubljana i Bratislava još nisu dosegle broj putnika iz 2019. godine. Bratislava je na 85%, dok je Ljubljana, zbog gubitka nacionalnog avioprijevoznika, zabilježila pad od 17%. Svi ostali aerodromi bilježe oporavak. Budimpešta, iako s najvećim apsolutnim brojem putnika (17,6 milijuna u 2024.), ostvarila je najmanji rast u odnosu na 2019. godinu, od 9%. Slijedi Zagreb, koji je u 2024. godini nadmašio broj putnika iz 2019. godine za 26%, dosegnuvši 4,3 milijuna putnika. Beograd je zabilježio povećanje broja putnika za 36%, dosegnuvši 8,4 milijuna, što je primarno rezultat intenzivnog širenja zračne povezanosti s novim destinacijama, ali i činjenici da je ključni međunaordni aerodrom na nacionalnoj razini.

U analiziranom setu zračnih luka se ističe Tirana, koja u regionalnom kontekstu aviopovezanosti sve više dobiva na značaju. Tirana je 2019. godine imala broj putnika usporediv sa Zagrebom (3% manje), a do 2024. godine povećala je svoj putnički aviopromet za 221%. Osim strateških ulaganja u infrastrukturu, strategija snažne ekspanzije se temeljila na uspostavi i jačanju niskotarifnih aviokompanija, čime je značajno unaprijedila svoju zračnu povezanost u kratkom vremenu.

Povezanost sa zapadnoeuropskim destinacijama raste, ali Zagreb još nema izravan pristup ključnim interkontinentalnim tržištima – SAD i Azija

Zračne luke s najviše dostupnih sjedala na letovima za Zagreb i frekventnost letova odabranih destinacija u 2024. godini

Zračna luka	Broj dostupnih sjedala	Udio u ukupnom broju dostupnih sjedala	Promjena broja dostupnih sjedala 2024./2023.
Frankfurt	207.338	3,7%	+0,6%
Dubrovnik	165.052	3,0%	+1,9%
München	145.008	2,6%	+46,2%
Amsterdam	144.068	2,6%	+14,5%
Split	131.240	2,3%	+3,6%
Istanbul - Atatürk Airport	130.574	2,3%	+9,3%
Pariz - Charles de Gaulle	98.306	1,8%	+10,4%
Beč	93.608	1,7%	-5,9%
London - Stansted	82.303	1,5%	+28,5%
London - Heathrow	71.744	1,3%	+2,3%

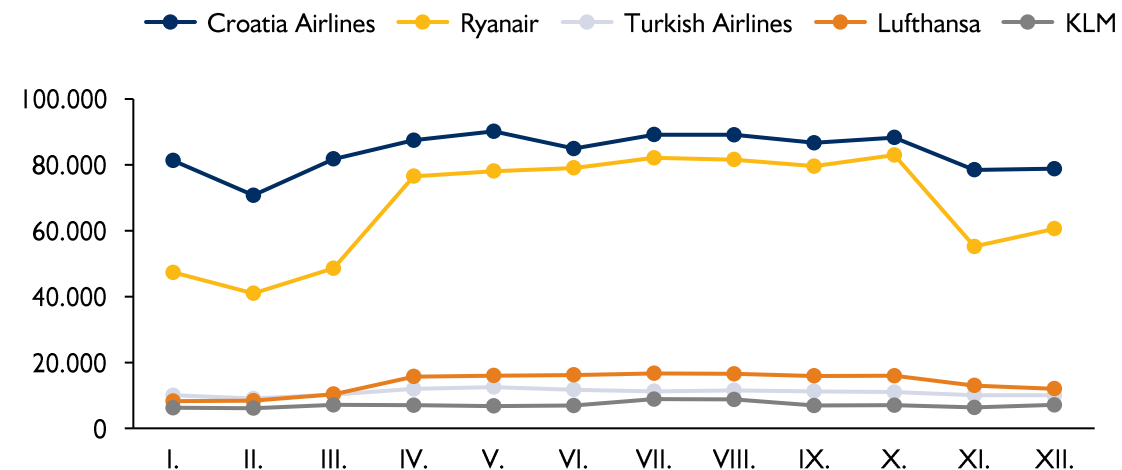
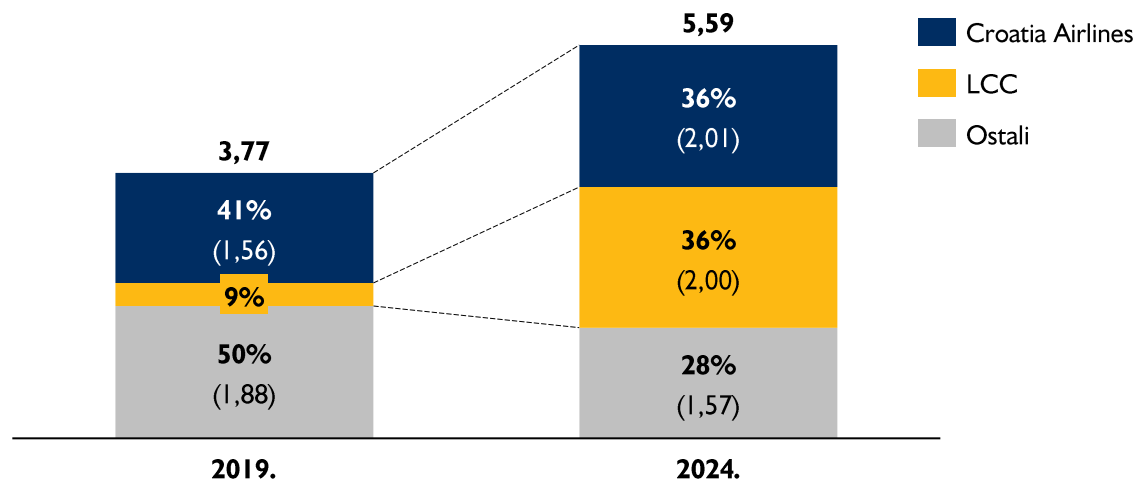


- Najveći broj sjedala na letovima za Zagreb dostupno je s područja Njemačke, gdje je iz Frankfurta i Münchena zajedno dostupno gotovo 355 tisuća sjedala godišnje, dok je zahvaljujući londonskim zračnim lukama Ujedinjeno Kraljevstvo na drugom mjestu
- Zračna luka u Beču jedina je zračna luka u top 10 koja je ostvarila pad ponuđenih sjedala u 2024. godini
- Sezonalnost dostupnih sjedala kreće se jednako u prema najvećim zračnim lukama, uz porast u predsezonskom razdoblju na letovima u Frankfurt i porast u ljetnim mjesecima na letovima u Amsterdam
- U 2025. godini, Zagreb je povezan s 5 destinacija više nego u 2022. i 4 više nego u 2024. godini

MZLZ Franjo Tuđman širi mrežu destinacija i jača povezanost s ključnim europskim tržištima, no i dalje nedostaje veći broj long-haul letova prema SAD-u i Aziji.

Croatia Airlines bilježi pad u udjelu ponude radi ulaska novih aviokompanija na tržište, ali značajno podiže broj dostupnih sjedala u promatranom razdoblju

Pregled broja dostupnih sjedala prema ključnim avioprijevoznicima 2019. i 2024. godine i frekventnost letova u 2024. godini



- Broj dostupnih sjedala nacionalnog avioprijevoznika Croatia Airlines na MZLZ Franjo Tuđman zabilježio je snažan porast u odnosu na 2019. godinu od gotovo 450 tisuća sjedala (s 1,56 na 2,01 milijuna sjedala)
- Temeljem rasta broja ponuđenih sjedala, Croatia Airlines je zadržala najveći udio dostupnih sjedala. No, uslijed rasta udjela ostalih aviokompanija, udio Croatia Airlines u ukupnom broju sjedala zabilježio je pad s 55% u 2019. na 36% u 2024. godini.
- Niskotarifne aviokompanije zabilježile su rast udjela s 9% u 2019. godini na 36% u 2024. godini
- U zimskom razdoblju vidljiv je blagi pad u ponudi sjedala Croatia Airlinesa, ali značajniji pad u ponudi jednog niskotarifnog avioprijevoznika, dok ostale aviokompanije imaju kontinuiranu ponudu tijekom godine, no sa značajno manje dostupnih sjedala na letovima

Brza ekspanzija niskobudžetnih aviokompanija postavlja izazove za stratešku poziciju nacionalnog avioprijevoznika, dok ograničena prisutnost drugih tradicionalnih kompanija može u dužem roku negativno utjecati na ponudu višeg standarda i dugoročnu stabilnost aerodroma.

Zagreb predstavlja regionalno cestovno čvorište s dobrim pristupom europskim tržištima

Cestovna povezanost grada Zagreba s odabranim destinacijama

Destinacija	Udaljenost	Vrijeme putovanja*
Beč	371 km	3 h 45 min
Budimpešta	350 km	3 h 15 min
Ljubljana	148 km	2 h min
Milano	650 km	6 h 30 min
München	556 km	5 h 50 min
Sarajevo	410 km	4 h 30 min
Beograd	396 km	3 h 40 min
Rim	892 km	8 h 30 min
Zürich	868 km	8 h 50 min
Prag	643 km	6 h 40 min



Zagreb se ističe kao glavno prometno čvorište Hrvatske, s izravnim pristupom svim ključnim prometnim koridorima. Grad je polazišna točka nacionalne mreže autocesta koja omogućuje učinkovitu povezanost s ostatkom zemlje i širim europskim prostorom.

Najvažnija prometna os je autocesta A1, koja povezuje Zagreb s južnim dijelom zemlje – uključujući Split, te do Ploča kao ulaza prema Dubrovniku.

Zahvaljujući razvijenoj mreži autocesta, Zagreb je cestovno izvrsno povezan s ključnim gradovima srednje, južne, istočne i zapadne Europe. U europskom kontekstu, autocesta A3 (dionica Transeuropskog koridora X) povezuje Zagreb sa zapadnoeuropskim tržištima preko Slovenije (Bregana) te s jugoistokom Europe prema Srbiji i Turskoj (Lipovac – Bajakovo).

Autocesta A6 pruža direktnu poveznicu s lukom Rijeka, čime Zagreb ostvaruje strateški izlaz na Jadransko more i pomorske trgovačke tokove.

Dodatne poveznice uključuju autocestu A4 prema Mađarskoj i Budimpešti te autoceste A2 i A3, koje povezuju Zagreb sa Slovenijom preko graničnih prijelaza Macelj i Bregana. U tijeku je i postupna izgradnja autoceste A1 prema Sisku, čime se jača povezanost središnje i sjeveroistočne Hrvatske.

Zagreb je izvrsno cestovno povezan na državnoj, ali i međunarodnoj razini, s 5 autocesta i 3 europska prometna pravca koji uključuju Zagreb

Međunarodna cestovna povezanost



Zagreb se nalazi na vrlo dobroj prometnoj poziciji unutar Republike Hrvatske kao i na razini Europe. Oko Zagreba se preklapaju tri europska prometna pravca:

- **E59**: Češka – Austrija – Slovenija – Hrvatska
- **E65**: Švedska – Poljska – Češka – Slovačka – Mađarska – Hrvatska – BiH – Hrvatska – Crna Gora – Kosovo – Makedonija – Grčka
- **E70**: Španjolska – Francuska – Italija – Slovenija – Hrvatska – Srbija . Rumunjska – Bugarska – Turska – Gruzija

Od glavnih pravaca na razini Hrvatske, Zagreb je direktno spojen na 5 pravaca hrvatskih autocesta:

- **A1**: Zagreb – Split – Ploče
- **A2**: Zagreb – Macelj
- **A3**: Bregana - Lipovac
- **A4**: Zagreb – Goričan
- **A11**: Zagreb – Sisak

Vrlo dobra cestovna prometna povezanost kao i pozicija na bitni prometnim pravcima pruža Zagrebu vrlo dobru povezanost i sa susjednim zemljama. Zagreb je direktno povezan s graničnim prijelazima sa Slovenijom (Bregana i Macelj), Mađarskom (Goričan), BiH (Stara Gradiška) i Srbijom (Lipovac).

Unatoč velikom broju parkirnih mjesta, u središtu je prisutan pritisak na parkiranje, što upućuje na potrebu daljnjeg unaprjeđenja sustava

Pregled parkirališnih zona i blokova na području Zagreba*

Parkirna mjesta	Zona I.	Zona I.1	Zona I.2	Zona II	Zona III	Zona IV.1	Zona IV.2	Zona V	Ukupno
Pod naplatom	8.064	243	200	20.417	5.183	762	742	723	36.334
Invalidska	685	11	0	1.245	323	4	30	35	2.333
Rezervirana	733	69	0	833	184	4	7	8	1.838
Terase	99	2	0	88	26	0	0	0	215
Ukupno	9.581	325	200	22.583	5.716	770	779	766	40.720

U sustavu javnog parkiranja kojim upravlja Zagrebparking, podružnica Zagrebačkog holdinga, dostupno je 40.720 parkirnih mjesta, od kojih je 36.334 pod naplatom. Podaci se odnose na parkirna mjesta u mreži Zagrebparkinga, dok objedinjeni podatak o ukupnom broju parkirnih mjesta na razini cijelog grada, uključujući parkiranje izvan sustava naplate i privatne kapacitete, nije raspoloživ u jedinstvenom sustavu praćenja.

U užem središtu grada prisutan je povišeni pritisak na parkiranje, osobito u razdobljima vršnih opterećenja, što dodatno naglašava potrebu za upravljanjem potražnjom i postupnim premještanjem parkiranja s površine radi oslobađanja prostora za pješake i bicikliste.

Park&ride parking zona



U Zagrebu je uvedena prva formalna *park&ride* zona, smještena u industrijskom području Borongaj. Dizajnirana je kako bi omogućila dnevnim korisnicima, a osobito zaposlenicima i posjetiteljima bolnice Rebro, da parkiraju svoja vozila na vanjskom parkiralištu i nastave putovanje prema bolnici koristeći javni prijevoz. Time se ciljano smanjuje prometno opterećenje koje stvara bolnički kompleks, što ima pozitivan učinak na smanjenje prometnih gužvi, zagađenja zraka i otežanog parkiranja. S korisničke strane, ovakav model predstavlja povoljnu i praktičnu opciju koja potiče prelazak s privatnog na javni prijevoz.

U Zagrebu se planira daljnje proširenje *park&ride* sustava, s idejom uspostave dodatnih zona u strateškim dijelovima grada te spajanje na druge vrste prijevoza (željeznički, autobusni i dr.), što će dodatno olakšati pristup gradskoj jezgri i smanjiti pritisak na gradske prometnice kako za stanovnike, tako za turiste i jednodnevne posjetitelje.

Garaže Klaićeva i Paromlin omogućuju premještanje parkiranja s površine, oslobađanje prostora za pješake i bicikliste te unaprjeđenje ambijenta grada

Projekti reorganizacije parkiranja i unaprjeđenja javnog prostora

Garaža Klaićeva

Projekt podzemne garaže u Klaićevoj ulici usmjeren je na premještanje dijela parkiranja s površine u podzemlje kako bi se zona oslobodila za pješake i bicikliste te omogućilo kvalitetnije uređenje javnog prostora i unaprjeđenje ambijenta. Garaža je planiranog kapaciteta oko 800 parkirnih mjesta na tri podzemne etaže.

Premještanjem parkiranja stvaraju se preduvjeti za šire pločnike, sigurnije kretanje pješaka i biciklista te uređenije ulice s više prostora za boravak i urbanu opremu. Projekt je u fazi izrade projektne dokumentacije, s očekivanim početkom gradnje početkom 2027. godine i očekivanim završetkom tijekom 2028. godine.

Garaža Paromlin

U sklopu razvoja područja Paromlina planira se izgradnja podzemne garaže kapaciteta oko 330 parkirnih mjesta. Garaža je usmjerena na reorganizaciju parkiranja i omogućavanje uklanjanja dijela parkirnih mjesta s okolnih ulica i površina, čime se otvara prostor za pješačke i biciklističke koridore, uređenije javne površine i bolji ambijent zone. Time se smanjuje pritisak motornih vozila u neposrednom okruženju te se stvaraju uvjeti za kvalitetnije oblikovanje partera oko novih sadržaja i ugodniji doživljaj prostora.

Realizacija oba projekta omogućuje uklanjanje dijela parkiranja s površine i preusmjeravanje na podzemna parkirališta, čime se oslobađa prostor za pješčenje i bicikliranje te stvara kvalitetniji javni prostor i ugodniji ambijent. Time se doprinosi sigurnijem i protočnijem kretanju u zoni te većoj kvaliteti boravka.



Infrastrukturi Autobusnog kolodvora Zagreb potrebna je temeljita prilagodba modernim standardima kao i estetsko uređenje prostora kolodvora

Autobusni kolodvor Zagreb – detaljna analiza



Autobusni kolodvor Zagreb se sastoji od 44 perona za dolazne i odlazne linije te zatvorenog prostora s prodajnim mjestima, čekaonicama, komercijalnim sadržajima i informacijskim punktovima. Kolodvor ukupno obuhvaća oko 25.000 m² dok sama zgrada obuhvaća oko 17.000 m².

Kolodvor zadovoljava osnovne funkcionalne potrebe, no njegovo stanje pokazuje znakove zastarjelosti i potrebu za obnovom. Prostorni i putnički kapaciteti, broj dolaznih i odlaznih perona, broj prodajnih mjesta i dr. u potpunosti zadovoljavaju sve potrebe uključujući vršna opterećenja u turističkoj sezoni. Iako su uvedene neke digitalne usluge, trenutna razina digitalizacije još uvijek zaostaje za standardima usporedivih europskih kolodvora.

Pristupačnost kolodvoru ograničena je zbog česte zagušenosti predviđene *drop-off* zone parkiranim taksijima, što otežava zaustavljanje drugih vozila i usporava promet.

U prostorima samog kolodvora putnicima su na raspolaganju razne usluge koje uključuju: blagajne za prodaju karata (fizičke i digitalne), mjenjačnice, bankomati i trgovine, *fastfood* poslovnice, kafići, sanitarni čvorovi, prostor za odmor te garderoba i skladište za prtljagu. Ponudeni sadržaji ostavljaju prostor za unaprjeđenje korisničkog iskustva kroz modernizaciju i sofisticaciju komercijalnog prostora kolodvora.



Zastarjela infrastruktura zajedno s ograničenom ponudom komercijalnih sadržaja, smanjuju atraktivnost Glavnog željezničkog kolodvora kao ulazne točke u grad

Glavni kolodvor Zagreb – detaljna analiza



Glavni željeznički kolodvor u Zagrebu, izgrađen 1892. godine, raspolaže s osnovnom infrastrukturom (šest perona, glavna zgrada, čekaonice, blagajne i komercijalni sadržaji), ali ne zadovoljava potrebe suvremenog željezničkog prometa. Unatoč djelomičnoj modernizaciji pojedinih prostora, ključni sustavi poput signalizacije, informiranja putnika i pristupačnosti tehnički su zastarjeli.

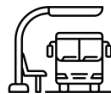
Objekt nije redovito održavan, a prostorni i tehnički kapaciteti ne prate razvoj prometa ni očekivanja korisnika. Sigurnosni nadzor je slab, posebno u noćnim satima, a osnovni sadržaji, poput čekaonica i garderoba, često ne ispunjavaju standarde udobnosti i sigurnosti.

Jedan od izraženijih problema je nedostatak funkcionalne povezanosti s drugim prometnim čvorištima. Također ne postoji jasna veza ni sa zračnom lukom, što dodatno ograničava učinkovitost kolodvora u širem prometnom sustavu grada. Internacionalne linije prema gradovima poput Beča, Ljubljane, Budimpešte i Münchena postoje, ali su rijetke i nedovoljno konkurentne u odnosu na alternativne oblike prijevoza (primarno autobusni i zračni promet).

Zagrebački Glavni kolodvor suočava se s potrebom prilagodbe suvremenim standardima željezničkog prometa. Unaprjeđenje infrastrukture i bolja povezanost s ostalim prometnim čvorištima doprinijeli bi njegovoj funkcionalnosti i konkurentnosti.

Zagreb modernizira javni prijevoz kroz elektrifikaciju autobusa i ulaganja u tramvajsku infrastrukturu, no izazovi gužvi i kašnjenja i dalje ostaju

Infrastruktura javnog autobusnog prijevoza



Autobusni promet u Zagrebu ima važnu prometnu ulogu kroz mrežu od 285 vozila u svakodnevnom prometu. U proteklim godinama provedena su značajna ulaganja u modernizaciju autobusne infrastrukture i flote. Grad je uspješno završio nabavu 65 novih dizel autobusa s najvišim Euro 6 emisijskim standardom, čime je znatno smanjen utjecaj na okoliš i unaprijeđena sigurnost i udobnost putnika. Uz to, u tijeku je projekt nabave 62 nova električna autobusa vrijednih 50 milijuna eura.

Pored obnove i proširenja voznog parka, uređeni su i autobusni terminali te prateća infrastruktura. Primjerice, u ožujku 2021. godine završena je temeljita rekonstrukcija autobusnog terminala Črnomerec vrijedna gotovo osam milijuna kuna.

ZET upravlja mrežom od 137 autobusnih linija koje pokrivaju urbane i prigradske rute ukupne duljine višestruko većeg obuhvata od tramvajskog sustava. Radno vrijeme i frekvencija linija prilagođeni su potrebama putnika, ali infrastruktura stanica i stajališta prolazi kroz stalne modernizacije radi boljeg dočeka putnika i dostupnosti, uključujući pristup za osobe s invaliditetom.

Unatoč napretku, autobusni sustav grada Zagreba ima određene izazove, poput prometnih zagušenja na cestama i prekomjernu popunjenost u špici, što usporava promet i utječe na točnost voznog reda. Grad stoga planira daljnja ulaganja u prometnu infrastrukturu kako bi povećao efikasnost i kvalitetu autobusnog prijevoza, uključujući poboljšanje prometnih tokova, obnovu stajališta te postavljanje pametnih sustava upravljanja prometom.

Infrastruktura javnog tramvajskog prijevoza



Tramvajski promet u Zagrebu predstavlja okosnicu javnog prijevoza s mrežom od 120 kilometara puga, 15 dnevnih i 4 noćne linije koje povezuju 255 tramvajskih stajališta. ZET upravlja flotom od 277 tramvajskih vozila različitih tipova, od kojih je 55% niskopodno i prilagođeno osobama s invaliditetom. Grad provodi modernizaciju vrijednu preko 350 milijuna eura, što uključuje nabavu 80 novih niskopodnih tramvaja s mogućnosti pogona na baterije u bežnaponskom stanju kontaktne mreže i regenerativnim kočenjem do 2027. godine. Novi tramvaji TMK2400 donose značajne tehnološke inovacije poput autonomne vožnje na baterije, USB priključaka, klima uređaja i naprednih sigurnosnih sustava. Paralelno se provodi temeljita obnova infrastrukture kroz dva velika EU financirana projekta modernizacije pruga i ispravljačkih stanica.

Nakon 20 godina stagnacije, Zagreb je pokrenuo povijesna proširenja mreže s dva velika projekta: tramvajska pruga Sarajevskom (2,25 km, 25 milijuna eura) koja će do kraja 2026. Povezati 35.000 novih korisnika, te tramvajska pruga Heinzelovom (3,7 km, 48 milijuna eura) s planiranim završetkom 2027. godine.

Unatoč velikim ulaganjima, tramvajski sustav suočava se s ozbiljnim izazovima poput smanjenja prosječne brzine za 19% u zadnjih 15 godina zbog prometnih zagušenja i nedovoljne kontrole rezerviranih traka. Budući planovi uključuju daljnju ekspanziju mreže, potpunu zamjenu starih vozila niskopodnim tramvajima te implementaciju pametnih prometnih sustava.

Razvoj javnog autobusnog i tramvajskog prijevoza kroz modernizaciju voznog parka, poboljšanje korisničkog iskustva i izgradnju infrastrukture, na pozitivan način utječe na ukupni turistički doživljaj destinacije te približava Zagreb modernim europskim metropolama.

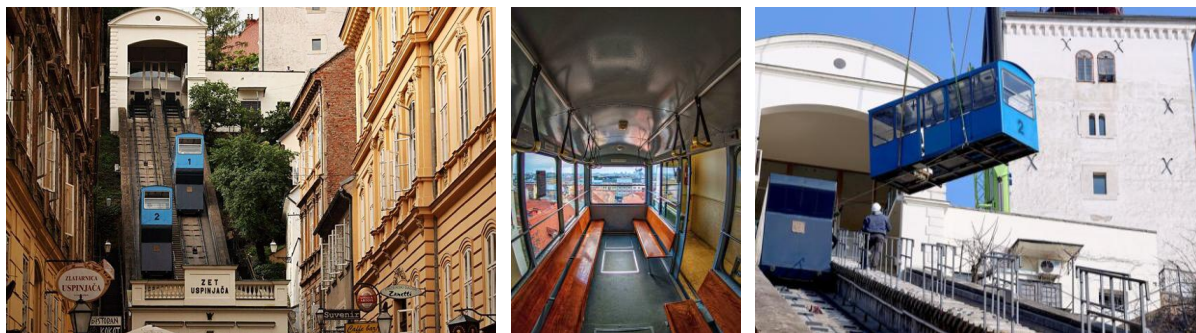
Uspinjača će nakon obnove ponovno biti jedna od glavnih atrakcija grada, dok je žičara temelj za daljnju turističku aktivaciju Medvednice

Ostali oblici javnog prijevoza

Uspinjača

Zagrebačka uspinjača, izgrađena 1890. godine, predstavlja jedan od najstarijih i najkraćih sustava uspravnog javnog prijevoza na svijetu s prugom dugom 66 metara koja spaja Donji i Gornji grad uz visinsku razliku od 30,5 metara. Ovaj simbol Zagreba služi preko 130 godina s dva vagona kapaciteta po 28 putnika koji voze brzinom od 1,5 m/s svakih 10 minuta od 06:30 do 22:00. U siječnju 2025. godine pokrenuta je opsežna revitalizacija vrijedna 7,2 milijuna eura koja uključuje potpunu zamjenu tračnica s antivibracijskim podlogama, novi trofazni motor, nove klima-kabine i prilagodbu pristupačnosti za osobe s invaliditetom.

Projekt financiran kroz proračun grada, EIB kredit i EU fondove trajat će do ožujka 2026. godine, tijekom čega će uspinjača biti potpuno zatvorena za promet. Radovi će osigurati tehnološku modernizaciju uz čuvanje izvornog oblika i konstrukcije koja je zaštićena kao spomenik kulture.



Žičara

Sljemenska žičara povezuje zagrebačko naselje Gračani s vrhom Sljemena preko 5 kilometara trase s visinskom razlikom od 830 metara, zamijenivši staru žičaru koja je radila od 1963. do 2007. godine. Nova žičara izgrađena je uz investiciju od 535 milijuna kuna (71 milijun eura) s modernim sustavom od 84 kabine kapaciteta po 10 putnika i ukupnim kapacitetom od 1.500 putnika na sat. Vožnja traje 16 minuta brzinom od 20 km/h kroz grijane kabine opremljene Wi-Fi vezom, video nadzorom i osvjetljenom trasom. Infrastruktura uključuje donju stanicu s podzemnim garažama za 200 vozila te gornju stanicu kod TV-tornja s pristupom planinarskim stazama i mogućnosti prijevoza bicikala za dodatnu naknadu. Vožnja Sljemenskom žičarom za građane Zagreba je besplatna, dok ostali putnici plaćaju 6 EUR po smjeru ili 10 EUR povratno. U planu je i izgradnja Interpretacijskog centra Medvednice u staroj gornjoj stanici, što će dodatno povećati atraktivnost i edukativnu vrijednost destinacije tijekom cijele godine.



BAJS nadopunjuje javni prijevoz kroz mrežu od 2.000 bicikala na 180 lokacija uz pristupačan model korištenja

Ostali oblici javnog prijevoza

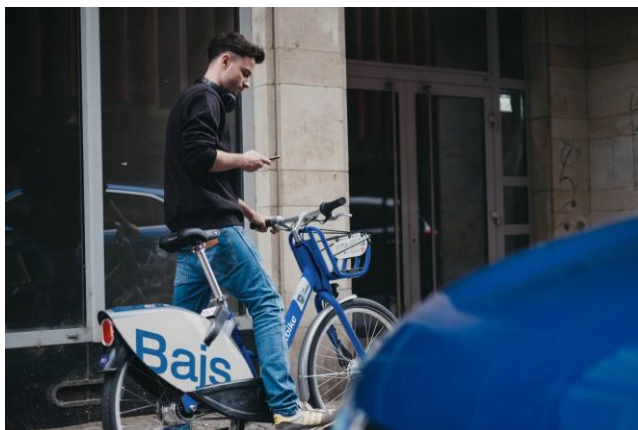
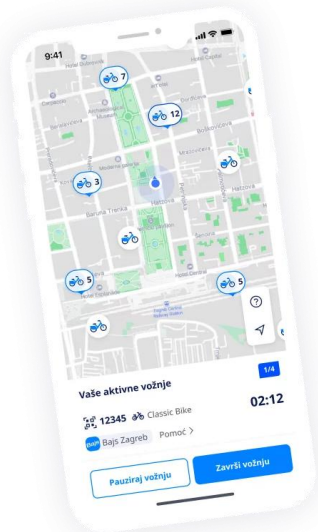
Bajs

**2.000****180**

BAJS predstavlja sustav javnih bicikala koji omogućuje korištenje bicikala kao jedne od opcija kretanja u prometnom sustavu Zagreba koji je pokrenut u kolovozu 2025. godine. Temelji se na mreži stanica raspoređenih na različitim lokacijama u gradu na kojima korisnici mogu preuzeti i vratiti bicikl. Mreža trenutno obuhvaća 2.000 bicikala raspoređenih na oko 180 lokacija, a korištenje je omogućeno putem mobilne aplikacije, pri čemu se bicikl može preuzeti na jednoj, a vratiti na drugoj stanici unutar mreže. Do kraja 2025. godine sustav bilježi oko 45.000 registriranih korisnika i približno 200.000 realiziranih vožnji.

Cijena korištenja temelji se na modelu kratkoročnog najma. Prilikom registracije korisnik plaća aktivaciju računa od 10 EUR, pri čemu se taj iznos pretvara u kredit za vožnje. Osnovna tarifa iznosi 0,50 EUR za svakih 30 minuta vožnje, dok su za češće korisnike dostupne pretplatne opcije, uključujući mjesečnu pretplatu od 5 EUR i godišnju pretplatu od 30 EUR.

Financiranje projekta realizirano je kroz četverogodišnji ugovor Grada Zagreba s operaterom, ukupne vrijednosti 9,3 milijuna EUR bez PDV-a. Ugovor obuhvaća nabavu i postavljanje bicikala, razvoj i održavanje aplikacije, operativno upravljanje te servisiranje i logistiku.



3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza prometne infrastrukture

3.2. Analiza komunalne infrastrukture



Metodologija analize komunalne infrastrukture

Komunalna infrastruktura ključna je za gospodarski i turistički razvoj, jer utječe na kvalitetu života lokalnog stanovništva i iskustvo posjetitelja.

Sukladno propisanoj metodologiji, analiza je provedena u četiri kategorije. Korišteni izvori informacija uključuju službene podatke Grada Zagreba, dostupne internetske baze i rezultate intervjua s relevantnim dionicima u destinaciji.

Cilj analize je identificirati ključne izazove i prilike, primarno iz perspektive turizma, ali i uzimajući u obzir specifičnosti Zagreba te potrebe lokalnog stanovništva. Fokus je stavljen na trenutno stanje infrastrukture, njezinu prilagođenost zahtjevima svakodnevnog funkcioniranja te mogućnosti unaprjeđenja kroz projekte i inicijative koji mogu doprinijeti razvoju pojedinih kategorija.

Analizirane kategorije



Turizam trenutno ne stvara dodatno opterećenje na komunalni sustav destinacije, budući da je sezonalnost turističkih dolazaka obrnuto povezana s kretanjem stanovnika

Gospodarenje otpadom

Podružnica Čistoća Zagrebačkog holdinga ključna je za gospodarenje otpadom i održavanje javnih površina. Provodi sakupljanje, reciklažu i čišćenje javnih prostora te zimsko održavanje. Sustav se i dalje oslanja na odlagalište Jakuševac, koje više ne zadovoljava potrebne kapacitete grada. Planira se izgradnja Centra za gospodarenje otpadom na jugoistočnom rubu grada, usmjerenog na obradu i uporabu otpada. Također, u planu je i izgradnja modernog Centra za ponovnu uporabu koji će objединiti aktivnosti ponovne uporabe, popravka i recikliranja materijala.

Trenutni aktualni problem gospodarenja otpadom u Zagrebu i dalje je odlagalište otpada Jakuševac, no u planu je izgradnja novog centra za gospodarenje otpadom

Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrba i odvodnja d.o.o. zaduženo je za javnu vodoopskrbu i odvodnju Zagreba i okolice. Najveći izazov je dotrajala mreža cjevovoda, stara prosječno 50 godina i visoki tlakovi u pojedinim dijelovima sustava, što uzrokuje pucanja, kvarove i gubitke vode od gotovo 50% godišnje. Odvodni sustav većinom je mješovit, pa oborinske i fekalne vode odvođe istim cjevovodom. Kako je vrlo malo izgrađenih cjevovoda za oborinsku odvodnju, prilikom ekstremnijih oborina dolazi do urbanih poplava. Planira se modernizacija: 25 km novih cjevovoda, 220 km kanalizacije, 28 crpnih stanica, 8 retencijskih bazena, uspostava nulte zone vodoopskrbe sustava i dogradnja uređaja za pročišćavanje na treći stupanj izgradnjom jedinice za termalnu hidrolizu i termalno sušenje mulja.

Kako bi se riješio problem prekomjernog opterećenja sustava vodoopskrbe i odvodnje koje dovodi do čestih problema, započet je sveobuhvatan projekt unaprjeđenja i proširenja infrastrukture

Energetska infrastruktura

U Zagrebu djeluju dvije ključne termoelektrane-toplane: EL-TO Zagreb na Trešnjevci, najveće i tehnološki najnaprednije kogeneracijsko postrojenje u državi, te TE-TO Zagreb na istoku, starije i infrastrukturno skromnije, ali važno za opskrbu toplinom i strujom. EL-TO je u fazi modernizacije kroz projekt nove plinske elektrane KKE EL-TO. HEP razvija i sunčane elektrane kako bi povećao udio obnovljivih izvora. Distribucijska mreža, iako razgranata, zahtijeva ulaganja u modernizaciju, sigurnost i digitalizaciju radi prilagodbe klimatskim izazovima i rastućim potrebama.

Primarnu elektroenergetsku infrastrukturu u Zagrebu čine dvije termoelektrane – toplane, dok postoji veliki potencijal za širu integraciju obnovljivih izvora energije

Telekomunikacijska infrastruktura

Zagreb razvija digitalnu i telekomunikacijsku infrastrukturu kao temelj razvoja pametnog grada. Fokus je na širenju optičkih mreža radi pouzdane povezanosti svih četvrti te na sustavima senzora koji prikupljaju podatke o prometu, okolišu i komunalnim uslugama. Podaci se obrađuju u centralnoj platformi Smart City Hub, što omogućuje učinkovitije i automatizirano upravljanje resursima. Grad razvija i višedimenzionalni katastar za precizno mapiranje instalacija. Cilj je stvaranje otvorenog digitalnog ekosustava koji osigurava transparentnost, kvalitetnije usluge i bolje životno okruženje građana.

Telekomunikacijska infrastruktura Zagreba postavlja temelje za digitalno upravljanje gradom kroz brzu povezanost, pametne sustave i transparentne javne usluge

3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza prometne infrastrukture

3.2. Analiza komunalne infrastrukture

3.3. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji



Metodologija analize organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Metodologija predviđa analizu organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji, s naglaskom na djelatnosti koje su u osnovi namijenjene lokalnom stanovništvu, ali se svojim radom i ponudom istodobno prilagođavaju potrebama turista. Na taj način moguće je dobiti cjelovit uvid u to koliko navedene usluge doprinose kvaliteti turističkog iskustva.

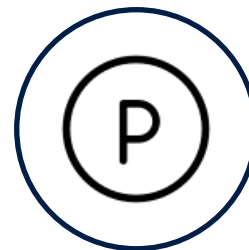
Analiza je provedena u četiri kategorije koje su prepoznate kao ključne iz korisničke perspektive, a analizirana je dostupnost sadržaja, dostupnost informacija o sadržajima, prilagođenost usluga turistima te jednostavnost korištenja usluga i sadržaja. Ovakav pristup omogućuje procjenu trenutnog stanja usluga i njihove razine funkcionalnosti.



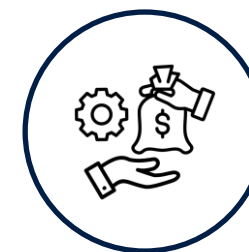
Zdravstvena zaštita i žurne službe



Javni prijevoz



Parking



Financijske, platne i poštanske usluge

Budući da je riječ o glavnom gradu i razvijenoj destinaciji, turistima su dostupne sve ključne javne i žurne usluge koje bi im mogle zatrebati tijekom boravka



Zdravstvena zaštita i žurne službe

Zagreb ima razvijenu mrežu zdravstvenih ustanova, no stranim posjetiteljima pristup mogu otežati ograničene i nejasne informacije

Zdravstvena zaštita u Zagrebu obuhvaća gustu mrežu javnih i privatnih ustanova, uključujući kliničke bolnice, domove zdravlja, specijalističke ambulante i više od 45 gradskih ljekarni, a turisti u hitnim slučajevima mogu koristiti javne zdravstvene usluge, uz EKZO karticu za građane EU, dok ostali snose trošak sami.

Uz Nastavni zavod za hitnu medicinu, hitnu skrb u Zagrebu pružaju i bolnički prijemi kliničko-bolničkih centara te kliničkih bolnica, dok privatne ustanove nude uglavnom dežurne i specijalističke usluge.



Javni prijevoz

Sustav javnog prijevoza u Zagrebu osigurava funkcionalnu mobilnost, ali korisničko iskustvo turista ograničeno je nedostatkom jednostavnosti i jasnoće sustava

Javni prijevoz u Zagrebu cjenovno je povoljan, no sustav za korisnike često ostaje nedovoljno transparentan. Informacije nisu u potpunosti prilagođene stranim jezicima, a posebne regulacije nisu jasno istaknute. Problemi se javljaju i u komunikaciji na terenu, posebno kod noćnih linija kada tramvaje zamjenjuju autobusi. Dodatnu poteškoću predstavlja činjenica da se karte ne mogu kupiti kartičnim plaćanjem unutar tramvaja, što otežava pristup putnicima.



Parking

Stranim posjetiteljima proces parkiranja otežava jezična barijera

Plaćanje parkiranja u Zagrebu moguće je putem parkomata, SMS poruke ili aplikacije ZgPark, koja dodatno prikazuje dostupna mjesta, mParking usluga, web shop – ePk portal, kiosci (TISAK i iNovine), vanjske aplikacije (bMove, Kekspay, Aircash, mZaba), vii) kao i blagajna ZGH. SMS sustav stranim posjetiteljima često nije funkcionalan jer zahtijeva lokalni broj. Izazov predstavlja i dostupnost informacija: iako stranice Zagrebačkog holdinga nude detaljne podatke o cijenama i lokacijama, dio sadržaja dostupan je samo na hrvatskom jeziku, što otežava snalaženje i planiranje vozačima iz inozemstva.



Financijske, platne i poštanske usluge

Zagreb ima dobru pokrivenost financijskim, platnim i poštanskim uslugama, a ulazak u eurozonu dodatno je olakšao plaćanje turistima iz Europske unije

Zagreb ima razvijen sustav financijskih i platnih usluga koji olakšava boravak posjetiteljima. Grad je pokriven bankama, bankomatima i mjenjačnicama, a uvođenje eura dodatno je pojednostavilo plaćanja. Digitalna plaćanja karticama i mobilnim aplikacijama široko su prihvaćena, dok se u manjim objektima još koristi gotovina. Poštanske usluge pruža Hrvatska pošta uz međunarodne dostavne službe (DHL, UPS, FedEx). Grad raspolaže sa 73 poštanska ureda te 97 paketomata dostupnih 24 sata, što omogućuje fleksibilno slanje i preuzimanje pošiljaka.

3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza prometne infrastrukture

3.2. Analiza komunalne infrastrukture

3.3. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

3.4. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom



Metodologija analize stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom

Propisana metodologija za pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom predviđa analizu stupanj pristupačnosti turističke ponude za osobe s invaliditetom kroz četiri kategorije:



S obzirom na nedostatak kvantitativnih podataka o pristupačnosti smještaja i atrakcija na razini Zagreba, u analizi pristupačnosti korišten je kvalitativni i deskriptivni pristup koji se oslanja na nalaze intervjua, dostupne izvore i analizu sadržaja. Kao uvod, dodan je i pregled financiranja natječaja Grada Zagreba u ovom području.

Kvalitativnoj analizi pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom pristupljeno je iz aspekta turističkog lanca vrijednosti te su analizirane kategorije opće pristupačnosti destinacije u kategoriji mobilnosti, pristupačnost smještajnih objekata te pristupačnost atrakcija. Dodatno područje, digitalna pristupačnost, uključena je u analizu temeljem nalaza razgovora s dionicima te kako bi se ukazalo na bitnost pristupačnosti van tradicionalno promatranih segmenata.



Pristupačnost Zagreba za osobe s invaliditetom i dalje je neujednačena, bez jasnih standarda i informacija za samostalno planiranje boravka

Mobilnost u destinaciji

- Glavni željeznički i autobusni kolodvor u Zagrebu djelomično su prilagođeni osobama s invaliditetom – dostupne su rampe i liftovi, no ne na svim stajalištima i peronima, dok pojedini ulazi i dalje predstavljaju prepreku zbog nedostatne signalizacije ili uskog prostora. Nevezano na arhitektonsko rješenje postojećeg objekta, Autobusni kolodvor Zagreb (AKZ) provodi projekt sveobuhvatne prilagodbe zgrade osobama s invaliditetom. Tako je početkom godine završena prilagodba objekta i pješačkih površina AKZ osobama smanjene pokretljivosti, osobama oštećena sluha te slabovidnim osobama. U sklopu projekta su ugrađena tri lifta koja povezuju prostor čekaonica i polaznih perona, podizna platforma koja povezuje središnji hol i polukat, dvije blagajne su prilagođene, jedna za pristup osobama u invalidskim kolicima, a druga osobama oštećena sluha, postavljeno je preko 1.000 metara površina taktilnih traka za slabovidne osobe. Uz to, postoji i lift za osobe s invaliditetom s istočne strane objekta.
- Novi tramvaji i autobusi su većinom niskopodni i uključuju zvučne i vizualne najave, no dostupnost pristupačnih stanica varira po kvartovima. Na nekim stanicama visinska razlika između perona i vozila (tzv. *step height gap*) iznosi i više centimetara, što za osobe u kolicima ili s ograničenom pokretljivošću može biti prepreka.
- MZLZ Franjo Tuđman osigurava asistencijske usluge na zahtjev, ali ta prilagođena procedura zahtjeva prethodnu najavu. Na službenom parkingu zračne luke označena su parkirna mjesta za osobe s invaliditetom te unutar luke postoje prilagođene sanitarije.
- Fond prilagođenih parkirnih mjesta u gradu Zagrebu je, prema nalazima s terena, nedovoljan, a često su i zauzeta nepropisno.



Smještajni kapaciteti



- Nalazi intervjua upućuju da pristupačnost osoba s invaliditetom u hotelima nije prepoznata kao izazov, budući da hoteli moraju zadovoljiti regulatorne norme prilagođenosti osobama s invaliditetom.
- Prema nalazima s tržišta, većina hotela u Zagrebu kategorije četiri i pet zvjezdica raspolaže sobama prilagođenima osobama s invaliditetom i pristupačnim sanitarnim čvorovima. Međutim, znatan broj manjih smještajnih objekata, uključujući objekte privatnog smještaja, još uvijek ne ispunjava osnovne kriterije pristupačnosti. Dodatni izazov je manjak jasnoće u digitalnoj komunikaciji, pri čemu *online* platforme poput Booking.com-a često koriste oznaku „pristupačno” bez konkretnih specifikacija, što gostima s invaliditetom otežava informirano planiranje putovanja.

Veći napori u edukaciji osoblja predstavljaju ključnu polugu u većoj prilagodbi Zagreba za potrebe osoba s invaliditetom



Zagreb nudi besplatnu „Blue Line” kartu s pristupačnim rutama za osobe u invalidskim kolicima kroz povijesnu jezgru. Dostupna je *online* i u turističkim centrima, no ne sadrži informacije o pristupačnosti muzeja, ugostiteljskih i smještajnih objekata, što otežava planiranje obilaska.

Atrakcije

- Većina javnih kulturnih institucija (muzeji, kazališta i veći izložbeni prostori) raspolaže osnovnom infrastrukturom za pristup osobama s invaliditetom (liftovi, taktilne staze, povremeni vodiči na znakovnom jeziku). S druge strane, manji muzeji, privatne galerije i privatne kulturne inicijative često nisu fizički prilagođeni. Čak i u objektima koji imaju omogućen ulaz, nerijetko nedostaju sanitarni čvorovi prilagođeni osobama s invaliditetom, što značajno umanjuje ukupnu funkcionalnost prostora. Ovo je naročito izraženo na javnim događanjima.
- S druge strane, informacije koje su prikupljene putem intervjua govore da pristupačnost sportskih i rekreacijskih sadržaja u Zagrebu ostaje ograničena jer javni parkovi rijetko nude sadržaje posebno osmišljene za osobe s invaliditetom.
- Nalazi intervjua pokazuju da se osobe s invaliditetom često susreću s izazovom nedostatne educiranosti djelatnika koji su u izravnom doticaju s osobama s invaliditetom. Osoblje u hotelima, turističkim agencijama, muzejima i ugostiteljstvu često nije dovoljno senzibilizirano niti obučeno za kvalitetnu komunikaciju i pružanje potrebnih informacija ovoj skupini gostiju. Trenutačno ne postoji strukturiran edukacijski program za turističke vodiče, recepcionare, konobare i ostalo uslužno osoblje, koji bi omogućio adekvatnu podršku osobama s invaliditetom.



Digitalna pristupačnost

- Većina web stranica javnih institucija ne nudi alternativne načine prikaza sadržaja, što stvara značajne prepreke osobama s oštećenjem vida, sluhom ili kognitivnim teškoćama.
- Mobilne aplikacije za javni prijevoz, rezervacije smještaja i informiranje o gradskim događanjima nisu razvijene prema principima univerzalnog dizajna te nerijetko isključuju korisnike s invaliditetom.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude



Metodologija izrade analize turističke ponude

U *Smjernicama za izradu plana upravljanja destinacijom*, turistički proizvodi i usluge ključan su dio analize turističkog tržišta destinacije. Ovaj Plan upravljanja, taj dio analize naziva **Analiza turističke ponude** i ona uključuje pregled pet kategorija:



Smještaj

Analiza smještaja provedena je prema propisanoj metodologiji te uključuje kvantitativne pokazatelje (broj jedinica i kreveta po vrstama, kapacitet po kategoriji i lokaciji) i kvalitativnu procjenu standarda i kvalitete. Uz navedeno, predviđena je analiza sezonalnosti i popunjenosti te analiza nekomercijalnog smještaja. Nekomercijalni smještaj nije uključen u analizu zbog nedostatka relevantnih podataka dok su trendovi sezonalnosti i popunjenosti obrađeni u zasebnom poglavlju turističke potražnje.



Objekti za posluživanje hrane i pića

Pregled ugostiteljskih objekata temelji se na najpopularnijim objektima prema platformi Tripadvisor, kao i na međunarodno relevantnim listama i oznakama poput Gault & Millau i Michelin vodiča. Analiza je provedena kvalitativno, ali preporučena analiza prema kategorijama navedenima u metodologiji nije provedena zbog nedostatka podataka, ali i zbog velikog broja objekata, budući da je Zagreb najveća destinacija u Hrvatskoj, što metodologiju čini teško primjenjivom na ovu destinaciju.



Atrakcije

Pregled atrakcija obuhvaća primjere najistaknutijih atrakcija u Zagrebu prema platformi Tripadvisor, zatim istaknute kulturne atrakcije, kao i kalendar događanja i dostupnu *shopping* ponudu u destinaciji.



Događanja

Analiza događanja obuhvaća pregled godišnjeg kalendara događanja organiziranih u Zagrebu 2024. godine. Događanja su analizirana iz perspektive sezonalnosti događanja te su podijeljena u četiri kategorije: kultura, zabava, gastronomija i sport. Dodatno su analizirana ključna događanja koja organizira turistička zajednica.



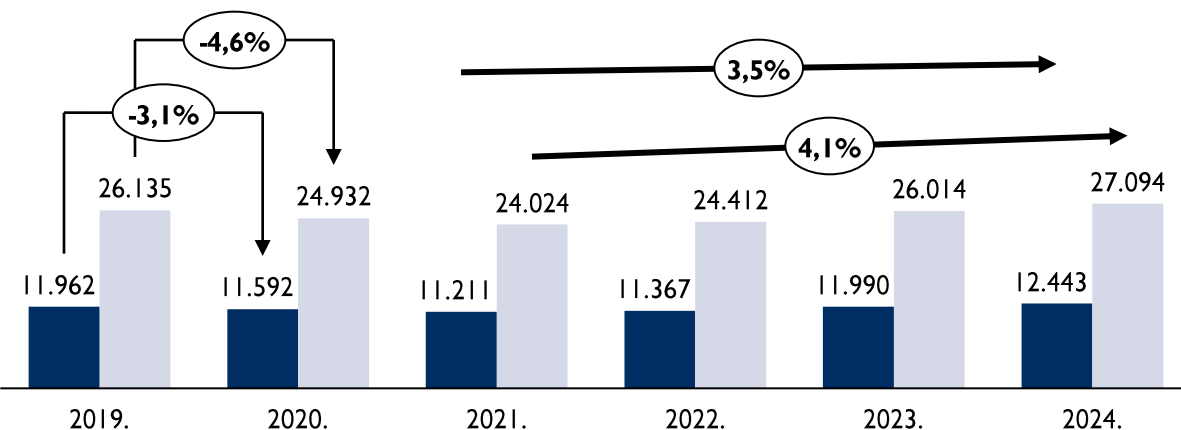
Turističke ture

Analiza dostupnih turističkih tura provedena je na temelju podataka s platforme Tripadvisor. Ture su razvrstane u pet kategorija: obilasci, dnevni izleti, *outdoor* aktivnosti, hrana i piće te tečajevi i radionice. Dodatno je napravljena kvalitativna procjena pružatelja usluga s naglaskom na njihove ključne prednosti i nedostatke.

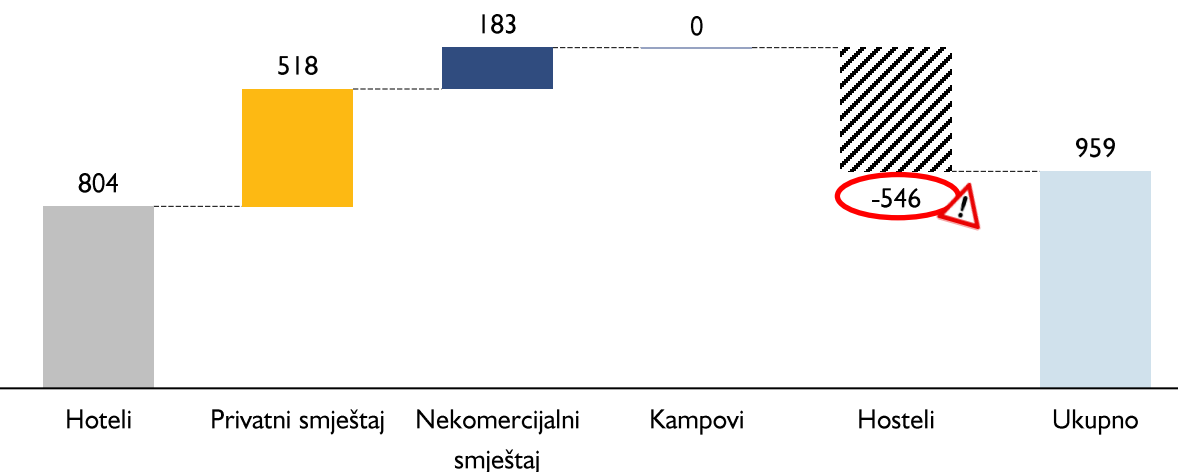
Smještajni kapaciteti Zagreba rastu stabilno, uz dominaciju hotela i privatnog smještaja kao glavnih nositelja rasta

Broj soba i kreveta u Zagrebu u razdoblju od 2019. do 2024. godine

■ Broj soba ■ Broj kreveta



Doprinos pojedinih kategorija smještaja ukupnom rastu broja kreveta u Zagrebu u razdoblju od 2019. do 2024. godine

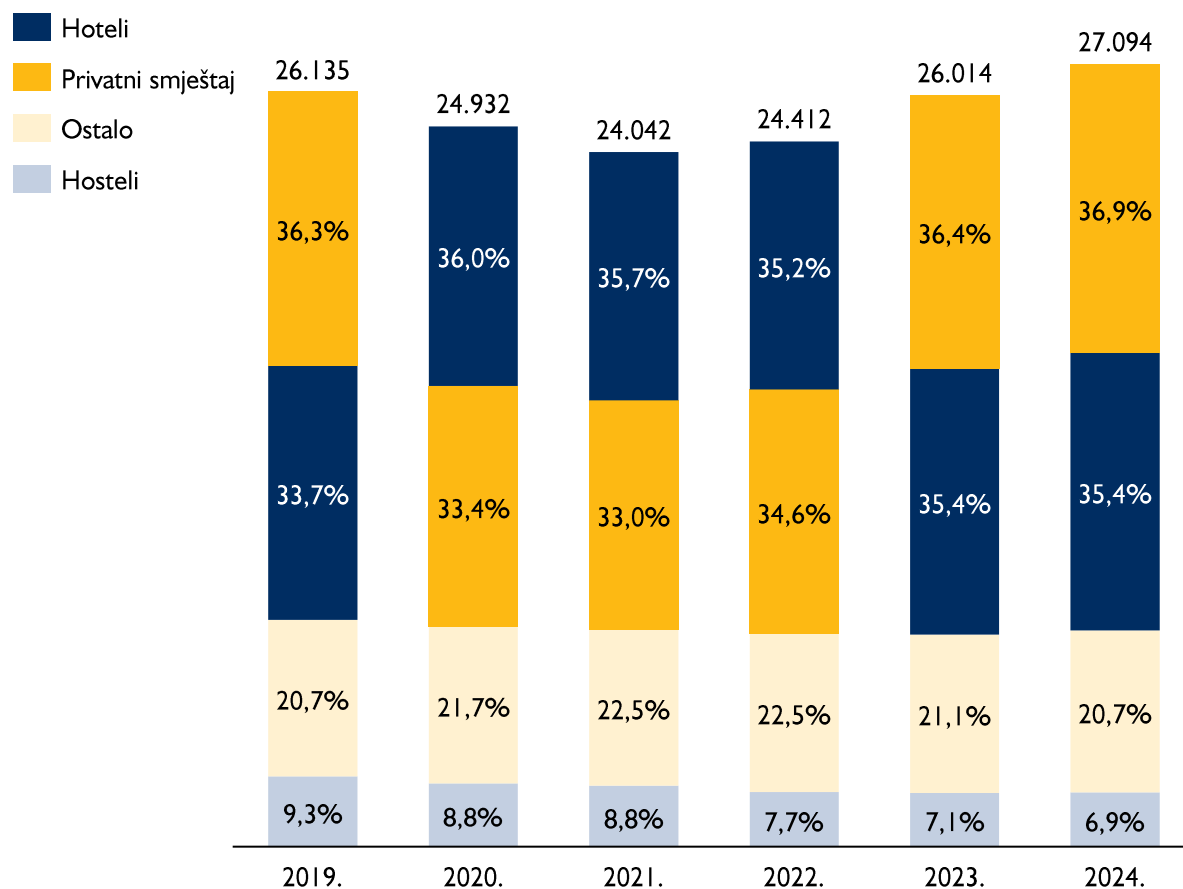


Od 2020. do 2024. smještajni kapacitet Zagreba bilježi oporavak nakon pandemijskog pada. U razdoblju 2021.–2024. broj soba rastao je po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,5%, a broj kreveta 4,1%, čime je dosegnuto gotovo 12.500 soba i više od 27.000 kreveta.

U razdoblju od 2019. do 2024. godine, najveći doprinos rastu broja kreveta ostvaruju hoteli i privatni smještaj, koji zajedno nose glavninu ukupnog porasta. Doprinos nekomercijalnog smještaja je ograničen, dok hosteli bilježe izražen pad. Iako grafikon prikazuje relativno skroman doprinos privatnog smještaja (518 kreveta), važno je naglasiti da se usporedba odnosi na 2019. godinu, kada je broj kreveta bio znatno viši u odnosu na 2020. godinu. Ovakva raspodjela rasta ukazuje na konsolidaciju tržišne ponude u dvije ključne kategorije, pri čemu ostale bilježe stagnaciju ili pad.

Privatni smještaj nakon razdoblja pandemije ponovno preuzima dominantnu poziciju u strukturi komercijalnog turističkog smještaja Zagreba

Udio kreveta u strukturi komercijalnog turističkog smještaja u Zagrebu u razdoblju od 2019. do 2024. godine



U razdoblju od 2019. do 2024. godine struktura komercijalnog turističkog smještaja u Zagrebu odražava tržišnu orijentaciju karakterističnu za urbane destinacije gdje prednjači privatni smještaj, koji u 2024. godini čini 36,9% ukupnih kapaciteta. Taj trend potiču zakonodavni i fiskalni okvir koji pogoduje privatnim iznajmljivačima, ali i promjene u ponašanju gostiju te potražnja za raznolikim oblicima ponude.

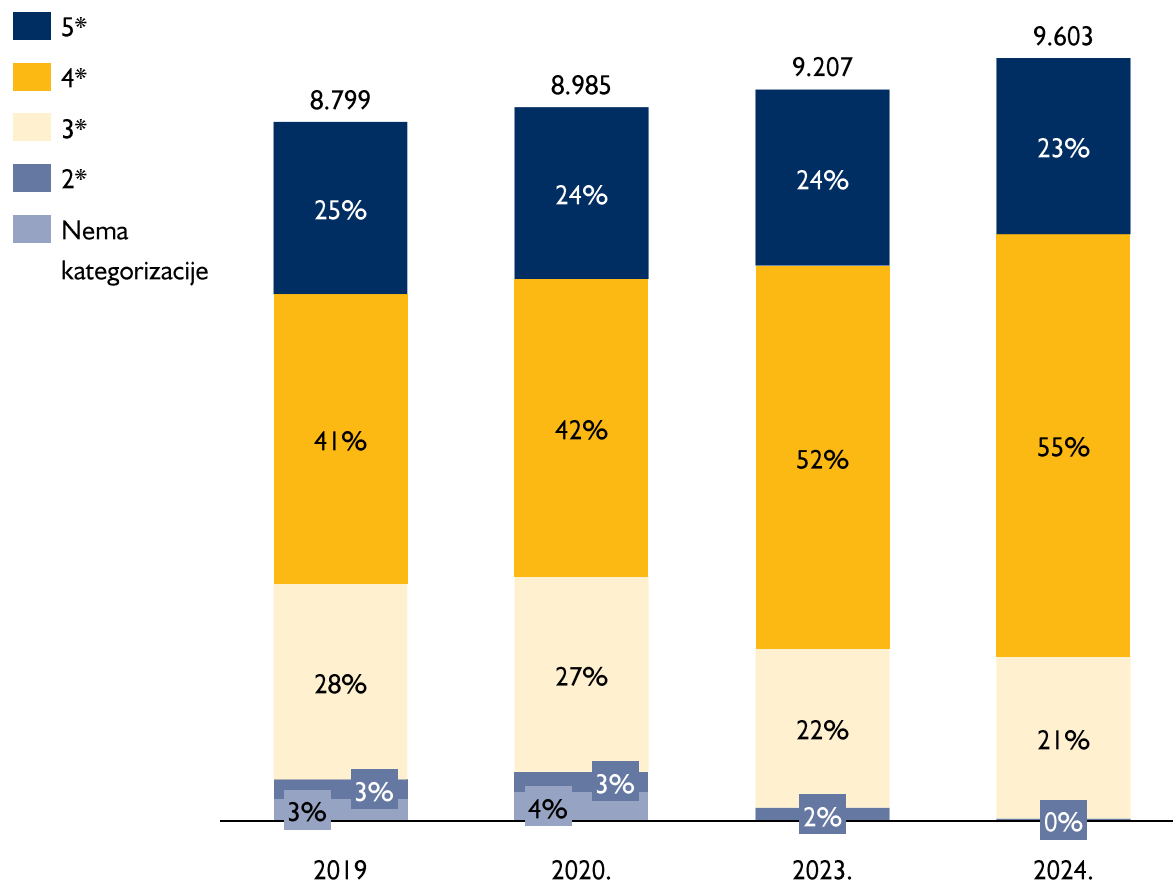
Hoteli u istom razdoblju zadržavaju drugo mjesto s udjelom od oko 35%, uz umjereni nominalni rast broja kreveta, što upućuje na potencijal za jačanje konkurentnosti kroz izgradnju i adaptaciju kvalitetnijih objekata i prisutnost međunarodnih hotelskih brendova.

Za vrijeme pandemije COVID-19 vodeću poziciju u strukturi komercijalnog turističkog smještaja preuzeli su hoteli. Ulaskom u 2020. godinu udio privatnog smještaja pada za gotovo 3% te se postepeno oporavlja do 2023. godine, kada ponovno postaje dominantna kategorija smještaja.

Povećanje udjela privatnog smještaja može se povezati i s nižim ulaznim troškovima za nove pružatelje usluga, bržim prilagodbama tržištu te širim geografskim rasponom unutar grada. Istovremeno, stabilan udio hotela potvrđuje njihovu ulogu u segmentima gdje se očekuju viši standardi usluge, kategorizacija i jasnija struktura ponude – osobito u poslovnim i turistički najaktivnijim zonama.

Vidljiv je značajan porast udjela hotela s četiri zvjezdice uz povlačenje niže kategoriziranih objekata iz ukupne ponude hotelskog smještaja

Pregled kategorizacije hotelskih kreveta u Zagrebu u razdoblju od 2019. do 2024. godine



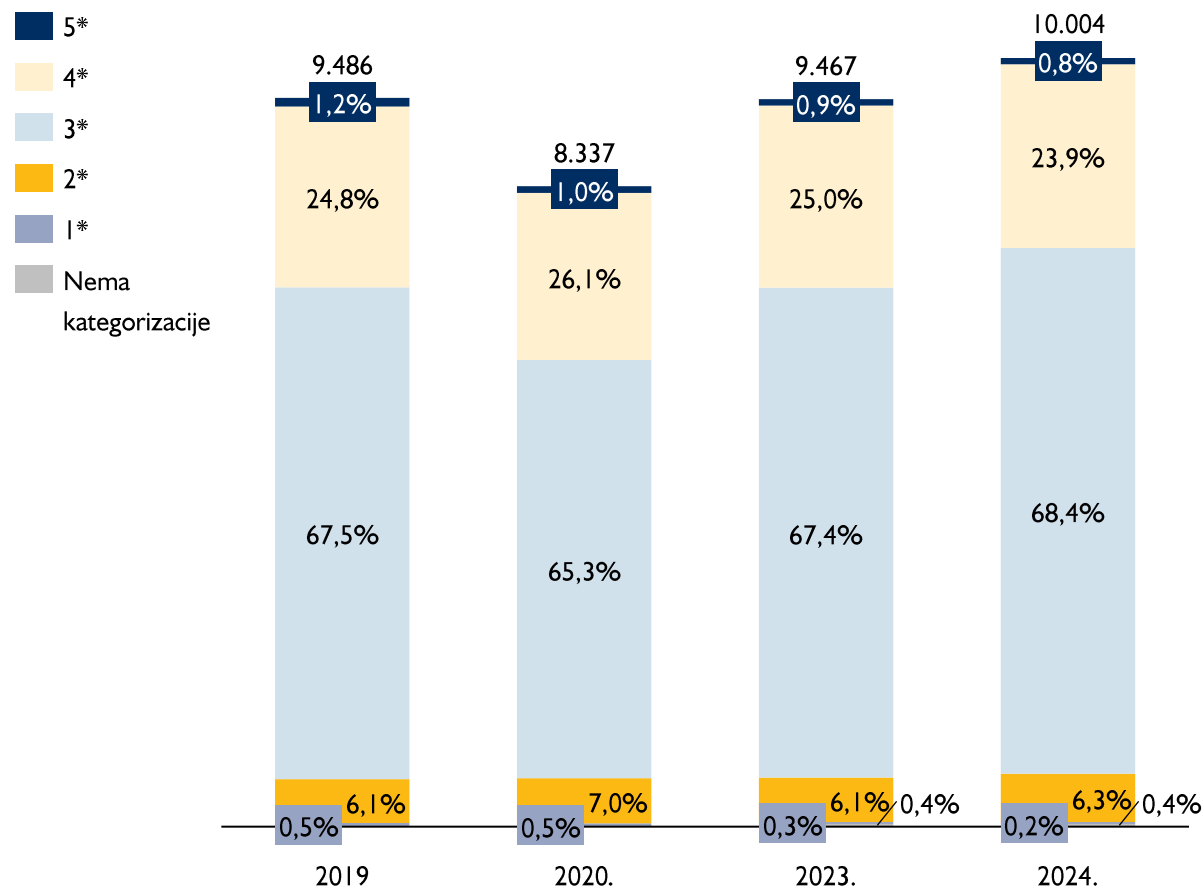
U razdoblju od 2019. do 2024. godine, ponuda smještajnih kapaciteta u Zagrebu pokazuje pomak prema višim standardima smještaja. Udio kreveta u hotelima s četiri zvjezdice porastao je s 41% na 55%, čime ta kategorija postaje dominantna u ukupnoj strukturi hotelske ponude.

Istovremeno, udjeli hotela s tri i dvije zvjezdice smanjuju se, pri čemu su hoteli s dvije zvjezdice u potpunosti nestali iz strukture. Kapaciteti hotela s pet zvjezdica bilježe blagi nominalni rast, ali uz pad udjela u ukupnoj strukturi – što upućuje na sporiji rast u odnosu na hotele s četiri zvjezdice.

Redistribucija udjela ukazuje na usmjerenost tržišta prema pozicioniranju Zagreba kao destinacije usmjerene na funkcionalne, operativno održive i tržišno konkurentne kategorije smještaja. Takva struktura prilagođava se turističkim proizvodima i ciljevima destinacije koja nije usmjerena na luksuzni segment, već odgovara potrebama kratkoročnih boravaka, individualnih putnika i poslovnih gostiju.

Objekti s tri i četiri zvjezdice dominiraju zagrebačkom ponudom privatnog smještaja

Pregled kategorizacije kreveta privatnog smještaja u Zagrebu u razdoblju od 2019. do 2024. godine



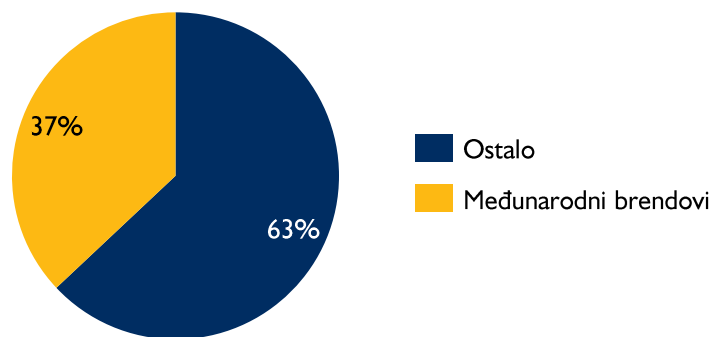
U razdoblju od 2019. do 2024. godine broj kreveta u privatnom smještaju porastao je za 518, odnosno 5% u odnosu na početnu vrijednost. Riječ je o skromnom rastu u četverogodišnjem razdoblju, budući da je pandemija zaustavila prethodni trend rasta, a broj kreveta nadmašio je razinu iz 2019. tek u 2024. godini.

Ponudu privatnog smještaja u Zagrebu predvode objekti srednjeg standarda, odnosno tri zvjezdice, gledano prema raspodjeli kreveta. U 2024. godini, 68,4% svih kreveta nalazi se u objektima s tri zvjezdice, a dodatnih 23,9 % otpada na objekte s četiri zvjezdice. Drugim riječima, kapaciteti s tri i četiri zvjezdice zajedno čine preko 90% kategoriziranog privatnog smještaja.

Dominacija kapaciteta srednjeg standarda, uz smanjenje udjela niže kategoriziranih i nekategoriziranih objekata, upućuje na kvalitativno jačanje ponude. Međutim, u većini slučajeva kategorija privatnog smještaja gotovo je nevažna, budući da ključnu ulogu u privlačenju gostiju imaju ocjene i recenzije na *online* platformama.

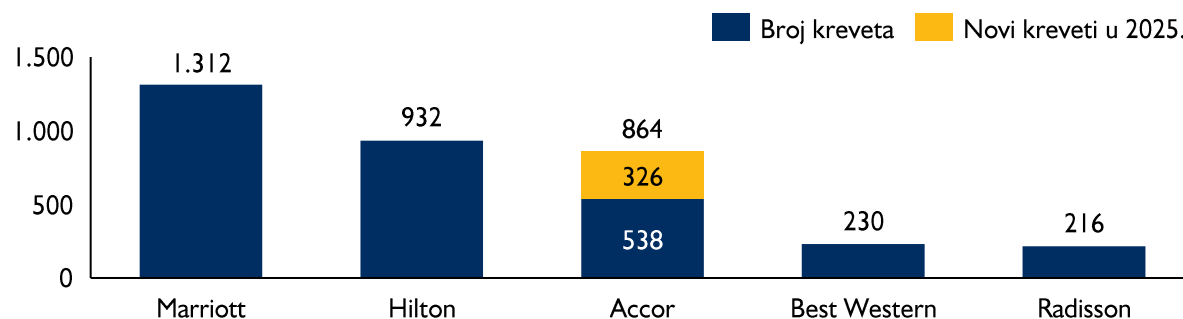
Više od jedne trećine kreveta u hotelima brendirano je nekim od međunarodnih brendova

Udio međunarodnih hotelskih brendova u strukturi hotelskih kapaciteta (kreveta) Zagreba u 2025. godini



Međunarodni hotelski brendovi trenutno čine 37% ukupnog kapaciteta hotelskih kreveta u Zagrebu. Iako postoji prostor za daljnji razvoj i diversifikaciju ponude, ovaj rezultat pokazuje da globalni brendovi već prepoznaju Zagreb kao perspektivnu destinaciju. U usporedbi s Bečom, gdje međunarodni brendovi čine oko 32% tržišta (od čega sam Accor ima 11%), Zagreb se pozicionira konkurentno, dok Budimpešta, s lancima poput Four Seasonsa, IHG-a i Ritz-Carltona, prednjači u *premium* segmentu.

Broj kreveta u hotelima međunarodnih hotelskih brendova u Zagrebu u 2025. godini



Tri najveće međunarodne hotelske grupacije u Zagrebu, Marriott, Hilton i Accor, dominiraju tržištem s kapacitetima od 864 do 1.312 kreveta. Hilton i Marriott trenutno raspolažu s gotovo istim brojem kreveta, dok Accor, sa sadašnjih 538 kreveta i dodatnih 326 u otvorenom hotelu Novotel, dodatno proširuje svoju prisutnost kroz franšizni model. Iako nije izravni investitor, Accor je trenutno najaktivniji hotelski operater u širenju portfelja u destinaciji. Ostali međunarodni brendovi, poput Radissona i Best Westerna, su također prisutni u destinaciji, ali u manjem obujmu.

Prisutnost međunarodnih hotelskih brendova ima ključnu ulogu u jačanju globalne prepoznatljivosti destinacije, privlačenju gostiju višeg platežnog razreda, ali i u podizanju razine kvalitete usluge, posljedično i na razini cijele destinacije.

Otvorenje Novotela, zajedno s drugim otvorenjima u posljednje dvije godine, dodat će u ponudu Zagreba više od 400 novih hotelskih soba

Od 2023. do 2025. Zagreb bilježi umjeren rast hotelskih kapaciteta, uglavnom u segmentu standardnih gradskih hotela (3 i 4 zvjezdice). Fokus je na poslovnim gostima i srednjem cjenovnom razredu, dok ponuda luksuznog smještaja ostaje ograničena. Većina novootvorenih i najavljenih objekata pripada međunarodnim brendovima *midscale/upscale* pozicioniranja.

OTVORENI I PREUREĐENI HOTELI U 2024. I 2025. GODINI



Pullman Zagreb

Pullman Zagreb, otvoren 2024. u poslovnoj zoni Buzin, prvi je hotel tog međunarodnog brenda u Hrvatskoj te se pozicionira u višoj kategoriji gradskog smještaja s naglaskom na poslovne putnike, nudeći *wellness* sadržaje i konferencijski kapacitet do 150 osoba.

4 ★★★★★
zvjezdice 193 sobe



Stellar Boutique Modules*

Stellar Hotel, otvoren 2025. u središtu Zagreba, suvremeni je gradski hotel s fokusom na dizajn i održivost, s *rooftop* terasom namijenjenom društvenim sadržajima i manjim događanjima, usmjeren prvenstveno na poslovne i gradske goste srednje kategorije.

4 ★★★★★
zvjezdice 48 soba



Novotel Zagreb

Novotel Zagreb, s lokacijom na Slavenskoj aveniji, otvoren je 2025. godine. Prvi je hotel tog brenda u Hrvatskoj, pozicioniran kao objekt srednje više kategorije s fokusom na poslovne i individualne putnike, uključujući konferencijski prostor, *wellness* zonu (hamam, sauna, fitness) i dizajn temeljen na prirodnim materijalima.

4 ★★★★★
zvjezdice 163 sobe

Metodologija analize objekata za posluživanje hrane i pića

I. Gault & Millau



Grupa stručnjaka ocjenjuje kvalitetu namirnica, začinjavanje, kreativnost, tehniku prezentacije, harmoniju te „wow” faktor koji izdvaja jelo.

Top 13 najbolje ocijenjenih restorana

2. Međunarodni kriteriji izvrsnosti


MICHELIN STAR
BIB GOURMAND
MICHELIN GUIDE

Stručnjaci iz industrije vrjednuju kvalitetu proizvoda, vještinu u pripremi, konzistentnost kroz vrijeme i jelovnik.

2 restorana s Michelinovom zvjezdicom

3 restorana s Bib Gourmand oznakom

14 restorana u Michelinovom vodiču

3. Percepcija gostiju



Korisnik ocjenjuje restoran ocjenom od 1-5, odgovara na upitnik o vremenu posjeta te ostavlja pismenu recenziju. Ukupna ocjena je prosjek svih recenzija, pri čemu novije imaju veću težinu.

Top 10 restorana prema korisničkim recenzijama

Gault & Millau lista izdvaja 13 restorana koji nude spoj tradicije i suvremenih trendova u svojoj gastro ponudi

NAV



Sezonski degustacijski meni s organskim namirnicama i osobni pristup gostima.

ManO2



Mikro-sezonski meni lokalnih namirnica s interpretacijom hrvatske kuhinje.

Noel



Inovativna jela od sezonskih namirnica u *fine dining* okruženju.

TAČ



Modernizirana tradicionalna hrvatska jela s suvremenim tehnikama pripreme.

Zinfandel's



Inovativni koncepti s domaćim namirnicama i okusima iz cijelog svijeta.

Dubravkin put



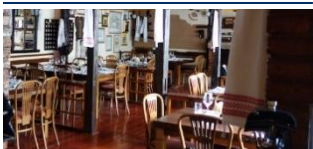
Mediteranska kuhinja kao spoj tradicije i inovativnosti.

Balon



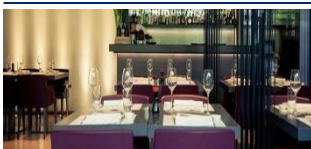
Moderna jela s naglaskom na mediteranske okuse i odabrana vina.

Baltazar



Tradicionalna kuhinja sa suvremenim dodirima, mesnim i ribljim specijalitetima.

Tekka



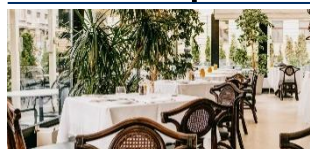
Japanska kuhinja u modernom okruženju.

TheAtrium by Filho



Autorska kuhinja koja spaja francuske, talijanske i lokalne utjecaje u kazališnom ambijentu.

Le Bistro Esplanade



Spoj hrvatske kuhinje s francuskom u opuštenu atmosferu.

Carpaccio



Talijanska kuhinja u sezonskom meniju temeljenom na svježim namirnicama.

Vinodol



Domaća kontinentalno-mediteranska kuhinja s modernim i originalnim receptima.

Zagrebačka gastronomska scena okupljena na Gault & Millau listi pokazuje usmjerenost na sezonske namirnice, reinterpretaciju hrvatske kuhinje i razne međunarodne utjecaje. Raznolikost pristupa, od fine dininga do opuštenijih bistroa, ukazuje na postojanje dijela gastro scene Zagreba koja spaja elemente tradicije i suvremenih trendova.

Michelin potvrđuje kvalitetu pojedinih restorana u Zagrebu

Pregled restorana u Michelinovom vodiču

Restorani s Michelinovom zvjezdicom

Noel
Dubravkin put

Restorani s Bib Gourmand oznakom

TAČ
Beštija
Izakaya

Restorani s Michelinovom preporukom

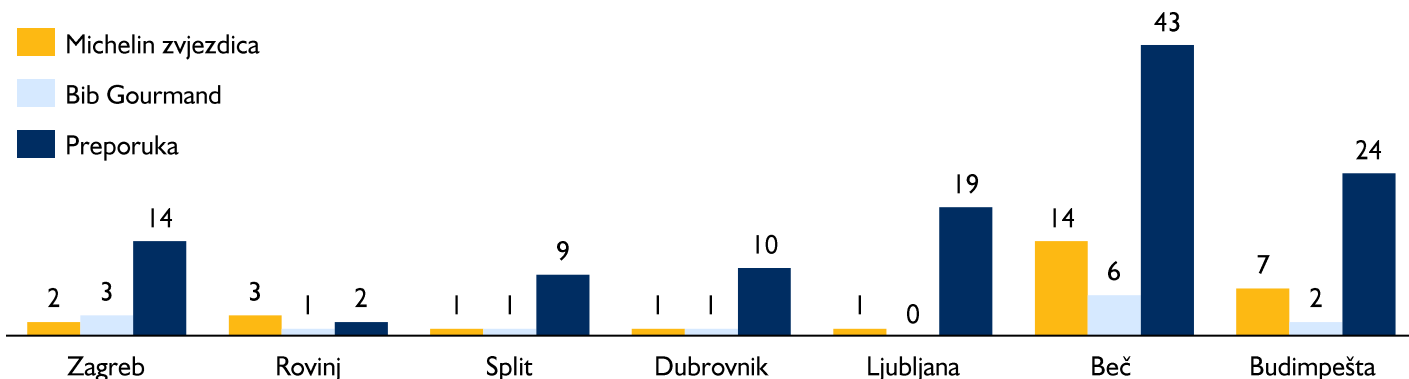
Takenoko
Gallo
NAV
ManO2
Balon

Torero
Boban
Zinfandel's
Tekka
Bekal

Theatrium by Filho
Pod Zidom Bistro
Le Bistro Esplanade

Usporedba broja restorana u Michelinovom vodiču između Zagreba i odabranih konkurentnih gradova u Hrvatskoj i regiji

U usporedbu su uključeni gradovi iz prethodno definiranog konkurentnog seta. Bratislava i Beograd nisu prikazani jer trenutno nemaju restorane u Michelin vodiču, dok su Rovinj, Split i Dubrovnik identificirani kao destinacije na nacionalnoj razini koje po broju preporuka i oznaka sve snažnije konkuriraju Zagrebu.



Zagreb trenutno ima dva restorana s Michelinovom zvjezdicom, tri restorana s Bib Gourmand oznakom i više od deset restorana s Michelin preporukom.

U usporedbi s drugim hrvatskim destinacijama, Zagreb prednjači, dok u usporedbi s drugim europskim gradovima taj broj je i dalje skromniji, što ukazuje na potencijal za daljnje jačanje zagrebačkog gastronomskog iskustva.

Tripadvisor* otkriva tržišne preferencije, koje se razlikuju od kriterija međunarodnih gastro vodiča

BioMania Bistro



Biljna kuhinja temeljena na održivosti i sezonskim namirnicama.

Kiyomi



Spoj autentičnih azijskih okusa i tehnika kuhanja.

Curry Bowl



Autentična šri lankanska kuhinja kroz nekoliko odabranih jela.

Heritage



Snack bar sa isključivo lokalnim proizvodima.

Torero



Kreativna kuhinja koja spaja lokalne i organske namirnice.

Silk - Izakaya



Asian-fusion kuhinja u stilu modernog izakaya bara.

Vegehop



Nutritivno bogati veganski i vegetarijanski obroci od svježih namirnica.

Lanterna na Dolcu



Spoj modernog i tradicionalnog uz kvalitetne namirnice.

Konoba Time4wine



Domaća gastronomija kroz mesna i riblja jela uz veliki izbor hrvatskih vina.

KAI Street Food Bar



Azijska street food jela u duhu azijskih lokala.

Za razliku od Michelin i Gault & Millau, koji vrednuju kvalitetu hrane, kreativnost prezentacije i tehničku izvrsnost, Tripadvisor reflektira stvarne preferencije tržišta.

Među najistaknutijim restoranima dominiraju oni prihvatljivijeg cjenovnog ranga, vegetarijanski koncepti i azijska kuhinja, što pokazuje da popularnost među posjetiteljima ne mora nužno pratiti kriterije međunarodnih vodiča.

* Tripadvisor svoju listu najboljih restorana u destinaciji formira kombinacijom broja recenzija i prosječne ocjene korisnika. Izvor: tripadvisor.com, kolovoz, 2025., Horwath HTL, 2026.

Metodologija analize turističkih atrakcija

Smjernice za izradu plana upravljanja ne definiraju detaljnu metodologiju analize atrakcija, stoga ovaj plan pristupa analizi atrakcija na sljedeći način:



Tripadvisor

Kao jedna od najrelevantnijih platformi za planiranje razgledavanja u destinaciji, Tripadvisor pruža realnu sliku atrakcija koje turisti najviše preferiraju i posjećuju.

Top 10 atrakcija analizirano je pojedinačno, uz pregled recenzija s Google Reviewa i Tripadvisora, uz kritički osvrt na svaku atrakciju.



Kulturne atrakcije

Kao destinacija u kojoj je kulturni turizam jedan od ključnih turističkih proizvoda, kulturne atrakcije promatrane su kao posebna kategorija.

Popis atrakcija dostavljen od Gradskog ureda za gospodarstvo bio je baza ovoj analizi, a kulturne atrakcije su podijeljene u tematske cjeline: muzeji i galerije te kina, kazališta, koncertne dvorane i kulturni centri.



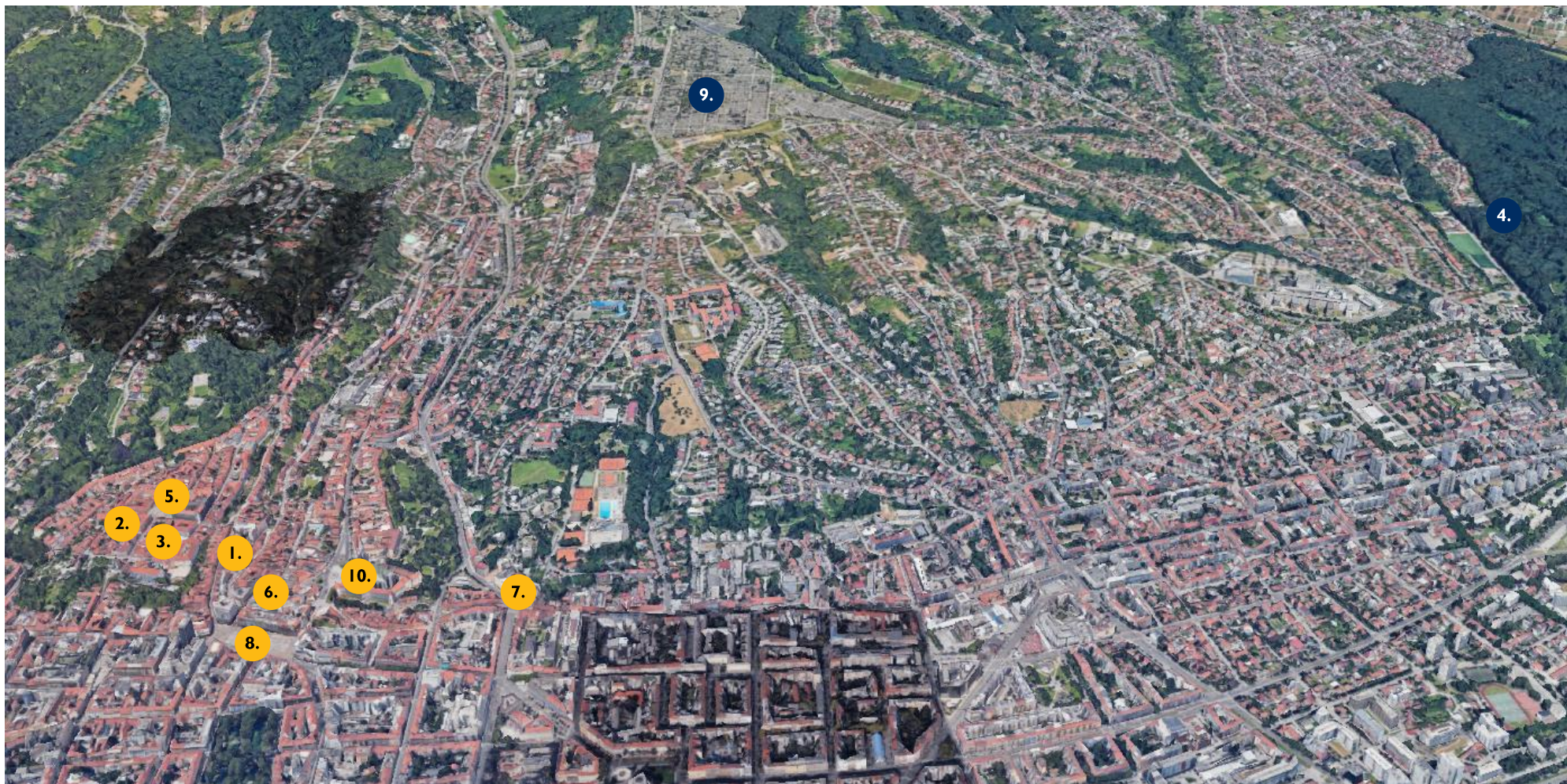
Shopping

Shopping je važna dopunska aktivnost za *city break* posjetitelje jer nadopunjuje iskustvo boravka, produkuje vrijeme provedeno u gradu i povećava ukupnu atraktivnost destinacije

Analizirana je *shopping* ponuda Zagreba.

U kontekstu ponude turističkih atrakcija, prirodne zone grada, poput Maksimira, Jaruna i Bundeka, još nisu turistički valorizirane do mjere kada bi se smatrale ključnim turističkim atrakcijama, budući da su primarno namijenjene lokalnom stanovništvu i koriste se uglavnom u svakodnevne rekreativne svrhe. Zbog toga nisu uključene u detaljnu analizu atrakcija, već su obrađene u sekciji turističkih resursa.

Prema portalu Tripadvisor, od prvih deset atrakcija u Zagrebu, osam ih se nalazi u strogom centru grada



1. Tkalčićeva ulica
2. Gornji grad
3. Muzej prekinutih veza
4. Park Maksimir
5. Crkva sv. Marka
6. Tržnica Dolac
7. Muzej mamurluka
8. Trg bana Josipa Jelačića
9. Mirogoj
10. Zagrebačka katedrala

Top 10 atrakcija u Zagrebu prema Tripadvisoru (1/2)

Pregled istaknutih atrakcija

Tkalčićeva ulica



Tkalčićeva ulica percipira se kao dinamična i turistički atraktivna zona, s izraženom koncentracijom ugostiteljskih objekata i opuštenijom atmosferom. Međutim, pojedini posjetitelji ističu visoku razinu komercijalizacije i nedostatak autentičnog lokalnog sadržaja, što dovodi do nesklada između očekivanja i stvarne prostorne ponude.

Gornji grad



Gornji grad ne isporučuje cjelovit turistički doživljaj zbog nedostatka komercijalnih sadržaja atraktivnih posjetiteljima, što pokazuje i nizak broj recenzija na Google review-u. Izvan razdoblja događanja, prostor djeluje prazno i turistički neaktivno.

Muzej prekinutih veza



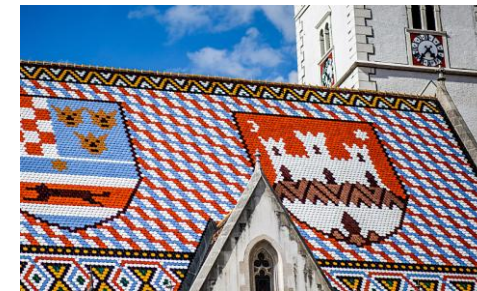
Muzej prekinutih veza jedan je od najatraktivnijih muzeja u Zagrebu, koji posjetiteljima nudi jedinstveno emotivno iskustvo, a najčešća mu zamjerka je nedostatak interaktivnih elemenata.

Park Maksimir



Park Maksimir poznat je po prirodnim ljepotama, šetnicama i zoološkom vrtu, no brojne recenzije ukazuju na loše održavanje i manjak pratećih i komercijalnih sadržaja, osobito oko jezera.

Crkva sv. Marka



Crkva sv. Marka ubraja se među najupečatljivije simbole Zagreba, ponajprije zahvaljujući svom dojmljivom krovu i izrazito prepoznatljivom vizualnom karakteru. Unatoč arhitektonskoj vrijednosti, dojam znatno narušava ograda koja već godinama priječi pristup posjetiteljima.

Top 10 atrakcija u Zagrebu prema Tripadvisoru (2/2)

Pregled istaknutih atrakcija

Tržnica Dolac



Dolac posjetitelji doživljavaju kao autentičnu i živahnu gradsku tržnicu. Dok je nekima nezaobilazna zbog lokalne atmosfere, drugima djeluje kao mjesto koje se brzo obiđe i ne nudi puno sadržaja za turiste, uz iznimke događanja PLACe market.

Muzej Mamurluka



Muzej Mamurluka nudi originalno i zabavno iskustvo koje ga izdvaja među ostalim zagrebačkim atrakcijama. Ipak, dio recenzija ukazuje na prostor za poboljšanje u domeni kvalitete izložaka i raznolikosti sadržaja.

Trg bana Josipa Jelačića



Trg bana Jelačića je središnje i simbolično mjesto Zagreba, prepoznatljivo po dinamičnoj atmosferi i povijesnoj arhitekturi. Ipak, dio posjetitelja ističe dojam zapuštenosti i nedostatak uređenosti koji narušavaju ukupni doživljaj prostora.

Mirogoj



Mirogoj se ističe kao jedno od najljepših i arhitektonski najvrjednijih mjesta u Zagrebu, s mirnom i dostojanstvenom atmosferom. Međutim, brojni dijelovi su još uvijek vidljivo oštećeni od potresa, a obnova će zbog svoje kompleksnosti biti višegodišnja. Kao atrakcija, nema adekvatnu vidljivost turistima, a informacije o pristupu nisu dovoljno jasno istaknute i komunicirane.

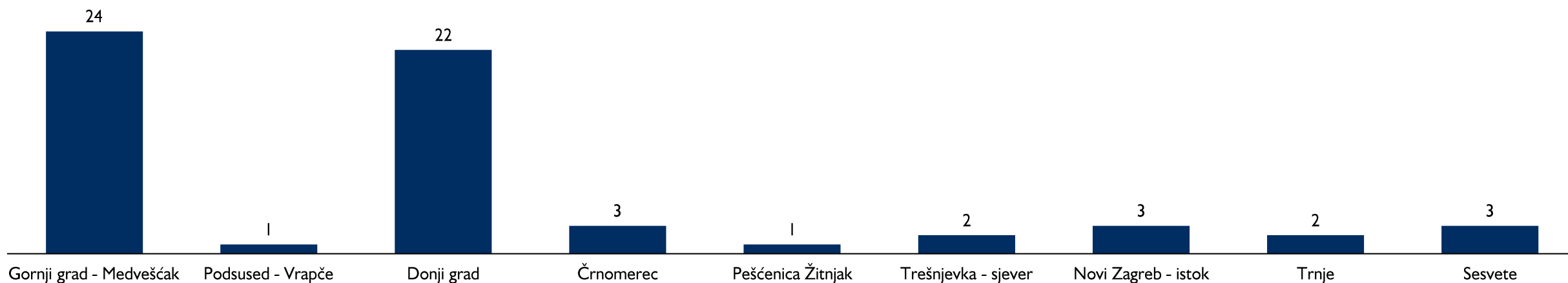
Zagrebačka katedrala



Zagrebačka katedrala ima izniman kulturni i sakralni značaj i privlači posjetitelje svojom arhitekturom i poviješću, no njena dugotrajna obnova negativno utječe na turistički doživljaj.

Zbog koncentracije muzeja i galerija u središtu Zagreba, turistički tokovi usmjereni na kulturne atrakcije ostaju primarno fokusirani na centralne dijelove grada

Broj muzeja i galerija prema gradskim četvrtima



Ponuda kulturnih sadržaja u Zagrebu je iznimno bogata, iako je određeni dio institucija još uvijek zatvoren uslijed oštećenja prouzročenih potresom. Tijekom 2026. godine te u bliskoj budućnosti očekuje se otvaranje preostalih, još neobnovljenih institucija.

Najviše muzeja i galerija se nalazi u Gornjem gradu – Medveščaku (24) i Donjem gradu (22), što jasno ukazuje na visoku koncentraciju kulturnih institucija u užem središtu grada. Ostale četvrti, poput Črnomerca, Trnja, Sesveta i Novog Zagreba – istok, imaju znatno manji broj muzeja i galerija (od 1 do 3). Najmanje ih bilježe Podsused – Vrapče i Peščenica Žitnjak, s po jednim objektom.

Odnos između muzeja i galerija u Zagrebu pokazuje da muzeji čine većinu kulturnih institucija u gradu - otprilike dvije trećine ukupnog broja, što ukazuje na to da je zagrebačka kulturna ponuda primarno usmjerena na očuvanje i prezentaciju kulturne i povijesne baštine, dok su prostori za suvremenu umjetnost i izložbene aktivnosti, kojima se uglavnom bave galerije, ipak zastupljeni u manjem obujmu.

Prostorna raspodjela muzeja i galerija oblikuje i podržava turističke tokove, usmjeravajući ih ponajprije prema središtu Zagreba. Zbog koncentracije kulturnih atrakcija u Gornjem i Donjem gradu, kretanje posjetitelja zainteresiranih za ovakav tip sadržaja ostaje uglavnom vezano uz centralne dijelove grada.

Turistička zajednica grada Zagreba pokrenula je novu promotivnu kampanju i platformu pod nazivom *Museums, maybe*, koja okuplja neobične zbirke i atrakcije

Platforma i marketinška kampanja *Museums, maybe*



Museums, maybe je marketinška kampanja i digitalna platforma Turističke zajednice grada Zagreba osmišljena s ciljem promocije jedinstvenih, suvremenih i neuobičajenih zbirki i atrakcija koji oblikuju novu, kreativnu sliku kulturne ponude grada. Kampanja okuplja osamnaest tematskih zbirki te promovira Zagreb kao grad kulture, zabave i inovativnih doživljaja.

Benefiti



Zajednički nastup muzeja jača njihovu vidljivost na tržištu



Pozicioniranje grada kao destinacije inovativne i suvremene kulture



Strateški alat za disperziju posjetitelja



Pozitivno doprinosi percepciji grada kao pristupačne i vibrantne destinacije

Muzeji uključeni u platformu

Muzej iluzija

Muzej čokolade

Kuća karikature Oto Reisinger

Muzej prekinutih veza

Cravaticum – boutique muzej kravate

Muzej povijesti videoigara

Muzej putovanja

Muzej zaboravljenih priča

Muzej smijeha – HaHaHouse

Muzej mamurluka

Muzej nedovršene umjetnosti

Muzej novog vala

Muzej selfieja i uspomena Zagreb

Antimuzejski autobus

Lovački muzej

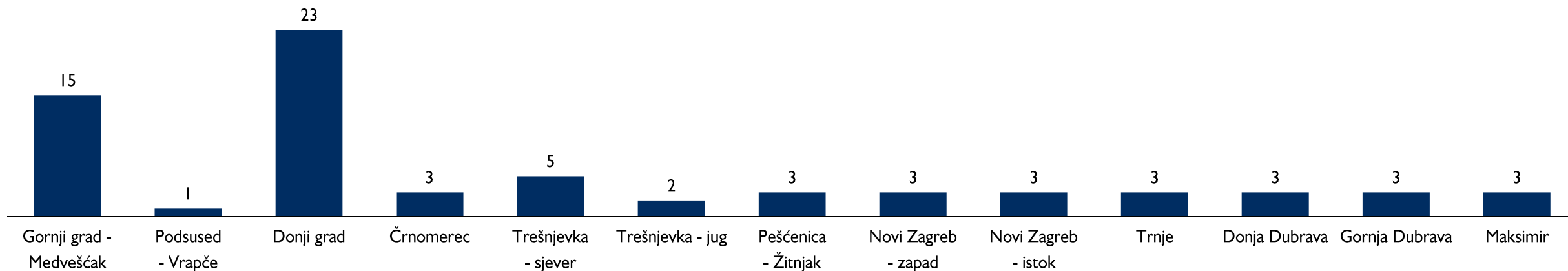
Zagreb 80's muzej

Moneterra – muzej novca HNB

Muzej susjedstva Trešnjevka

Više 60% kazališta, kina, koncertnih dvorana i kulturnih centara Zagreba koncentrirano je u središnjim četvrtima

Broj kazališta, kina, koncertnih dvorana i kulturnih centara po gradskim četvrtima



Prikaz broja kazališta, kina, koncertnih dvorana i kulturnih centara po zagrebačkim četvrtima, slično kao i u slučaju muzeja i galerija, pokazuje dominaciju Donjeg i Gornjeg grada. No u ovom slučaju je bitno i sagledati vrstu ponude i kako se ona razlikuje ovisno o gradskim četvrtima. U perifernim četvrtima (poput Novog Zagreba, Dubrave, Podsuseda – Vrapča, Trnja, Peščenice – Žitnjaka i Trešnjevke) prevladava ponuda kina, uglavnom multipleksa u trgovačkim centrima, dok su kazališta i kulturni centri znatno rjeđe zastupljeni te uglavnom imaju lokalni, kvartovski karakter.

Unatoč koncentraciji materijalnih kulturnih atrakcija (muzeja, kina, kazališta, koncertnih dvorana) u središtu grada, inicijativa Kvartovi kulture širi kulturne sadržaje na cijeli grad. Tijekom 2024. projekt je obuhvatio sedam kvartova s više od 60 događanja na kojima je sudjelovalo preko 250 umjetnika i više od 10.000 posjetitelja, čime se kultura decentralizira i čini dostupnijom dijelovima grada u kojima je inače slabije prisutna.

Shopping, kao dopunska aktivnost turista, u Zagrebu nije dovoljno razvijen, posebno kada je riječ o ponudi brendiranih trgovina i autentičnih proizvoda

Analiza shopping ponude Zagreba

Nedostatak luksuznih brendova

Povijesnu jezgru Zagreba karakterizira nedostatak samostalnih luksuznih i *premium* brend trgovina, za razliku od europskih gradova poput Milana, Beča i Budimpešte. *Flagship* dućani nisu prisutni na glavnim zagrebačkim ulicama, dok se *premium* ponuda uglavnom nalazi u *multibrend concept* trgovinama na periferiji ili trgovačkim centrima izvan centra. Ova situacija ograničava razvoj Zagreba kao *premium shopping* destinacije i propušta priliku za privlačenje kupaca s višim platežnim kapacitetom te razvoj luksuznog *shopping* turizma, standardnog u vodećim europskim destinacijama.



Koncentracija u trgovačkim centrima

Maloprodajnim sektorom Zagreba dominiraju velikih trgovački centari smještenih uglavnom na periferiji grada, poput Arena Centra, City Center One, Supernove, Z Centra i ostalih, čime se prvenstveno zadovoljavaju potrebe lokalne populacije. Ponuda u tim centrima obuhvaća širok spektar brendova srednjeg cjenovnog segmenta, koji su prisutni i u drugim regionalnim centrima. Strani turisti trgovačke centre posjećuju uglavnom iz praktične potrebe, dok su oni primarno privlačni domaćim posjetiteljima.



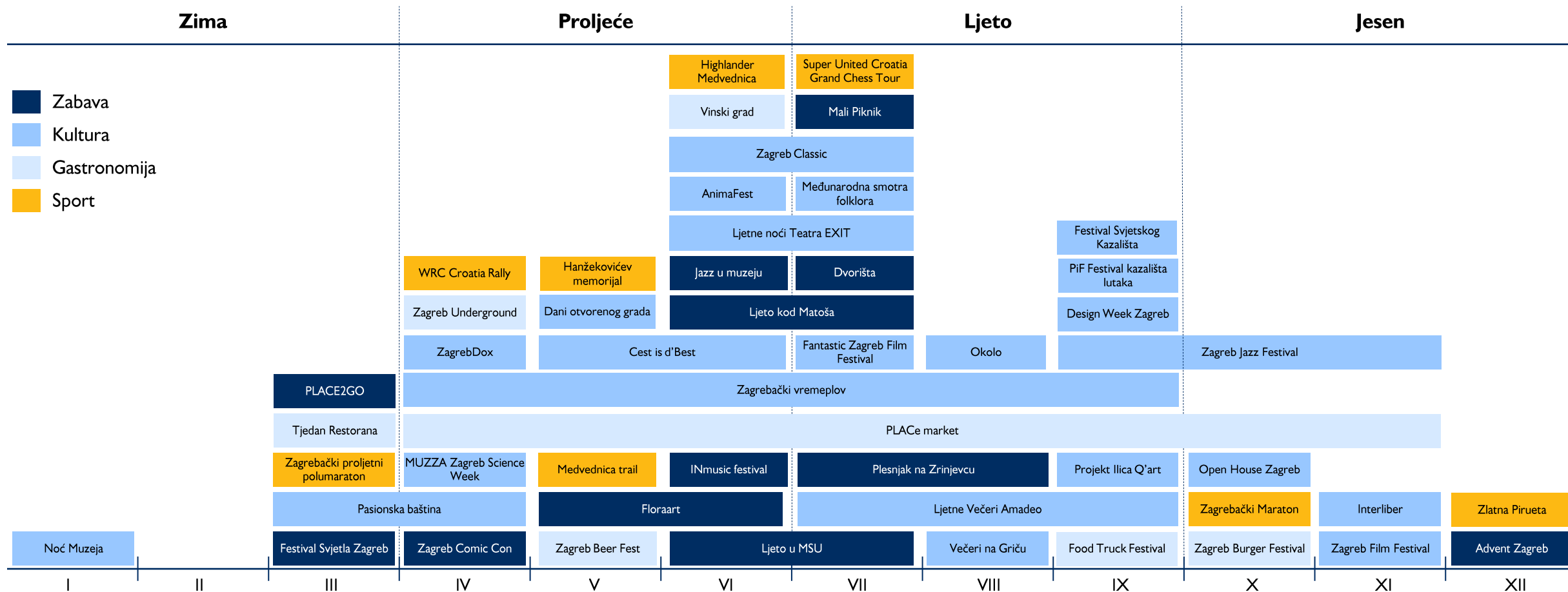
Prepoznatljivost zagrebačkih obrtnika

Za razliku od drugih glavnih gradova, gdje centralne ulice nude bogatu ponudu obrtnika i malih butika s ručno rađenim proizvodima, Zagreb značajno zaostaje u dostupnosti autentičnih lokalnih proizvoda. Pozitivni primjeri poput Zagreb Crafts Shopa i povremenih sajмова postoje, ali takva ponuda ostaje fragmentirana i teško dostupna turistima. Unatoč dobroj ponudi domaćih obrtnika i dizajnera, nedostatna promocija i plasman onemogućava Zagrebu da izgradi konkurentsku prednost na području autentičnog *shopping* doživljaja, čime se propušta mogućnost za dodatan razvoj prepoznatljivosti identiteta destinacije.



Bogati kalendar događanja smatra se jednom od glavnih atrakcija Zagreba i važnim elementom turističke ponude

Pregled odabranih događanja u Zagrebu 2024. godine



Izvor: Dostavljeni podaci od strane TZGZ, infozagreb.hr, Horwath HTL, 2026.

Fokus događanja je na kulturi i zabavi, dok gastro programi uglavnom slijede već poznate koncepte, a najviše prostora za razvoj je u sportskim događanjima

Pregled odabranih događanja u Zagrebu 2024. godine



Zabava

Zabavni sadržaji u Zagrebu najzastupljeniji su u proljetnim i ljetnim mjesecima, kada se većinom održavaju na otvorenom (*INmusic, Ljeto u MSU, Dvorišta*) i čine glavninu ponude. Izvan ljetnog razdoblja, najznačajniji događaji su *Advent Zagreb* i *Festival svjetla*.



Kultura

Kultura je najzastupljenija kategorija s događanjima međunarodnog profila poput *Animafesta, Zagreb Jazz Festivala, ZagrebDoxa, Zagreb Film Festivala, Festivala Okolo, Zagreb Classica*, no njihova priroda je nišna i primarno privlači specifične kulturne krugove, a ne širu publiku.



Gastronomija

Gastronomska događanja su pretežito ležernog karaktera i *street-food* formata poput *Food Truck Festivala, Fuliranja* i *Zagreb Burger Festivala*, dok *premium* segment nije značajno zastupljen. Gastro događanja najčešće prate uobičajeni format, što ostavlja prostor za novi ili drugačiji pristup u budućim projektima.



Sport

Među sportskim događanjima, najznačajnija su natjecanja na kontinentalnoj i globalnoj razini (npr. Svjetsko rukometno prvenstvo održano 2025. godine). Ostala sportska događanja su uglavnom lokalnog i regionalnog karaktera, osim kada se klubovi natječu i europskim ligama.

Izvor: dostavljeni podaci od strane TZGZ, Horwath HTL, 2026.

- Kalendar događanja u Zagrebu 2024. obuhvaća raznolik i kontinuiran program s većim fokusom na događanja u ljetnom dijelu godine
- Najveći broj događanja je u razdoblju od svibnja do rujna, uz smanjenje u kolovozu, primarno zbog manjeg broja lokalnog stanovništva koji tada borave u gradu. Izvan spomenutog razdoblja broj događanja je znatno manji
- Program se primarno fokusira na kulturna i zabavna događanja koja uključuju i međunarodno prepoznata događanja poput Festivala svjetla Zagreb, Zagreb Classica i Adventa Zagreb
- Gastronomski sadržaji su zastupljeni, no u manjoj mjeri dok su najmanje zastupljena sportska događanja
- Trenutni projekti u području sportske infrastrukture predstavljaju vrlo veliki potencijal za buduću snažniju aktivaciju sporta u okviru turističke ponude, pogotovo u slučajevima kada se u Zagrebu održavaju nacionalna, europska i svjetska događanja na kojima sudjeluju zagrebački klubovi ili državne reprezentacije

Turistička zajednica organizira tri ključna događanja raspoređena tijekom godine - Festival svjetla Zagreb u proljeće, Zagreb Classic ljeti i Advent Zagreb zimi

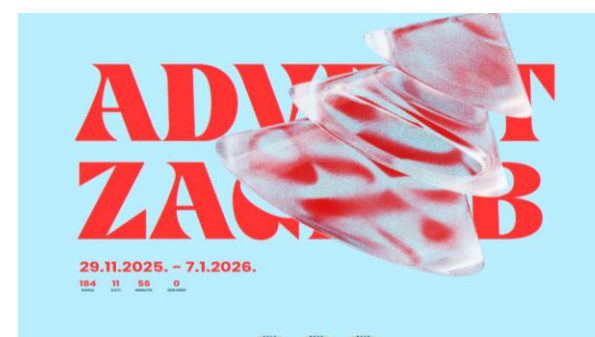
Ključna događanja u organizaciji Turističke zajednice grada Zagreba



Festival svjetla Zagreb privlači veliku pozornost posjetitelja, no daljnji razvoj zahtijeva kontinuiranu inovativnost, budući da se slični festivali održavaju u nizu drugih destinacija.



Zagreb Classic predstavlja značajan kulturni događaj koji kroz koncerte na otvorenom promiče kulturni identitet grada i ima potencijal dodatnog širenja te jačeg uključivanja u destinacijsku ponudu.



Advent Zagreb snažno doprinosi pozicioniranju grada i postao je međunarodno prepoznato događanje, no s obzirom na široku raširenost adventskih manifestacija danas zahtijeva inovativan iskorak kako bi zadržao svoju posebnost i atraktivnost.

Ključna događanja turističke zajednice oblikuju prepoznatljivu cjelogodišnju ponudu i snažno doprinose imidžu Zagreba kao kulturno-zabavne-turističke destinacije. Svaki projekt ima jasnu ulogu u pozicioniranju grada, ali istodobno otvara prostor za unaprjeđenje i jačanje konkurentnosti. Daljnji potencijal leži u inovacijama sadržaja i jačoj međunarodnoj vidljivosti, a iskorakom prema novim konceptima Zagreb može ojačati svoju ulogu među urbanim destinacijama regije.

Ponuda Tripadvisor kategorija u Zagrebu pokazuje širok raspon iskustvenog i tematskog turizma, ali s izraženim razlikama u razvijenosti segmenata

Strukturalna analiza Tripadvisor kategorija turističkih usluga

Prema ponudi u rubrici „Things to Do“ na Tripadvisoru, u Zagrebu djeluje velik broj aktivnih pružatelja turističkih usluga, uključujući turističke agencije i individualne vodiče, koji nude raznolike oblike iskustvenog i tematskog turizma.



Obilasci

- 590 tura
- Primjeri potkategorija: ture autobusom, vinske i gastro ture, noćne ture, razgledavanja grada
- Ponuda pokriva različite tipove turizma, uključujući: aktivni, kulturni, eno-gastro i edukativni turizam
- 89 tura prilagođeno je osobama u kolicima



Dnevni izleti

- 253 ture
- Najčešće destinacije: Plitvice, Ljubljana, Bled i Varaždin
- Ponuda često uključuje prijevoz, vodiča i slobodno vrijeme
- 24 dnevna izleta je prilagođeno za osobe u kolicima



Outdoor aktivnosti

- 163 ture
- Glavne destinacije: Plitvice, Medvednica, Postojna, Bled i druge prirodne atrakcije
- Najčešće aktivnosti: planinarenje, biciklizam, vožnja kajakom
- Iako je ponuda još uvijek ograničena, segment aktivnog turizma pokazuje jasan trend rasta



Hrana i piće

- 34 ture
- Gastro programi obuhvaćaju degustacije tradicionalnih delicija, posjete Dolac tržnici i obilazak najznačajnijih gradskih spomenika
- Vinska iskustva većinom su vezana uz vinarije u okolici Zagreba, ali i u etabliranoj istarskoj regiji
- Svega 2 ture prilagođene su osobama u kolicima



Tečajevi i radionice

- 45 tura
- Programi obuhvaćaju raznolike kreativne aktivnosti poput slikanja na platnu, izrade keramike i oslikavanja predmeta
- Posebno se ističe radionica očuvanja tradicijskih zanata kroz izradu licitarskih srca, koja kombinira kulturnu baštinu i suvremenu turističku ponudu

Napomena: Kategorije nisu strogo razgraničene, već se pojedini programi i aktivnosti istodobno pojavljuju u više rubrika.

Sukladno podacima na Tripadvisor platformi, u Zagrebu je nedovoljno razvijena ponuda iskustava

Must-do experiences in Zagreb

Book these experiences for a close-up look at Zagreb.

See all



Plitvice and Rastoke day trip from Zagreb w/ticket (guar. dep.)

4.9 ●●●●● (424)

Walking Tours



Ljubljana and Bled Lake - small group - day tour from Zagreb

4.9 ●●●●● (189)

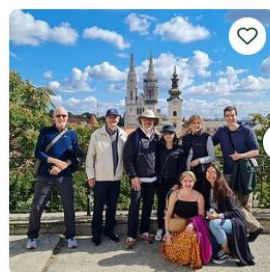
Likely To Sell Out



Communism & Croatian Homeland War Tour

5.0 ●●●●● (1,054)

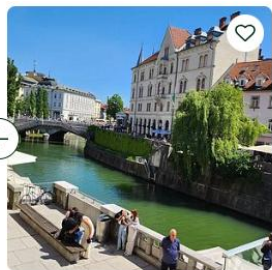
City Tours



Walking tour of Zagreb

4.9 ●●●●● (152)

City Tours



Day Tour to LJUBLJANA LAKE BLEED with minivan 8pax max fro...

4.9 ●●●●● (73)

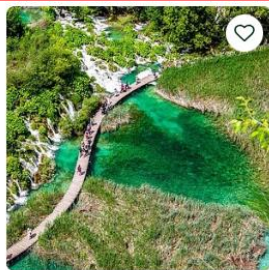
Day Trips



Private Wine Road Day Tour from Zagreb

4.9 ●●●●● (10)

Day Trips



Transfer from Zagreb to Split with Entry Ticket to Plitvice Lakes

5.0 ●●●●● (26)

Day Trips



Ljubljana, Postojna Cave&Predjama Castle with...

4.9 ●●●●● (12)

Likely To Sell Out

- Od osam najbolje rangiranih 'must-do' iskustava u Zagrebu, samo se četiri nalaze unutar grada
- Preostala iskustva uključuju jednodnevne izlete prema Plitvičkim jezerima i Ljubljani
- Aktivnosti koje se vezuju uz Zagreb uglavnom se svode na povijesne ture razgledavanja grada, vođene biciklističke obilaske te iskustva degustacije hrane i pića



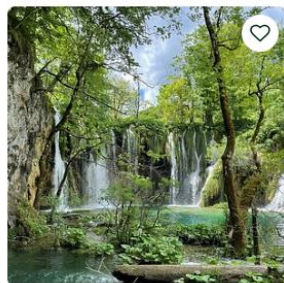
Analiza ponude jasno pokazuje da turistička iskustva u Zagrebu nisu dovoljno razvijena niti diferencirana. Ponuda se uvelike oslanja na ture u okolnim destinacijama u Hrvatskoj i Sloveniji, dok sam Zagreb nudi pretežno osnovne kulturne i gastronomske sadržaje, što već u početku planiranja putovanja, može negativno utjecati na percepciju destinacije, ostavljajući dojam posjetiteljima da nedostaje sadržaja, što dugoročno može smanjiti konkurentnost Zagreba kao turističke destinacije.

Sukladno Tripadvisoru, unatoč komplementarnim turističkim proizvodima koje okolica Zagreba nudi, nedovoljna je njena integracija u ponudu tura

Day Trips

From quick jaunts to full-day outings.

[See all](#)



Plitvice Lakes & Rastoke Day Trip from Zagreb with Entry Ticket

4.9 ●●●●● (338)

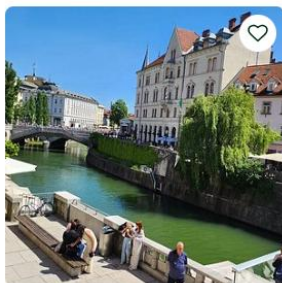
Likely To Sell Out



Plitvice Lakes & Rastoke Day Trip from Zagreb, Ticket Included

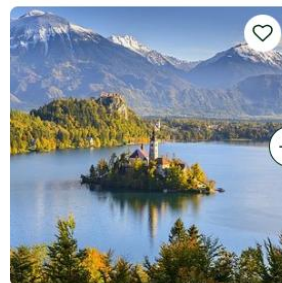
5.0 ●●●●● (9)

Day Trips



Special Offer

Day Tour to LJUBLJANA LAKE BLED with minivan 8pax max from Zagreb



Special Offer

Ljubljana and Bled Small Group Tour from Zagreb with guide

4.9 ●●●●● (45)



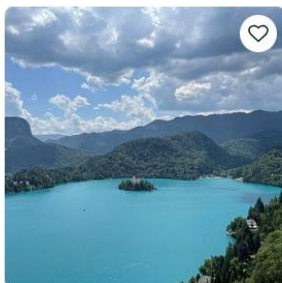
Plitvice and Rastoke day trip from Zagreb w/ticket (guar. dep.)

4.9 ●●●●● (424)



Ljubljana and Bled Lake - small group - day tour from Zagreb

4.9 ●●●●● (189)



Likely To Sell Out*

Ljubljana with Funicular and Lake Bled from Zagreb



Zagreb to Split Group Transfer with Plitvice Lakes guided Tour

4.7 ●●●●● (66)

- Nijedan od prvih osam dnevnih izleta ne uključuje atrakcije u neposrednoj okolici Zagreba (Samobor, Zagorje, Pleševica, Prigorje)
- Ponuda je fokusirana na etablirane destinacije poput Plitvičkih jezera, Ljubljane i Bleda
- Programi su većinom standardizirani i svedeni na prijevoz, pratnju vodiča i slobodno vrijeme



Zagreb nije dovoljno turistički povezan s okolnim zelenim pojasom Zagrebačke županije, iako on može ponuditi komplementarna eno-gastro i outdoor iskustva koja bi motivirala produženi boravak u destinaciji. Neiskorištavanje ove sinergije svodi Zagreb na polazišnu točku za destinacije poput Plitvica, Bleda i Ljubljane, što ograničava mogućnost pozicioniranja Zagreba kao atraktivne i samostalne turističke destinacije.

Pružatelji turističkih usluga u Zagrebu nude cjelogodišnju uslugu, no nedostaje im inovacija, digitalne vidljivosti i lokalna gastronomija

Kvalitativna analiza pružatelja turističkih usluga

Ključne prednosti

Cjelogodišnja dostupnost ponude

Pružatelji usluga prilagodili su ponudu tako da Zagreb kao destinacija funkcionira tijekom cijele godine, od adventa do ljetnih tura. To pokazuje visoku razinu operativne fleksibilnosti.

Pristupačne i prilagodljive ture

Mnogi organizatori nude privatne i tematske ture (npr. *walking tours*, *foodie tours*), često uz fleksibilan raspored, što doprinosi personaliziranom doživljaju Zagreba.

Profesionalni standardi i sigurnost usluge

Pružatelji turističkih usluga u Zagrebu održavaju visoke standarde sigurnosti i kvalitete, čime jačaju reputaciju destinacije.

Jezična kompetencija i profesionalnost

Većina vodiča i djelatnika u turističkom sektoru govori engleski, često i druge jezike (npr. njemački, talijanski), što smanjuje jezične barijere i povećava zadovoljstvo turista.

Ključni nedostaci

Ograničenost dodatne vrijednosti u ponudi

Većina ponude se temelji na klasičnim obilascima i kulturnim znamenitostima. Postoji prostor za daljnji razvoj diferenciranih i inovativnih doživljaja (npr. interaktivne ture, edukativne radionice, lokalna iskustva).

Nedostatak promocije autentičnih lokalnih priča

Turistički sadržaji rijetko ističu kulturne posebnosti Zagreba i okolice (zanati, tradicije, lokalni proizvođači), čime se gubi prilika za diferencijaciju.

Slaba digitalna prisutnost i booking sustavi

Mnogi manji pružatelji nemaju web stranice, *online* rezervacije ni aktivne društvene mreže, što otežava dolazak stranih gostiju.

Nepovezanost tura i gastronomije

Vodiči nedovoljno surađuju s ugostiteljima na turama koje bi spojile razgledavanje s kušanjem lokalnih jela, što smanjuje doživljaj autentičnosti.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture



Metodologija analize primarne i sekundarne turističke infrastrukture

Turistička infrastruktura u destinaciji obuhvaća sve prostorne i funkcionalne komponente koje omogućuju razvoj, korištenje i doživljaj turističke ponude. S obzirom na specifičnost i opseg infrastrukture koja je obuhvaćena metodološkim pristupom iz Smjernica, analizi primarne i sekundarne infrastrukture pristupilo se odabirom onih kategorija koje se smatraju relevantnima za Zagrebu u kontekstu analize turističke ponude. Opseg analize proširen je razvojnim projektima radi razumijevanja razvojnog potencijala Zagreba u narednom razdoblju. Prema provedenoj analizi, turistička infrastruktura podijeljena je na:



Primarnom infrastrukturom smatra se ona koja izravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude:

- kongresni centri
- planinarska infrastruktura: planinarski putovi i planinarski objekti
- biciklističke rute i popratna infrastruktura
- pješačke trekking staze i staze dugog hodanja

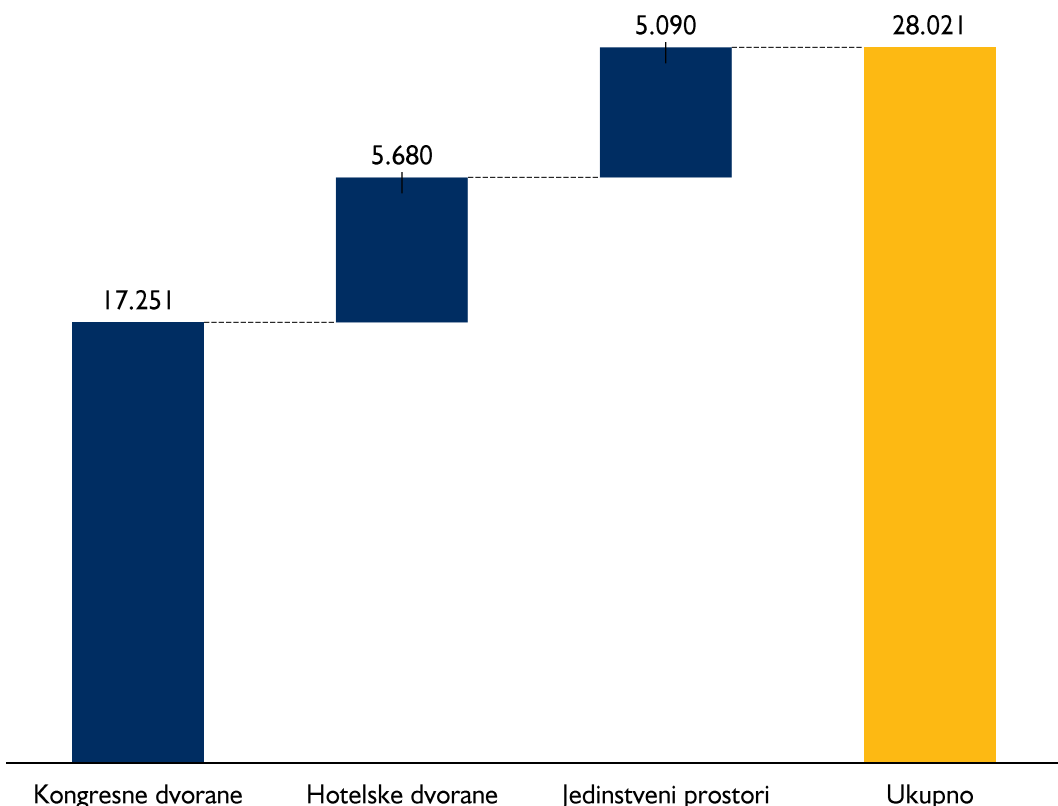


Sekundarna infrastruktura podrazumijeva infrastrukturu koja ne utječe izravno na razvoj turizma i ima sporednu funkciju u službi turizma:

- sportski objekti i ostala sportska infrastruktura na otvorenom prostoru u funkciji aktivnog turizma

Zagreb trenutno raspolaže različitim kongresnim kapacitetima, no snažniji iskorak u konkurentnosti očekuje se tek izgradnjom novog kongresnog centra

Analiza kongresnih kapaciteta grada Zagreba*



*Kapaciteti se odnose na najveće kongresne dvorane u analiziranim prostorima (u postavi kazalište) te ne uključuju dodatne sobe za sastanke i manje prostore

U Zagrebu su dostupni različiti prostori prilagođeni potrebama poslovnih gostiju uključujući suvremene kongresne dvorane većih kapaciteta (najistaknutiji Mozaik Event Centar), hotele visoke kategorije s četiri i pet zvjezdica te jedinstvene prostore pogodne za organizaciju različitih vrsta poslovnih događanja. Dio jedinstvenih prostora, poput Mimare, je zatvoren zbog obnove od potresa.

U Zagrebu je dostupno 40 kongresnih prostora s ukupnim kapacitetom (u postavi kazalište) od 28.021 mjesta. Isti prostori, odnosno objekti u kojima se nalaze navedeni kongresni kapaciteti dodatno sadrže 130 dvorana i manjih prostora za sastanke kapaciteta od 10 do 1.200 mjesta.

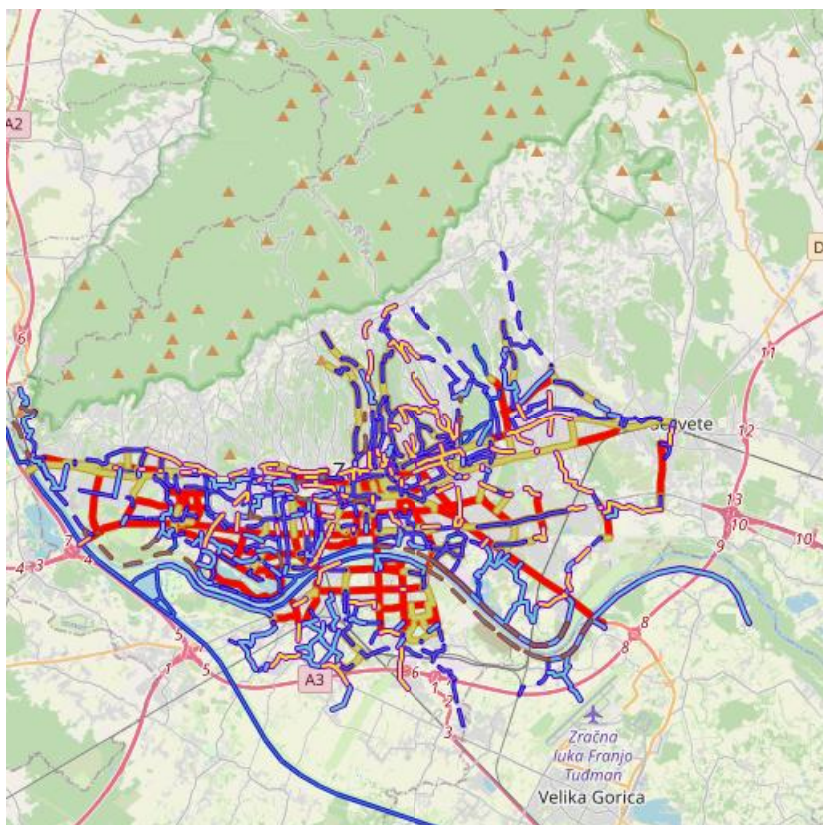
Najveći kongresni kapaciteti se nalaze u kongresnim dvoranama koje čine 62% ukupnih kongresnih kapaciteta. Kategorije hotelskih dvorana i jedinstvenih prostora (npr. prostori Državnog arhiva, Koncertna dvorana Lisinski, dvorana HNK) imaju gotovo podjednake udjele od 20% i 18%.

Grad Zagreb kontinuirano ulaže u razvoj infrastrukture za poslovne goste i unapređenje svoje pozicije na međunarodnom tržištu. U sklopu tih nastojanja planira se izgradnja novog kongresnog centra. Za navedenu se lokaciju planiraju kongresni centar, sadržaji javne i društvene namjene, hotel, poslovni sadržaji, infrastrukturne građevine, uključivo i garažno-parkirališne površine te javni prostori. Početak izgradnje kongresnog centra očekuje se tijekom 2028. godine, a vrijednost investicije procijenjena je na 51 milijun eura.

U međuvremenu, Velesajam se u potpunosti otvorio vanjskim organizatorima događanja, te osim što je organizator događanja, Velesajam je i lokacija za događanja drugih organizatora. Kontinuirano se širi sadržaj i privlači sve veći broj vanjskih događanja. Tako samo u segmentu događanja, Velesajam ima 100 vanjskih događanja godišnje, a samo u prva dva mjeseca 2026. događanja i sajmove na Zagrebačkom velesajmu posjetilo je oko 40 tisuća ljudi.

Zagreb ima razvijenu mrežu biciklističkih staza, u urbanom području, ali i u prirodi, a Medvednica dodatno nudi i MTB rute za turiste željne adrenalinskog doživljaja

Biciklističke staze



Zagreb posljednjih godina intenzivno razvija biciklističku infrastrukturu kao bitan segment održivog urbanog prometa i aktivnog turizma. Do kraja 2025. godine, na području Zagreba nalazilo se 285,5 kilometara biciklističkih staza koje povezuju središte sa širim gradskim i prigradskim područjima, kao i s rekreacijskim zonama poput Jaruna, Bundeka i Maksimira.

Staze su uglavnom namijenjene rekreativnoj vožnji i svakodnevnom bicikliranju, no mnoge nude i atraktivno iskustvo za turiste, osobito rute uz prirodne zone i vodene površine. Savski nasip, koji se proteže uz obje obale rijeke Save, jedan je od najpopularnijih biciklističkih pravaca u gradu. Njegova trasa povezuje zapadni i istočni dio Zagreba. Nasip je posebno atraktivan za duge rekreativne ture i trening vožnje.

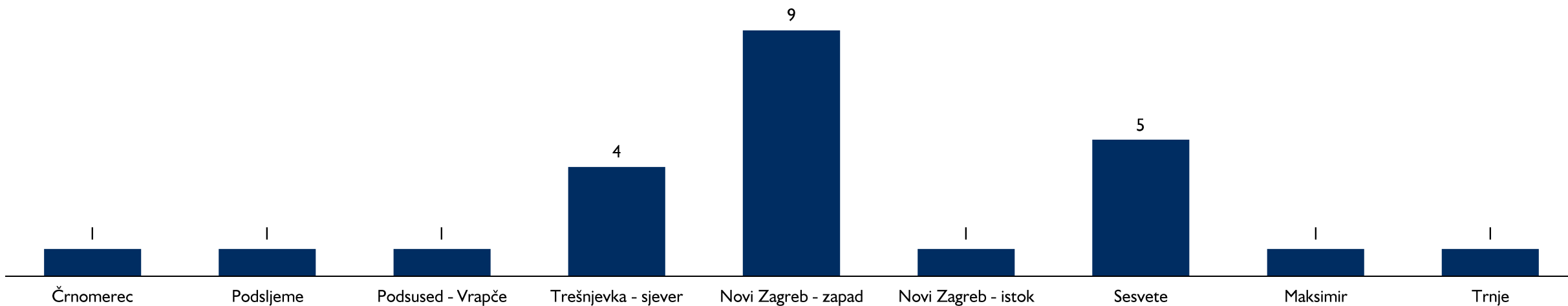
Jarun i Bundek nude uređene biciklističke staze koje se nalaze uz jezera i šetnice. Maksimir, iako nije predviđen za bicikliranje unutar samog parka, lako je dostupan biciklom putem prometnica.

Za iskusnije vozače, Zelena magistrala predstavlja urbaniju rutu između Gajnica i Streljane, koja vodi kroz zapadne dijelove grada i omogućuje spoj s podnožjem Medvednice. Na samoj Medvednici nalaze se i brdske MTB staze različite zahtjevnosti koje su posebno popularne među ljubiteljima brdskog biciklizma.

Zagreb nudi i biciklističke ture, koje turistima omogućuju istraživanje grada na dva kotača, uz upoznavanje kulturnih i povijesnih znamenitosti.

Velesajam predstavlja jedan od ključnih kapaciteta za unutarnje sportske i rekreativne sadržaje dostupne tijekom cijele godine

Broj objekata unutarnje sportske i rekreativne infrastrukture prema gradskim četvrtima

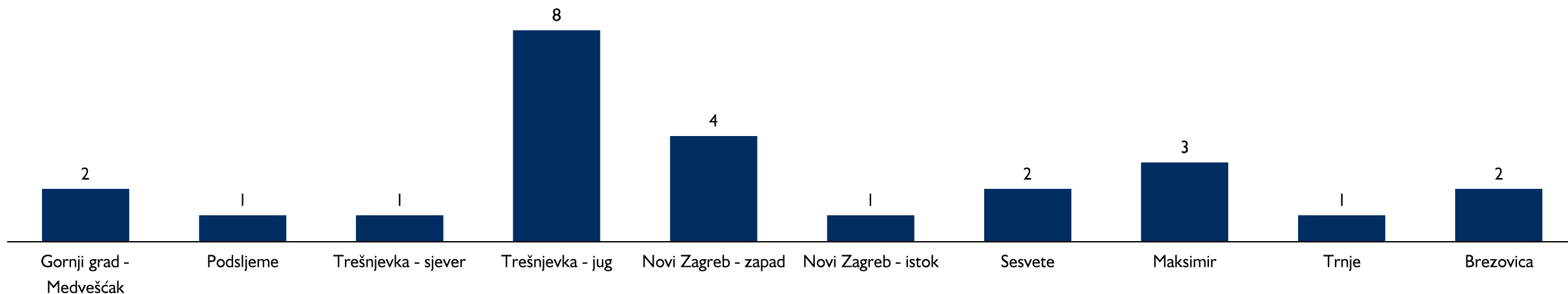


Rasprostranjenost unutarnjih sportskih i rekreativnih sadržaja pokazuje suprotne trendove u odnosu na kulturne sadržaje. Dok je kulturna infrastruktura koncentrirana u središtu grada, unutarnji sportski sadržaji razvijali su se u područjima s dovoljno prostora i gdje je planski omogućena izgradnja većih objekata. Kao rezultat toga, najveća koncentracija sportskih objekata nalazi se u Novom Zagrebu – zapad, Sesvetama i Trešnjevki, dok su rubne i pojedine centralne četvrti znatno slabije pokrivena. Novi Zagreb – zapad, kao gradska četvrt s najvećim brojem objekata, uključuje multifunkcionalnu Arenu Zagreb, bazene, klizalište, dvorane za tenis, badminton i padel te specijalizirane centre poput Fair Playa i Zagija.

Zagrebački velesajam ima ključnu ulogu u unutarnjoj sportskoj i rekreativnoj ponudi grada Zagreba zahvaljujući svojim prostranim i multifunkcionalnim zatvorenim prostorima koji omogućuju održavanje raznih sportskih i rekreativnih aktivnosti tijekom cijele godine, neovisno o vremenskim uvjetima. S obzirom na svoju centralnu lokaciju i pristupačnost, Velesajam privlači širok spektar sudionika, nudeći raznovrsne programe koji uključuju sportove kao što su tenis, rukomet i gimnastika, ali i zabavne sadržaje.

Vanjski sportski sadržaji omogućuju aktivnosti na otvorenom u četvrtima sa sportskim zonama poput SRC Mladost, dok središnje i rubne gradske četvrti bilježe slabu ponudu

Broj objekata vanjske sportske i rekreativne infrastrukture prema gradskim četvrtima



Najveća koncentracija vanjskih sportskih sadržaja nalazi se na Trešnjevki – jug, s osam različitih objekata, uključujući rukometni teren na pijesku, skate park te kompleks SRC Mladost. Slijede Novi Zagreb – zapad (4 objekta), Maksimir (3 objekta), dok Sesvete, Gornji grad – Medveščak, Novi Zagreb – istok i Brezovica imaju po jedan do dva veća objekta. Većina ostalih četvrti, kako središnjih, tako i rubnih, značajno je slabije pokrivena, oslanjajući se pretežno na školska igrališta, sportska dvorišta ili parkovne površine.

Na razini grada, ključni vanjski sportski objekti su SRC Mladost, SRC Šalata i Maksimir, SRC Svetice, nekoliko konjičkih i nogometnih klubova, karting centar Mega te skijalište Sljeme, koji zajedno čine okosnicu zagrebačke vanjske sportske infrastrukture.

Sportsku infrastrukturu Zagreba čine veliki kompleksi sa širokom uporabom koji su djelomično zastarjeli te im je potrebna modernizacija

Bazen i SRC Svetice



- Sportsko-rekreacijski centar s olimpijskim plivalištem i atletskim sadržajima
- Sadrži olimpijski bazen 50x25 m, bazen za zagrijavanje, dječje i wellness sadržaje, ukupno 3 unutarnja bazena, atletsku stazu od 400 m, bacalište i travnati teren
- Prima oko 300 gledatelja na plivalištu, a bazenski kompleks zauzima približno 10.448 m²; otvoren 2016. uz ulaganje 17,7 mil. EUR

SRC Šalata



- Kompleks na Šalati obuhvaća 3 vanjska bazena, 9 teniskih terena, sezonsko klizalište i više sportskih igrališta
- Kapacitet za koncerte prelazi 6.000 posjetitelja, a ukupna površina iznosi oko 52.673 m²
- Lokacija ima gotovo stoljeće tradicije i ljetnu koncertnu pozornicu

Dom sportova



- Višenamjenski kompleks s osam dvorana za sport, koncerte i sajmove
- U obnovi su krov, konstrukcija, energetika i interijer radi modernizacije i fleksibilnije upotrebe
- Velika dvorana ima kapacitet od preko 6.000 posjetitelja, mala oko 3.800
- Ponovno otvaranje planirano početkom 2028. godine

SRC Mladost



- Opsežan sportsko-rekreacijski centar uz Savu
- Obuhvaća atletski stadion, nogometno igralište, više dvorana i 4 bazena te terene za brojne sportove (tenis, plivanje, vaterpolo, atletika, odbojka, judo, stolni tenis, košarka, boks)
- Atletski stadion ima oko 2.500 mjesta, a cijeli kompleks prostire se na približno 160.000 m²; potrebna je obnova i sadržajno unaprjeđenje

Novi stadioni će imati potencijal privlačenja velikog broja posjetitelja, a Velesajam će kroz očekivani projekt obnove postati moderno središte Novog Zagreba

Stadion Maksimir



- Povijesni stadion uz park trenutačno je infrastrukturno zastario i oštećen potresom
- Planira se novi stadion kapaciteta oko 35.000 gledatelja, s tri pomoćna terena od kojih je jedan s tribinom s 1.500 sjedalica te s podzemnom garažom s 800 garažnih parkirnih mjesta.
- Sadašnji kapacitet iznosi približno 25.000 mjesta

Stadion Kranjčevićeva



- Trenutno u rekonstrukciji, zamišljen kao suvremen, multifunkcionalan gradski stadion
- Projekt uključuje novi javni trg od oko 6.300 m², sadnju oko 150 stabala i uređenje više od 400 parkirnih mjesta, uz ispunjavanje najviših UEFA standarda
- Predviđeni kapacitet je 11.163 mjesta, s planiranim otvorenjem početkom 2027. godine

Arena Zagreb



- Suvremena višenamjenska dvorana otvorena 2008. za velika međunarodna natjecanja i koncerte
- Fleksibilna konfiguracija, jaka tehnička oprema i dobra dostupnost omogućuju cjelogodišnje programe
- Kapacitet doseže do oko 18.600 posjetitelja
- Tijekom 2025. održano je nekoliko sportskih događaja te 31 koncert

Zagrebački velesajam



- Veliki gradska zona gdje prostori za sport i rekreaciju zauzimaju oko 57.000 m²
- U 18 paviljona djeluje oko 40 sadržaja/udruga s raznolikim dvoranskim programima
- Kapaciteti su raspodijeljeni po paviljonima i svakodnevno prihvaćaju velik broj korisnika
- Puna popunjenost sportskih sadržaja, konstantan rast potražnje te potreba za obnovom i modernizacijom.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje



Metodologija analize turističke potražnje

Zbog boljeg razumijevanja dinamike turističkog tržišta i prisutnih tržišnih trendova, analiza turističke potražnje odvojena je u zasebno poglavlje iako propisana metodologija to ne zahtjeva. Analiza je strukturirana u dva glavna dijela – analizu turističke potražnje destinacije te analizu sentimenta pojedinih emitivnih tržišta.



Analiza turističke potražnje destinacije

- ✓ Ostvareni turistički dolasci i noćenja
- ✓ Prosječna duljina boravka
- ✓ Ostvarene noćenja prema kategoriji smještaja
- ✓ Analiza ključnih pokazatelja uspješnosti hotela
- ✓ Sezonalnost noćenja
- ✓ Struktura noćenja prema stranim emitivnim tržištima
- ✓ Sezonalnost noćenja prema stranim emitivnim tržištima

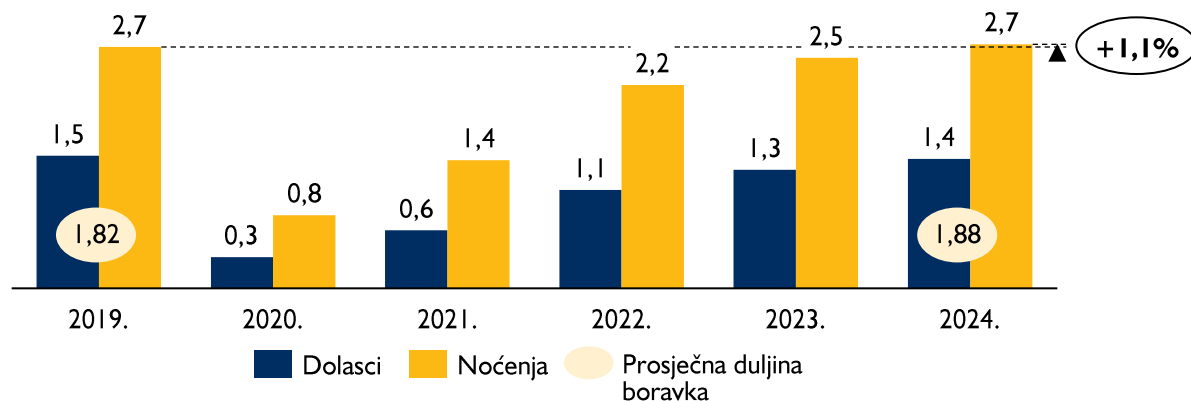


Analiza sentimenta pojedinih emitivnih tržišta

- ✓ Turistički proizvodi prema dominantnoj dobnoj skupini, duljini boravka, dominantnom budžetu i izabranoj destinaciji
- ✓ Analiza odabranih emitivnih tržišta prema duljini boravka, budžetu, pratnji. Najpoželjnijim destinacijama, noćenjima

U 2024. godini ostvaren je rast noćenja u usporedbi s 2019. godinom, a struktura turističkih ukazuje na znatno bolju iskorištenost hotelskih kapaciteta u odnosu na privatni smještaj

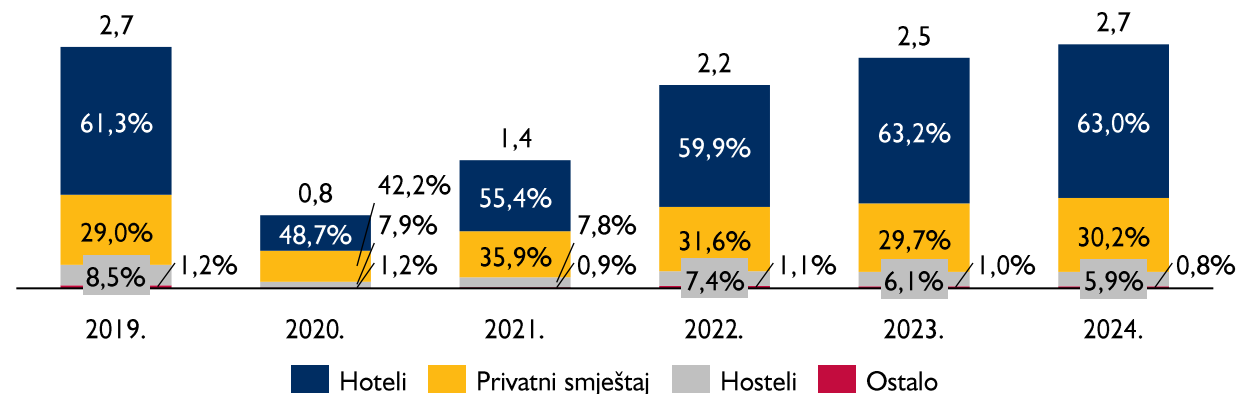
Broj dolazaka i noćenja u Zagrebu u razdoblju od 2019. do 2024. godine



U 2024. godini u Zagrebu je ostvareno 2,69 milijuna noćenja, što predstavlja porast od 1,1% u odnosu na 2019. godinu. Istodobno je registrirano 1,43 milijuna dolazaka, što je 2,2% ispod pretpandemijske razine iz 2019. godine.

Prosječna duljina boravka u 2024. iznosila je 1,88 dana, u usporedbi s 1,82 dana u 2019. godini. Iako su kraći boravci karakteristični za urbane destinacije u odnosu na odmorisne, zagrebački rezultat niži je od usporedivih gradova poput Beča i Budimpešte, gdje prosjek iznosi između 2 i 3 dana, što potvrđuje da Zagreb u velikoj mjeri i dalje funkcionira kao tranzitna destinacija, s posjetima koji prosječno traju manje od dva dana.

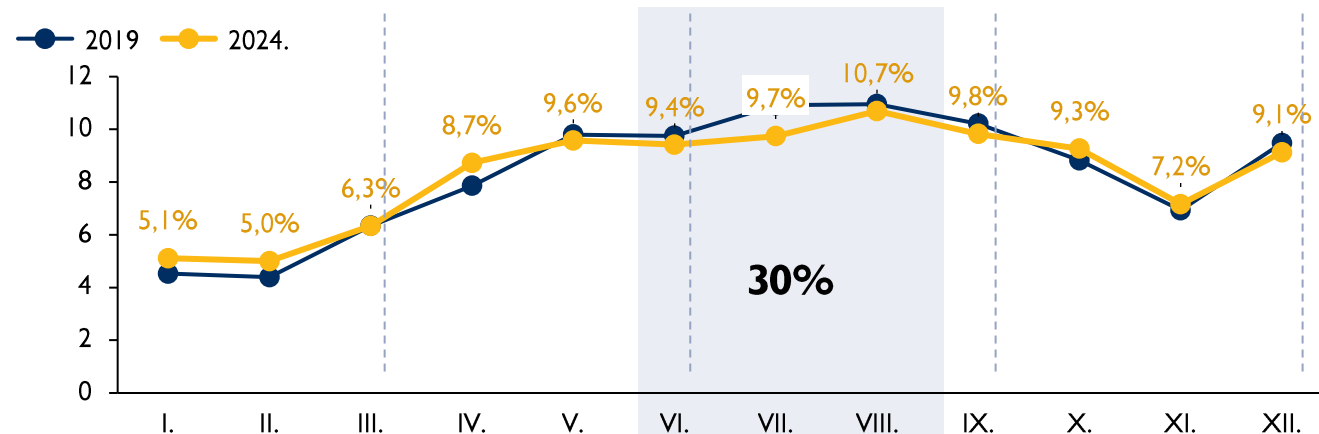
Struktura noćenja prema vrsti smještaja, 2019. – 2024. godine



Od 2019. do 2024. hoteli su kontinuirano ostvarivali oko 60% svih noćenja (izuzev pandemijskog razdoblja), uz udio oko 36% u ukupnim smještajnim kapacitetima destinacije. S druge strane, privatni smještaj čini između 33% i 37% ukupnih smještanih kapaciteta u istom razdoblju, no ostvaruje tek 30% ukupnog broja noćenja. Ovaj nesrazmjer između dostupnih kapaciteta i ostvarenih noćenja ukazuje na značajno bolje performanse hotelskog sektora i na problematiku privatnog smještaja koji kapacitetima i prostornom iskorištenosti konzumira značajan dio destinacije, a ostvaruje značajno lošije rezultate u generiranju potražnje od hotelskog sektora. Ovakva struktura otvara pitanje učinkovitijeg upravljanja privatnim smještajem, s obzirom na lošije performanse naspram hotelskog sektora.

Zagreb ima blažu sezonalnost od hrvatskog prosjeka, a unatoč vodećem udjelu SAD-a, baza emitivnih tržišta su i dalje europske zemlje

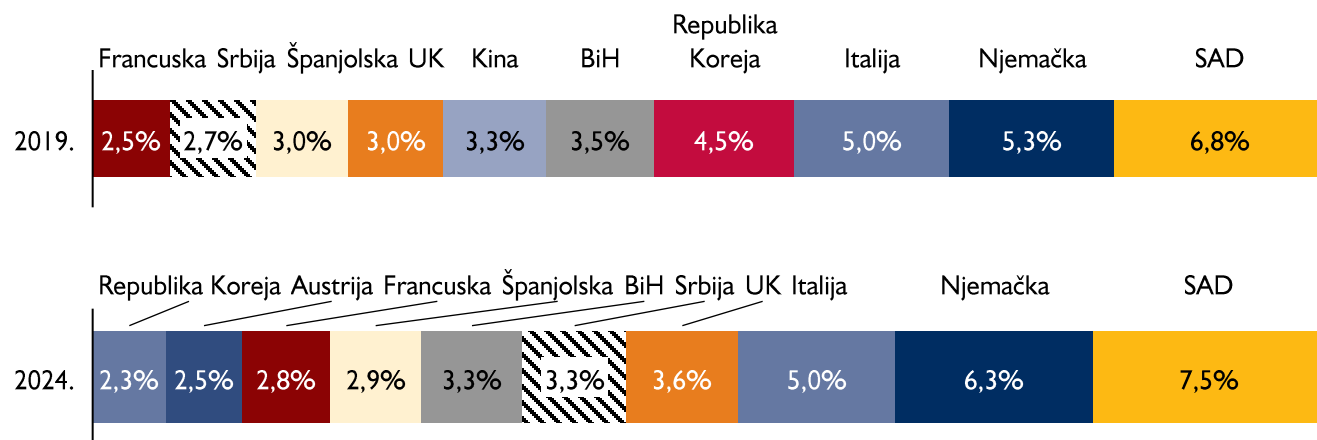
Prikaz sezonalnosti noćenja u 2019. i 2024. godini



Usporedba broja noćenja po mjesecima u razdoblju od 2019. do 2024. godine pokazuje postupno smanjenje sezonalnosti. Sve je izraženija potražnja u predsezoni, osobito u travnju, te u posezoni, ponajviše tijekom listopada.

Ljetni mjeseci, od lipnja do kolovoza, i dalje su razdoblje najveće turističke aktivnosti, ali je razlika u odnosu na ostale mjesece manja nego u ranijim godinama, što ukazuje na ravnomjerniju raspodjelu posjeta i manji pritisak na sam vrhunac sezone.

Ovakav obrazac sezonalnosti u Zagrebu upućuje na ravnomjerniju raspodjelu turističkog opterećenja na infrastrukturu i lokalnu zajednicu tijekom godine.



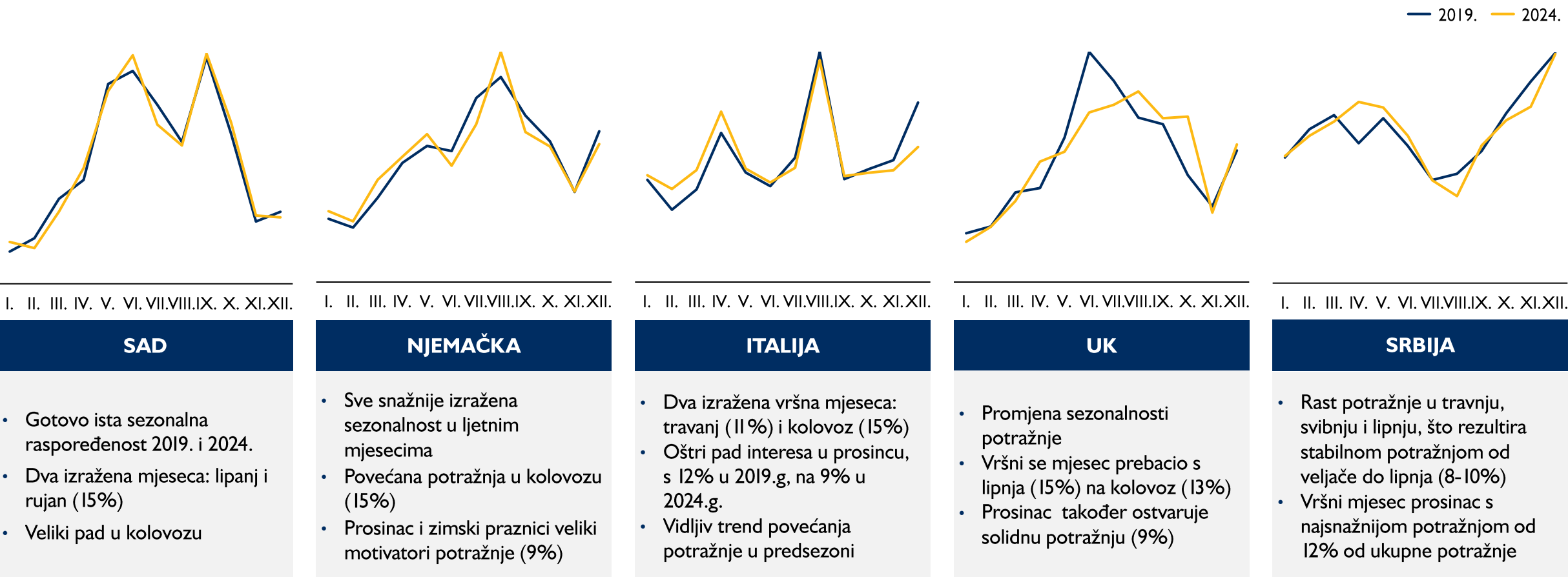
SAD bilježi rast udjela sa 6,8 % na 7,5% i zadržava poziciju vodećeg emitivnog tržišta prema broju noćenja, ispred Njemačke i Italije.

Njemačka i Italija također zauzimaju visoke udjele i u 2024. godini, dok UK s porastom na 3,6% ulazi među četiri najznačajnija tržišta. Povećanje udjela noćenja turista Austrije, Španjolske i Francuske pokazuje da Zagreb ostaje atraktivan i drugim europskim tržištima.

Istodobno, niži udjeli Republike Koreje i Kine ukazuju na sporiji oporavak dijela azijskih tržišta, što je posljedica dugotrajnih restrikcija putovanja i preusmjerene potražnje prema regionalnim destinacijama.

Sezonalni vrhunci potražnje kod analiziranih tržišta, izuzev Srbije, primarno su fokusirani na ljetne mjesecе, no vidljiv je trend rasta interesa za predsezону i posezonu

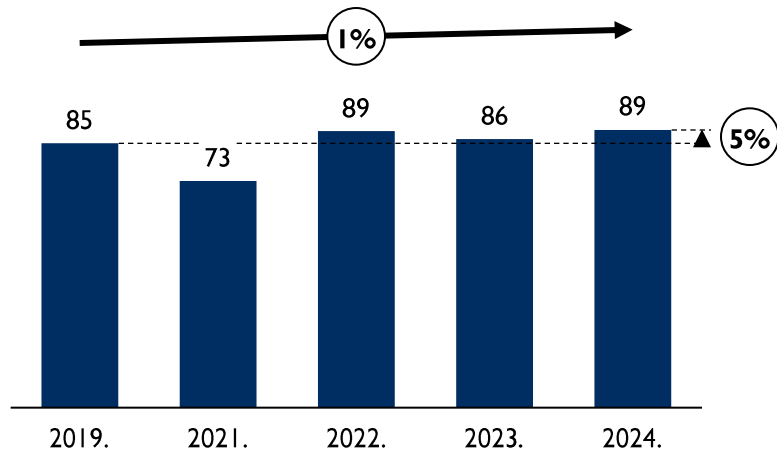
Usporedba sezonalnosti noćenja prema stranim emitivnim tržištima 2019. u odnosu na 2024.



Nakon tržišnih poremećaja uzrokovanih pandemijom, hotelske performanse pokazuju znakove stabilizacije, ali bez značajnijeg rasta

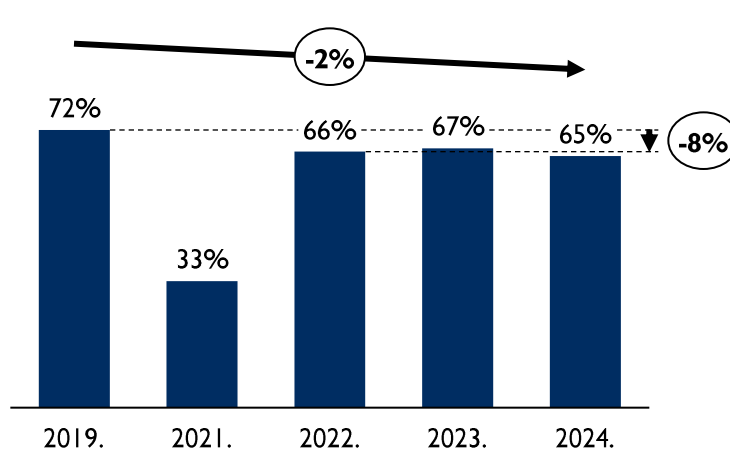
Analiza ključnih pokazatelja uspješnosti hotela u Zagrebu

ADR (EUR, 2019-2024)



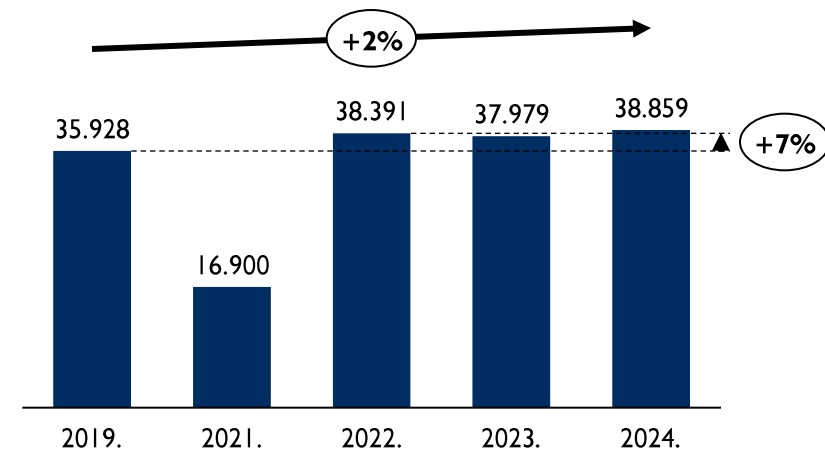
Minimalni porast ADR-a hotelskog smještaja u Zagrebu između 2019. i 2024. prvenstveno je rezultat učinka inflacije i standardnih povećanja cijena.

Zauzetost jedinica (% , 2019-2024)



Iako Zagreb i dalje bilježi najvišu razinu hotelske zauzetosti u Hrvatskoj, u odnosu na predpandemijsko razdoblje ona je pala za 8%. Ovaj pad može se povezati s jačim rastom kapaciteta, dok novi hotelski proizvodi na tržištu još uvijek nisu imali dovoljan utjecaj na generiranje dodatne potražnje.





















Ukupni poslovni prihod po raspoloživoj sobi (EUR, 2019-2024)



Unatoč padu zauzetosti, hoteli u Zagrebu uspijevaju ostvariti rast poslovnih prihoda, što upućuje na učinkovitije upravljanje cijenama.





















Među tržištima s većim udjelom u sadašnjoj potražnji, Njemačka i Francuska izdvajaju se duljom prosječnom duljinom boravka i višim planiranim budžetom

Pregled sentimenta pojedinih europskih emitivnih tržišta

	Najčešća duljina boravka	Najčešći planirani budžet	Najčešća planirana pratnja	Top 3 najpoželjnije europske destinacije	Udio u broju ostvarenih noćenja u Zagrebu 2024. godine
 Njemačka	7-12 noćenja 49%	1.501-2.500€ 31%	Obitelj 31%	  	6,3%
 Italija	4-6 noćenja 42%	501-1.000€ 26%	Partner 37%	  	5,0%
 Ujedinjeno Kraljevstvo	7-12 noćenja 36%	501-1.000€ 31%	Obitelj 38%	  	3,6%
 Španjolska	4-6 noćenja 49%	1.501-2.500€ 30%	Partner 36%	  	2,9%
 Francuska	7-12 noćenja 41%	1.501-2.500€ 24%	Partner 33%	  	2,8%

Među tržištima s manjim udjelom, Nizozemska, Poljska, Belgija i Švicarska pokazuju potencijal za aktivaciju zbog dulje prosječne duljine boravka i višeg planiranog budžeta

Pregled sentimenta pojedinih europskih emitivnih tržišta

	Najčešća duljina boravka		Najčešći planirani budžet		Najčešća planirana pratnja	Top 3 najpoželjnije europske destinacije	Udio u broju ostvarenih noćenja u Zagrebu 2024. godine
 Austrija	4-6 noćenja	33%	1.501-2.500€	23%	Partner 33%	  	2,5%
 Nizozemska	7-12 noćenja	54%	1.501-2.500€	40%	Partner 33%	  	2,0%
 Poljska	7-12 noćenja	47%	1.501-2.500€	30%	Obitelj 42%	  	1,6%
 Belgija	7-12 noćenja	45%	1.501-2.500€	30%	Obitelj 30%	  	1,1%
 Švicarska	7-12 noćenja	42%	1.501-2.500€	34%	Partner 30%	  	1,3%

Buduće prilike za produljenje prosječnog boravka turista u Zagrebu leže u diverzifikaciji turističke ponude

Pregled ključnih nalaza tri odabrana turistička proizvoda

	City Break		Nature & Outdoors		Culture & Heritage	
Najzainteresiranija dobna skupina	15% 45-54	15% 55+	16% 25-34	16% 45-54	20% 45-54	19% 55+
Najčešća dužina boravka	49% 4-6 noći	25% do 3 noći	34% 4-6 noći	25% 7-9 noći	44% 4-6 noći	26% 7-9 noći
Najčešći budžet	28% 500-1.000€	24% 1.001-1.500€	23% 500-1.000€	20% 1.001-1.500€	25% 500-1.000€	23% 1.001-1.500€
Top destinacije						



City break turizam, koji je u Zagrebu dominantan, karakterizira najkraća prosječna duljina boravka, što upućuje na potrebu za snažnijim razvojem dodatnih turističkih proizvoda, poput kulturnog turizma i aktivnog odmora, koji u pravilu generiraju dulji boravak gostiju. Poseban potencijal leži u razvoju aktivnog odmora, kojim se može privući mlađa populacija

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove



Metodologija analize resursne osnove destinacije

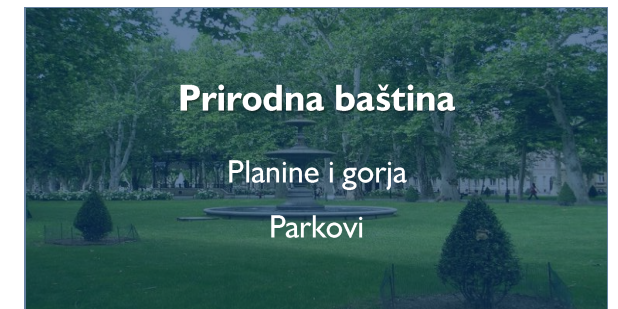
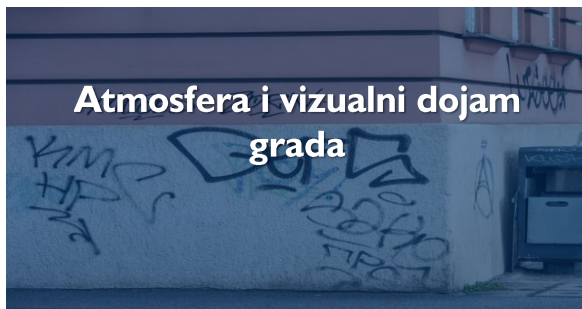
Propisanom metodologijom za analizu resursne osnove definirane su dvije kategorije resursa: kultura i baština te priroda i okoliš. U analizu su dodatno uključene kategorija atmosfere i vizualnog dojma grada kao bitnog čimbenika svakodnevice i prvog dojma turista te industrijsko nasljeđe Zagreba koje trenutno nije dio aktivne infrastrukture, ali postoji mogućnost buduće valorizacije tih područja.

Metodologija analize temeljila se na kombinaciji kvalitativnih i kvantitativnih pristupa te na korištenju primarnih i sekundarnih izvora podataka. U sklopu primarnog istraživanja provedeni su intervjui s odabranim uredima Grada Zagreba i ključnim dionicima destinacije s ciljem dobivanja što cjelovitijeg uvida u trenutačni resursni potencijal. Sekundarni izvori obuhvatili su postojeće strategije, statističke podatke, podatke ureda Grada te druge javno dostupne podatke.

U postupku definiranja resursa postavljena je jasna granica između resursa i atrakcija. Kao resursi su identificirani elementi koji postoje u prostoru, ali još uvijek nisu u potpunoj mjeri turistički valorizirani ili sustavno uključeni u ponudu, dok su atrakcije one sastavnice koje su već prepoznate, razvijene i aktivno uključene u turistički doživljaj grada. Takva podjela omogućila je realniju procjenu potencijala i fokus analize prema elementima koji mogu postati buduće vrijednosti turističkog razvoja Zagreba.

Atmosfera i vizualni dojam grada analizirani su iz perspektive trenutnog utjecaja na svakodnevicu i turističko iskustvo te izazova koje predstavljaju za daljnje upravljanje. Resursi u kategorijama kulturne baštine, industrijskog nasljeđa i prirodne baštine podijeljeni su u dodatne potkategorije kako bi se omogućila detaljnija analiza resursne osnove, pri čemu je promatrano njihovo trenutno stanje i funkcija.

Resursi obuhvaćeni u analizi



Prvi dojam grada, koji se temelji na atmosferi i vizualnom izgledu, umanjuju grafiti, dugotrajne obnove i brojni oglasi uz prometnice

Analiza trenutnog stanja atmosfere i vizualnog dojma grada



Grafiti

Iako se grafiti često promatraju prvenstveno kao estetski izazov, oni u širem kontekstu ukazuju na potrebu za sustavnijim pristupom upravljanju javnim prostorom.

Grafiti predstavljaju jedan od najuočljivijih izazova u urbanom prostoru Zagreba, s izravnim utjecajem na vizualni identitet i percepciju grada. Unatoč uvođenju besplatnog gradskog programa za uklanjanje grafita i nanošenje zaštitnih premaza 2023. godine, provedba mjera pokazuje ograničenu učinkovitost. Do kraja 2024. evidentirano je približno 350 prijavljenih objekata, dok je sanacija provedena na svega šezdesetak fasada, pri čemu je ključna prepreka nedostatak financijskih i operativnih kapaciteta. Stalna prisutnost grafita zajedno s praznim poslovnim prostorima, stvara dojam zapuštenosti i smanjuje vizualnu privlačnost stare gradske jezgre. Takvo okruženje može utjecati na percepciju sigurnosti građana i posjetitelja te umanjuje dojam Zagreba kao uređenog i dobro održavanog grada.



Konstruktivska obnova objekata

Obnova Zagreba nakon potresa još traje, što stvara fragmentiran dojam urbanog prostora, no dovršetak procesa otvara mogućnost postavljanja standarda kvalitetne revitalizacije

Pet godina nakon zagrebačkog potresa obnova objekata još uvijek traje, a dio stambenih i poslovnih zgrada ostaje u različitim fazama sanacije. Iako je Grad Zagreb formalno odgovoran samo za objekte u svom vlasništvu, posjetitelji grada tu razliku ne percipiraju, već svoj dojam temelje na cjelokupnom izgledu urbanog prostora.

Razlike između obnovljenih i još neobnovljenih dijelova grada trenutačno stvaraju određenu fragmentiranost prostora, no upravo taj kontrast otvara priliku da završena obnova postane referentni primjer i poticaj za ubrzavanje daljnjih zahvata. Povijesna jezgra Zagreba, sa svojom urbanističkom i kulturnom vrijednošću, ima potencijal ponovno se pozicionirati kao cjelovita i atraktivna urbana cjelina.



Reklame i video billboardi na prometnicama i u gradu

Billboardi i digitalni ekrani duž glavnih avenija oblikuju prvi dojam grada i trenutno negativno utječu na vizuru i ukupni estetski dojam grada

Vanjsko oglašavanje u Zagrebu, uključujući jumbo-plakate te LED i video ekrane, prisutno je uz prometnice, avenije i glavne ulaze u grad. Jaka koncentracija reklamnih materijala koja je trenutno pristupna uz glavne ulaze u grad, smanjuje vizualnu privlačnost prostora i stvara dojam zasićenosti javnog prostora, što sada negativno utječe na prvi dojam posjetitelja prilikom ulaska u grad.

LED ekrani posebno utječu na vizualni dojam zbog svoje svjetline i promjenjivog sadržaja, što otežava prepoznavanje arhitektonskih i kulturnih vrijednosti.

Postoji mogućnost bolje organizacije oglašavanja, posebno u zonama ulaza u grad, kako bi se očuvala prepoznatljivost i autentičnost prostora, a istovremeno omogućilo komercijalno oglašavanje.

Većina zagrebačke materijalne baštine djelomično je uključena u turističke tokove, a grad raspolaže dodatnim resursima spremnima za daljnji razvoj

Materijalna kulturna baština

Na području Zagreba evidentirano je 578 nepokretnih pojedinačnih kulturnih dobara, što čini oko 86% ukupnih kulturnih dobara prema službenoj bazi Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske. Najbrojnije su stambene građevine (260), stambeno-poslovne zgrade (72), javne građevine (96) i sakralna arhitektura (61). Zastupljeni su i primjeri industrijske, komunalne, memorijalne i vojne baštine, što pokazuje širok vremenski i tipološki spektar, od srednjovjekovnih kula do objekata socijalističke moderne.

Zagrebačka nepokretna pojedinačna dobra odražavaju kontinuitet urbanog života i društveni razvoj grada kroz povijest. Stara gradska jezgra obuhvaća reprezentativne gotičke i barokne sakralne građevine, povijesne palače, vile i obrtničke kuće, urbanu građansku izgradnju 19. i 20. stoljeća. Poseban segment su industrijski i tehnički objekti, te modernistička i avangardna arhitektura. Iako je većina objekata u upotrebi, značajan dio baštine izvan užeg gradskog središta i u perifernim četvrtima ostaje neprezentiran i izvan turističkih tokova.

Primjeri materijalne kulturne baštine u Zagrebu uključuju Državni arhiv u Zagrebu, Mirogojske arkade, Francuski paviljon te Meštrovićev Zdenac života ispred Hrvatskog narodnog kazališta.



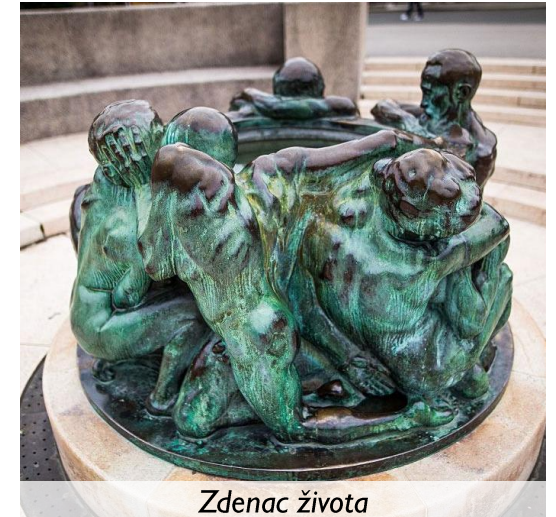
Državni arhiv



Mirogojske arkade



Francuski paviljon



Zdenac života

Zagreb se odlikuje bogatom i slojevitom sakralnom baštinom te spada među rijetke gradove koji imaju dvije katedrale, rimokatoličku i grkokatoličku

Pregled sakralnih objekata

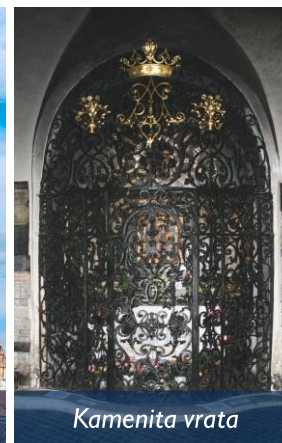
Sakralna baština Zagreba u najvećoj je mjeri oblikovana katoličkom tradicijom, što se jasno očituje u velikom broju crkava i kapela raspoređenih diljem grada. Najviše ih se nalazi u Sesvetama (14), gdje važnu ulogu imaju hodočasnička mjesta i putevi koji vode prema nacionalnom svetištu u Mariji Bistrici. Povijesna jezgra, osobito Gornji grad – Medveščak (9), ima najpoznatije i najznačajnije sakralne spomenike poput Zagrebačke katedrale i crkve sv. Marka. Posebno mjesto zauzimaju Kamenita vrata, jedno od najvažnijih marijanskih svetišta i simbol zaštite Zagreba, koje svake godine posjećuje velik broj hodočasnika i turista.

Iako katolicizam čini temelj zagrebačke sakralne baštine, grad je istodobno i dom drugim vjerskim zajednicama čija baština ima važnu kulturno-povijesnu i turističku vrijednost. Među značajnijim primjerima ističu se Pravoslavna crkva Preobraženja Gospodnjeg na Cvjetnom trgu, prepoznata po arhitekturi i freskama, Zagrebačka džamija, Luteranska crkva te Sinagoga (zgrada Židovske općine) u Palmotićevoj ulici, koja nosi posebno značenje u kontekstu židovske zajednice i povijesti Zagreba te Grkokatolička katedrala.

Raznolikost sakralnih objekata svjedoči o višeslojnoj kulturnoj baštini i identitetu Zagreba. Premda im primarna svrha ostaje religijska, oni ujedno funkcioniraju kao važni nositelji povijesti i kulturni resursi koji obogaćuju turističku ponudu grada.



Zagrebačka katedrala



Kamenita vrata

Pravoslavna crkva
Preobraženja Gospodnjeg

Islamski centar

Zagrebačka grkokatolička
katedrala

Evangelistička crkva



Sinagoga (zgrada Židovske općine)

Osam zaštićenih elemenata nematerijalne baštine predstavljaju žive tradicije zanatskih znanja i obrta, koje čine temelj urbane kulture, a nedovoljno su prepoznate i valorizirane

Nematerijalna kulturna baština



Na području Zagreba evidentirano je ukupno osam zaštićenih elemenata nematerijalne kulturne baštine vezane isključivo uz gradsko područje, prema službenoj bazi Ministarstva kulture. Polovica tih elemenata pripada kategoriji znanja i vještina, dok su ostali zastupljeni kroz tradicijske obrte; druge podkategorije poput usmene predaje, izvedbenih oblika i društvenih praksi trenutno nisu evidentirane unutar zagrebačke nematerijalne baštine. Time se ovaj inventar primarno oslanja na dugotrajnu praksu živih zanatskih vještina i tradicija.

Zagrebačka nematerijalna baština prepoznaje se po kontinuitetu urbanih zanatskih radionica s višedesetljetnom tradicijom, koje djeluju uglavnom unutar obiteljskog okruženja te kroz usmenu predaju i praktičnu izradu proizvodnih procesa bez formalnih školskih programa. Te radionice proizvode predmetne uporabne i ukrasne artefakte tradicionalnim tehnikama, što ovu baštinu čini ne samo kulturno nego i funkcionalno relevantnom. Ipak, ona je slabo zastupljena u javnim i turističkim programima grada te pretežno djeluje za lokalno tržište.

Prostor gradskog centra, posebice Gornjeg te dijelom Donjeg grada, bio bi očekivana lokacija gdje se ovi obrti mogu vidjeti, kako je to uobičajeno u drugim urbanim destinacijama.

Očuvane zanatske vještine i tradicijski obrti nastavljaju živjeti kroz radionice i majstore koji prenose znanje s generacije na generaciju

Nematerijalna kulturna baština

Znanje i vještine

Kategorija znanja i vještina u Zagrebu obuhvaća iznimno rijetke i specifične zanate očuvane prvenstveno zahvaljujući međugeneracijskom prijenosu. Neki od istaknutih primjera uključuju umijeće ručne izrade češljeva i ukrasnih predmeta od roževine i kosti, koje i danas izvodi Antun Penezić, jedini aktivni češljar te vrste u Hrvatskoj, te tradicionalnu izradu hrvatskih klobuka u obitelji Cahun, gdje se po stoljetnom znanju izrađuju klobuci iz raznih krajeva.

U tim radionicama procesi izrade i vrsta proizvoda ostali su vjerni tradiciji, no još uvijek nedostaje organizirani sadržaj ili program koji je usmjeren i prilagođen za turiste i posjetitelje.



Češljar Antun Penezić



Klobučarska radionica Cahun



Urarska radionica Lebarović



Puhano staklo na otvorenom plamenu

Tradicijski obrti

Kod tradicijskih obrta ističu se majstori puhanja šupljeg stakla u Sesvetama, gdje nekoliko obitelji održava tehniku izrade božićnog nakita i laboratorijskog posuđa na otvorenom plamenu, kao i urarski obrt Lebarović, koji već šestu generaciju ručno održava, izrađuje i servisira javne satove u Zagrebu i drugim hrvatskim gradovima.

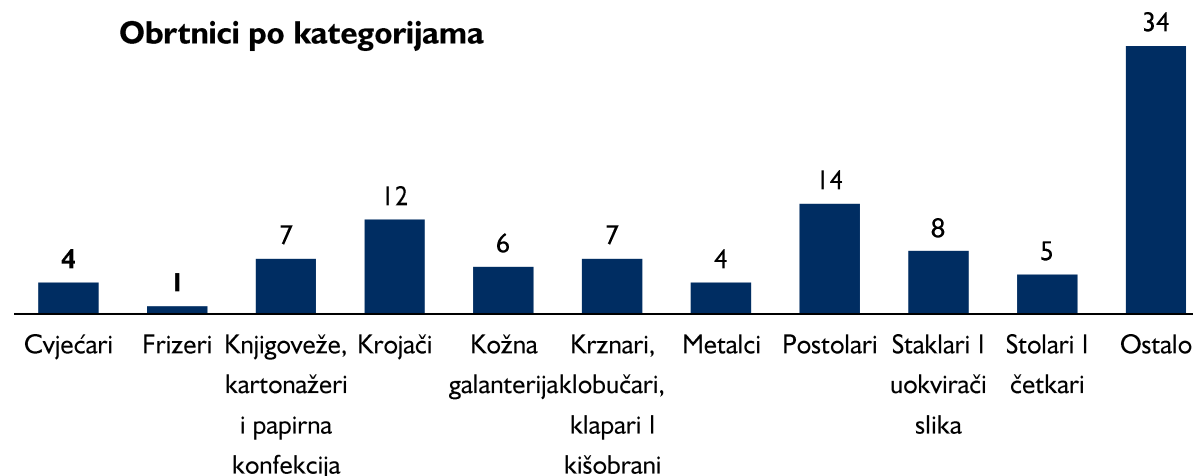
Većina ovih obrta funkcionira na principu rada za specijalizirane naručitelje ili lokalno tržište, bez stalnog izložbeno-prezentacijskog prostora ili aktivnosti otvorenih posjetiteljima. Ovi rijetki, ali bitni oblici nematerijalne baštine svjedoče o živosti i trajnosti zanatskog urbanog identiteta Zagreba, ali istodobno predstavljaju resursnu osnovu koja je do sada ostala izvan šire turističke i kulturne valorizacije.

Moderni obrtnici Zagreba svakodnevno čuvaju i prenose obrtničke vještine, održavajući živom tradiciju zanata koju prilagođavaju modernim potrebama

Moderni zagrebački obrtnici



Obrtnici po kategorijama



Prema podacima Obrtničke komore Zagreb, na području grada danas djeluje ukupno 122 aktivnih obrtnika koji nastavljaju tradiciju u različitim zanatima poput zlatarstva, postolarstva, krojačkih, staklarskih, kožarskih, knjigoveških, stolarskih i brojnih drugih radionica. Ovi obrti, često vezani uz više generacija iste obitelji, predstavljaju značajan segment žive baštine grada jer kroz svakodnevni rad čuvaju i prenose tradicionalne tehnike i znanja stečena tijekom desetljeća. Time obrtnici ne samo da osiguravaju kontinuitet autentičnih vještina, već i prilagođavaju proizvode suvremenim potrebama, čineći tako tradicijske zanate relevantnima u današnjem urbanom životu. Njihova prisutnost doprinosi raznolikosti i identitetu zagrebačkog prostora, a istovremeno omogućuje održiv prijenos kulturne vrijednosti i obrtničke izvornosti na nove generacije.

Prošlost metropole definirana je monumentalnim crkvama, utverdama i palačama, koje i danas oblikuju karakter najstarijih zagrebačkih četvrti

Arhitektura

Romanika i gotika

U razdoblju romaničke i gotičke arhitekture, Zagreb je oblikovan razvojem Kaptola i Gradeca kao odvojenih gradskih cjelina, obilježenih izgradnjom obrambenih zidina i monumentalnih crkvenih građevina. Osjeća se snažan utjecaj srednjoeuropskih stilova i obrambene arhitekture, a tatarske provale i kasnije osmanska prijetnja bili su dodatni poticaj izgradnji utvrda i sakralnih objekata. Najreprezentativniji primjeri iz ovog razdoblja su Zagrebačka katedrala, kao simbol višestoljetnog razvoja i obnove, te Crkva sv. Marka, poznata po bogato ukrašenom gotičkom portalu i autentičnom povijesnom ambijentu starog Gornjeg grada.



Zagrebačka katedrala



Crkva sv. Marka

Barok

Barokno razdoblje u arhitekturi Zagreba veže se uz dolazak Habsburgovaca i isusovaca, kada se grade crkve i plemićke palače te se oblikuje prepoznatljiv kontinentalni barokni urbani sloj.

Barok donosi raskošniju arhitekturu, dok grad dobiva prve gradske trgove uređene prema europskim uzorima. Crkva sv. Katarine na Gornjem gradu najbolji je primjer zagrebačkog baroka, a palača Vojković-Oršić Rauch, danas Hrvatski povijesni muzej, pokazuje bogatstvo plemićkog graditeljstva tog vremena.



Crkva sv. Katarine



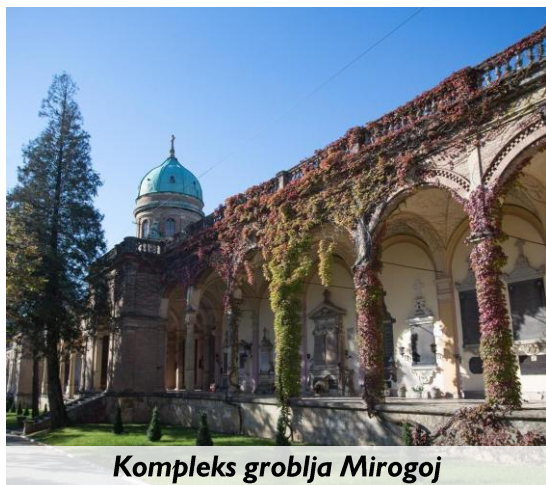
Palača Vojković-Oršić Rauch

Ključni arhitektonski stilovi obnove u 19. i 20. stoljeću daju današnji gradski identitet i vizuru središta Zagreba

Arhitektura

Historicizam

Historicizam i urbanističko preoblikovanje 19. stoljeća pokrenuto je nakon velikog potresa 1880. godine, kad Zagreb doživljava urbanu i arhitektonsku modernizaciju pod vodstvom Hermanna Bolléa i Milana Lenučija. Preoblikovanje gradske jezgre i stvaranje tzv. Zelene potkove unose široke perivoje, monumentalne javne građevine i arhitektonsku sintezu europskih historicističkih stilova. Među reprezentativnim ostvarenjima ističu se kompleks groblja Mirogoj, koji svojim arkadama i kupolama svjedoči o europskim i lokalnim inspiracijama, te Muzej za umjetnost i obrt na Trgu Republike Hrvatske, čija renesansno-barokna fasada i impozantni položaj reprezentiraju duh novog Zagreba 19. stoljeća.



Kompleks groblja Mirogoj



Muzej za umjetnost i obrt

Secesija i moderna

Razdoblje secesije i moderne na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće obilježeno je urbanom obnovom, bečkom kulturnom povezanošću i afirmacijom novih umjetničkih izraza. Oslobađanje forme, dekoracija u keramičkim pločicama te naglasak na inovatore i mlade arhitekta obilježavaju arhitektonsko lice Zagreba. Kallina kuća, remek-djelo Vjekoslava Bastla, ističe se secesijskom fasadom, dok Hrvatski državni arhiv Rudolfa Lubynskog unosi duh bečkog Art Nouveaua i novo poimanje javnog prostora, čineći ovu epohu jednom od najzanimljivijih u razvoju vizure grada.



Kuća Kallina



Hrvatski državni arhiv

Lenucijeva potkova je jedna od najprepoznatljivijih povijesnih i zelenih cjelina Zagreba i nezaobilazna atrakcija za turiste

Arhitektura

Lenucijeva potkova

Povijesni kontekst

Lenucijeva potkova je planirani sustav perivojnih trgova i parkova u Donjem gradu, oblikovan kao kompozicijska cjelina u „U” formi, konceptualiziran kroz urbanistički rad Milana Lenucija kao “zeleni okvir” središta Zagreba i infrastruktura reprezentativnog javnog prostora. Nastaje u razdoblju modernizacije grada krajem 19. i početkom 20. stoljeća, kao reprezentativni urbanistički projekt kojim se uspostavlja novo gradsko središte i standard javnog prostora.

Struktura cjeline

Niz arhitektonsko parkovnih trgova s visokom koncentracijom nacionalnih kulturnih i znanstvenih institucija, cjelina se u literaturi standardno obrađuje kao osam trgova koji uokviruju Donji grad. Jedna od temeljnih vrijednosti Lenucijeve potkove je kombinacija parkovne funkcije, reprezentativnih pročelja i javnih institucija, čime se stvara jedinstven identitetski resurs ključan za doživljaj grada, kulturni turizam i kvalitetu života.

Status zaštite

Cjelina je obuhvaćena nacionalnim sustavom zaštite kulturne baštine što definira okvir za intervencije, obnovu i upravljanje.

Upravljanje i izazovi

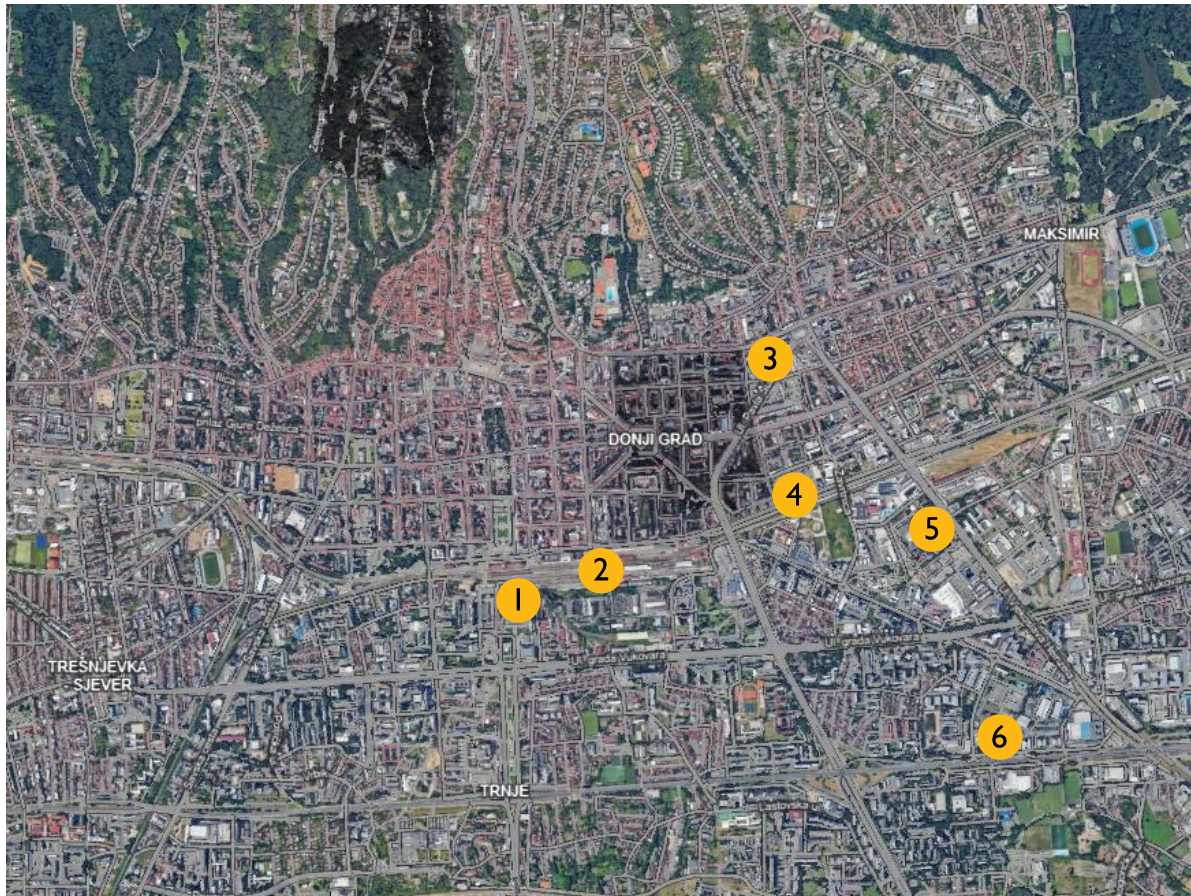
Lenucijeva potkova je cjelina visoke baštinske vrijednosti, pa se zahvati u pravilu provode u režimu zaštite kulturne baštine, uz potrebu usklađenja konzervatorskih smjernica, projektiranja i izvedbe. U praksi to znači višu razinu proceduralne i tehničke složenosti, faziranje radova te strože standarde materijala, detalja i održavanja kako bi se očuvala krajobrazna logika perivoja, vizure i integritet cjeline.

Nakon potresa 2020. godine složenost se dodatno povećala jer se intervencije na javnom prostoru često moraju usklađivati s poslijepotresnom obnovom okolnih zgrada i infrastrukture, uz ograničenja logistike i pristupa. Istodobno, intenzivno korištenje prostora, privremene instalacije i komercijalni sadržaji povećavaju rizik degradacije travnjaka, staza i urbane opreme, pa stručne, javno dostupne podloge naglašavaju potrebu jasnih pravila korištenja te etapne, konzistentne obnove, umjesto parcijalnih i nepovezanih zahvata.



Kao post-industrijski grad, Zagreb još uvijek nije našao novu primjenu za veliku većinu svog industrijskog nasljeđa

Istaknuto industrijsko nasljeđe



- | | | |
|------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| 1 Paromlin | 4 Tvornica ulja na Branimirovoj | 6 Tvornica električnih žarulja (TEŽ) |
| 2 Gredelj | 5 Bivša klaonica i stočna tržnica | 7 Tvornica Sljeme u Sesvetama* |
| 3 Badel | | |

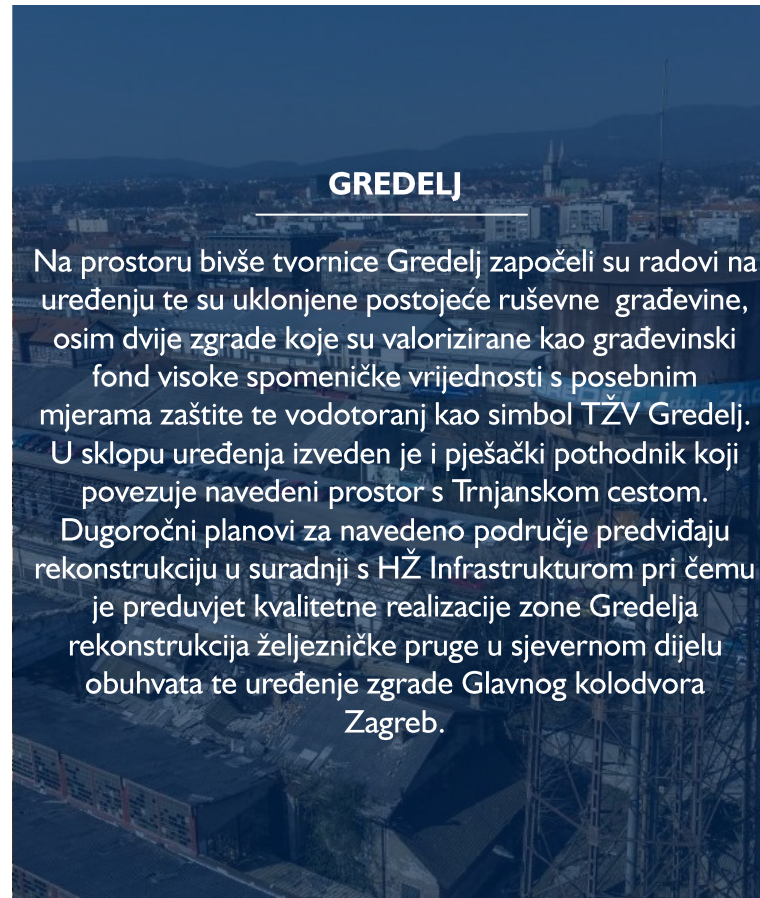
*Tvornica Sljeme nije vidljiva na karti

Postindustrijsko nasljeđe Zagreba odražava važan industrijski razvoj grada od druge polovice 19. stoljeća, a uključuje tvornice, željezničku infrastrukturu i proizvodne komplekse. Ti su prostori, smješteni na centralnim i atraktivnim lokacijama uz željezničku prugu, zbog složenih vlasničkih odnosa i drugih izazova dugi niz godina ostali zanemareni te su danas većinom u derutnom stanju. Iz perspektive turizma, to predstavlja neiskorišten potencijal jer su mnogi europski gradovi slične industrijske prošlosti svoj identitet i najvažnije turističke atrakcije izgradili na temelju industrijske baštine.

U tom okviru, dugo najavljivani projekt revitalizacije Paromlina, koji je trenutno u fazi izgradnje, kao i projekt prenamjene kompleksa Gredelj, kompleks bivše klaonice i stočne tržnice Zagrepčanka u Heinzelovoj ulici predstavljaju ključne korake u valorizaciji i uključivanju industrijske baštine u urbanu strukturu i turističku ponudu Zagreba

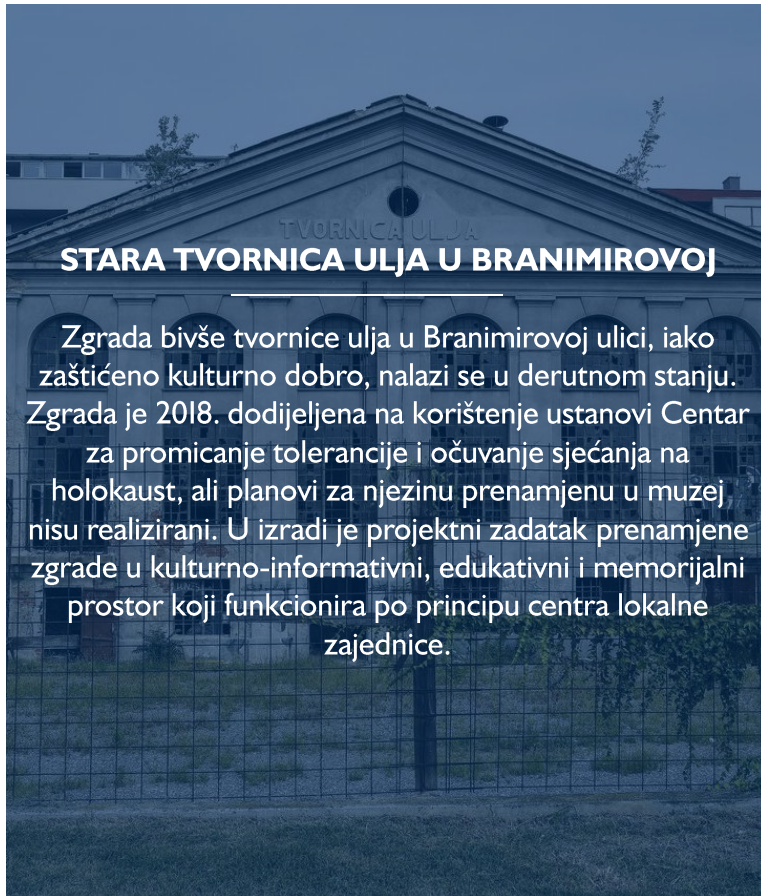
Stanje ključnih lokacija industrijskog nasljeđa i planovi za prenamjenu

Istaknuto industrijsko nasljeđe (1/2)



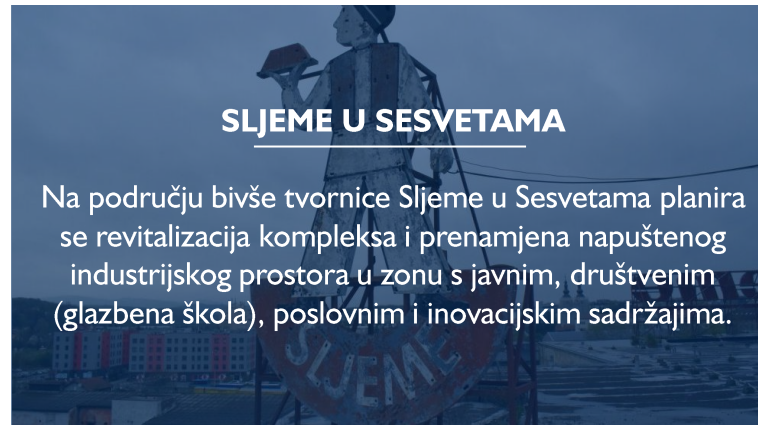
Stanje ključnih lokacija industrijskog nasljeđa i planovi za prenamjenu

Istaknuto industrijsko nasljeđe (2/2)



STARA GRADSKA KLAONICA U HEINZELOVOJ

Za nekadašnju Gradsku klaonicu i stočnu tržnicu u Heinzelovoj ulici u planu je prenamjena i modernizacija postojećih građevina u održivi gradski prostor mješovite namjene (poslovne, stambene i javne), s posebnim naglaskom na očuvanju povijesnog identiteta i zelenih površina.



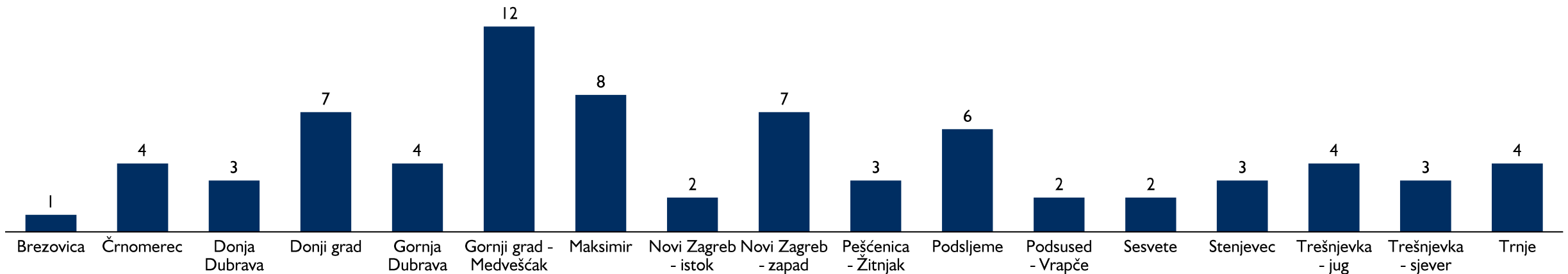
TVORNICA ELEKTRIČNIH ŽARULJA (TEŽ)

Bivša Tvornica električnih žarulja (TEŽ) u Folnegovićevoj ulici prestala je s radom, a prostor je predmet interesa za investitore. Godinama se planira izgradnja stambenih objekata na toj lokaciji, no realizacija projekta još nije započela.



Iako je Zagreb najveća urbana struktura Hrvatske, istovremeno obiluje zelenim površinama i prirodnom baštinom

Podjela prirodne baštine prema gradskim četvrtima



Analiza prirodne resursne osnove Grada pokazuje raznolikost i prostornu rasprostranjenost zelenih i plavih površina unutar gradskih četvrti. Osobito se ističu četvrti poput Gornjeg grada - Medveščaka, Maksimira, Donjeg grada i Novog Zagreba koje zajedno čine više od 45% ukupnog broja evidentiranih prirodnih lokaliteta, uključujući parkove, jezera, šetališta i druge sadržaje.

Parkovi čine oko 75% svih prirodnih resursa zabilježenih u gradu, što ukazuje na snažan potencijal za boravak na otvorenom i rekreaciju u urbanom prostoru. Periferne četvrti, kao što su Podsljeme, Gornja Dubrava i Črnomerec, bogate su prirodnim obilježjima poput potoka i park-šuma, te središtu grada dodaju vrijednost kroz mogućnosti razvoja aktivnog i ekološki osviještenog turizma. U određenim dijelovima ovih prostornih cjelina već postoji osnovna infrastruktura koja se može koristiti u okviru turističke ponude poput staza, odmorišta i vidikovaca, no njihova valorizacija još uvijek nije razvijena.

Veliki broj zelenih površina diljem grada predstavlja značajan potencijal za disperziju turističkih tokova, čime se može smanjiti pritisak na središte grada te potaknuti ravnomjerniji razvoj turističke ponude u različitim dijelovima Zagreba.

Među prirodnim resursima Zagreba, Medvednica se posebno ističe kao vrijedan primjer prirodne baštine zbog svoje iznimne blizine urbanoj jezgri grada

Istaknuti primjeri prirodne baštine

Medvednica



- Zaštićeni park prirode i glavno rekreacijsko područje destinacije, svega nekoliko kilometara od centra grada
- Uz planinarske i biciklističke staze atraktivne kroz cijelu godinu, Medvednica nudi i zimske aktivnosti na Sljemenu
- Povijesne znamenitosti poput srednjovjekovnog grada Medvedgrada i rudnika Zrinski
- Na Medvednici su u tijeku radovi na obnovi infrastrukture (izgradnja nove sjedežnice i razvoj novih rekreacijskih sadržaja)

Maksimir



- Jedan od najstarijih parkova u ovom dijelu Europe
- Značajan potencijal, ali se u praksi koristi prvenstveno kao prostor za lokalno stanovništvo, dok je njegova uloga u turističkoj ponudi Zagreba zasad ograničena.
- Postoje tek povremene edukativne šetnje, ali bez stalne ponude namijenjene turistima.
- Zoološki vrt privlači brojne obitelji s djecom i važna je turistička atrakcija

Jarun



- Najpoznatije odredište stanovništva za sport, rekreaciju i ljetni odmor
- Nudi uređene plaže i šetnice uz jezero, staze za trčanje i biciklizam, kao i terene za razne sportove i veslačku stazu
- Ljeti postaje središte aktivnosti na otvorenom, ali i mjesto održavanja velikih festivala
- Njegov potencijal za aktivni turizam ostaje neiskorišten
- U izradi je novi plan za razvoj Jaruna koji će definirati smjer daljnjeg razvoja sportskih sadržaja

Bundek



- Nudi prostrane šetnice, biciklističke staze, plaže, vanjski fitness, veliko dječje igralište i uređene zelene
- Obuhvaća dva jezera, Veliko jezero, uređeno za kupanje i Malo jezero koje je očuvano kao prirodno stanište brojnih biljnih i životinjskih vrsta.
- Prostor uz pozornicu na vodi nudi potencijal za manje koncerte, predstave i kulturna događanja na otvorenom
- Njegova uloga u turističkoj ponudi grada zasada je skromna i nedovoljno prepoznata

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza stanja digitalizacije



Metodologija analize stanja digitalizacije

Analiza stanja digitalizacije obuhvaća procjenu trenutnog korištenja digitalnih tehnologija te digitalne infrastrukture koja podržava razvoj Zagreba kao pametne i održive turističke destinacije.

Analiza digitalizacije Zagreba obuhvatila je šest glavnih područja. Za svako područje provedena je kvalitativna analiza prikupljenih podataka i nalaza iz intervjua s dionicima, uz pregled dostupnih kvantitativnih podataka.



Aplikacije ZGpark, Moje Sljeme i Medvednica unapređuju kvalitetu svakodnevnog života u gradu te olakšavaju turistima upoznavanje destinacije



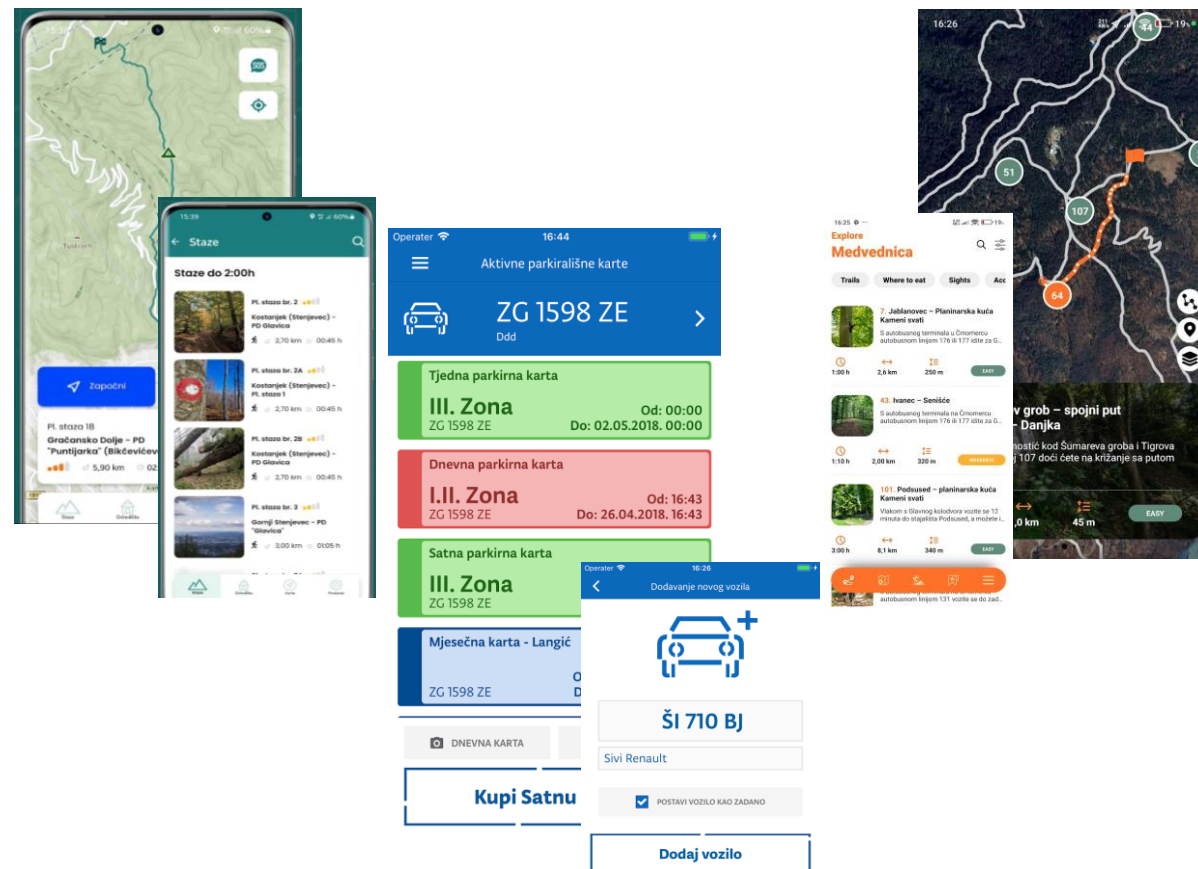
Aplikacije koje olakšavaju konzumiranje sadržaja turistima

Aplikacija ZGpark moderna je digitalna platforma koja omogućuje jednostavno upravljanje parkiranjem na javnim parkiralištima i u garažama Zagreba. Kroz aplikaciju korisnici mogu kupiti, platiti i nadoplatiti parkirališne karte za različite zone i trajanja, unijeti i upravljati registarskim oznakama za više vozila te pregledavati povijest svojih transakcija.

Aplikacije Medvednica i Moje Sljeme digitalni su vodiči za planinarenje na Medvednici, ali se značajno razlikuju u izvedbi i količini sadržaja. Medvednica, koju je razvila Turistička zajednica grada Zagreba, ističe se modernim sučeljem, detaljnom interaktivnom kartom i brojnim mogućnostima. Aplikacija Moje Sljeme projekt je Grada Zagreba.

Manjak ciljane promocije ovih aplikacija rezultira time da korisnici rijetko doznaju za njih, što značajno ograničava njihovu iskoristivost. Dodatno, prisutnost dviju aplikacija s gotovo identičnim ciljem može dodatno zbuniti korisnike, otežati odabir i smanjiti ukupnu razinu korisničkog iskustva pri planiranju boravka na Medvednici.

Aplikacija „Pristupačni Zagreb“ razvijena je s ciljem olakšavanja kretanja i planiranja posjeta osobama s invaliditetom te osobama smanjene pokretljivosti. Omogućuje pregled pristupačnosti atrakcija, muzeja, javnih ustanova i ugostiteljskih objekata, uz detaljne informacije o prilagođenim ulazima, sanitarnim čvorovima i parkirnim mjestima.



Postojeća Wi-Fi mreža grada osigurava dobru povezanost i pouzdanu podršku digitalnih potreba turista



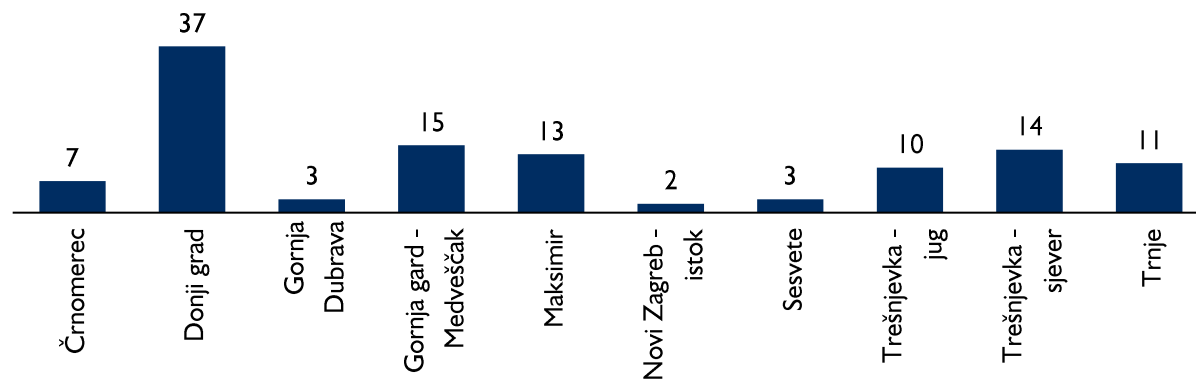
Dostupnost Wi-Fi i mobilnih mreža turistima

Zagreb ima dobro razvijenu digitalnu povezanost, što je temelj moderne turističke destinacije. U užem gradskom području dostupno je 115 javnih Wi-Fi *hotspotova* koji pokrivaju glavne trgove, tržnice, parkove te autobusne i tramvajske stanice. Besplatan bežični internet bio je prisutan u tramvajima, ali je 2021. godine ukinut.

Osim javnih Wi-Fi mreža, Zagreb je pokriven kvalitetnom mobilnom mrežom (4G/LTE, uz postepeno uvođenje 5G tehnologije) koju osiguravaju vodeći operateri, pa posjetitelji mogu računati na brz pristup internetu u gotovo svim dijelovima destinacije. S obzirom na besplatan roaming, turisti iz EU-a u manjoj mjeri ovise o javnoj Wi-Fi mreži, dok je za posjetitelje s drugih tržišta dostupnost pouzdane besplatne povezanosti i dalje važan čimbenik. Trenutna razina povezanosti omogućuje turistima korištenje *online* karata, aplikacija i servisa u realnom vremenu, što doprinosi boljem iskustvu razgledavanja grada.



Broj besplatnih Wi-Fi točaka za spajanje prema četvrtima, srpanj 2025.g.



ZET je u 2023. godini predstavio aplikaciju za digitalnu kupnju karata čime je napravljen prvi korak prema modernizaciji korisničkog iskustva javnog prijevoza

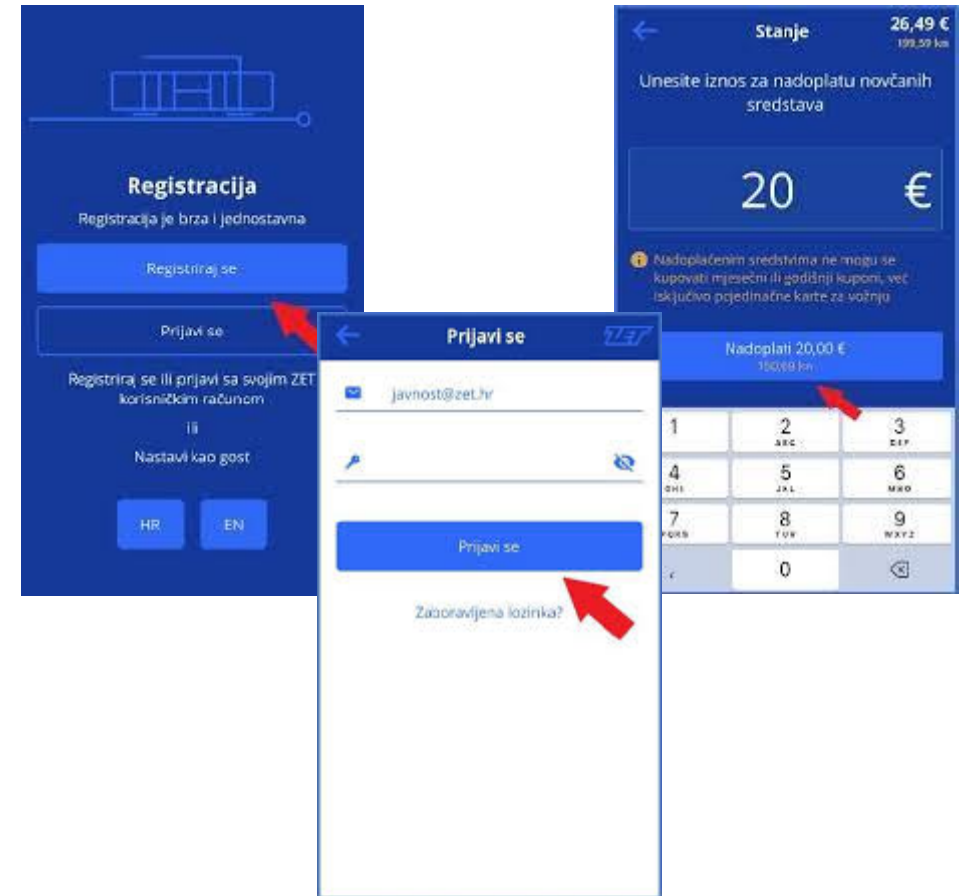


Aplikacija za korištenje javnog prijevoza

ZET je razvio mobilnu aplikaciju Moj ZET za kupovinu pojedinačnih karata, mjesečnih i godišnjih kupona za autobuse, tramvaje i uspinjaču te za korištenje žičare. U vozilima ZET-a su postavljeni QR kodovi koje korisnici mogu skenirati kako bi izravno kupili kartu za konkretno vozilo. Nakon kupnje, karta se prikazuje na zaslону aktivnih karata, gdje je istaknuto preostalo vrijeme valjanosti i prometna zona u kojoj je karta važeća. Aplikacija korisnika obavještava o isteku karte putem obavijesti, u trenutku kada je preostalo još 20% ukupnog vremena valjanosti. Osim kupovine karata, aplikacija pruža uvid u aktualne vozne redove te informira korisnike o dolasku sljedeće linije javnog prijevoza. Kroz aplikaciju se također plasiraju obavijesti o izvanrednim situacijama i privremenim promjenama u prometovanju.

Pozitivan aspekt je dostupnost na engleskom jeziku, čime se osigurava funkcionalnost i za strane turiste. Međutim, engleski jezik je jedina dostupna opcija uz hrvatski, što ograničava pristupačnost aplikacije.

Unatoč brojnim funkcionalnostima i iskoraku u digitalizaciji ZET-ovih usluga, postoje i ograničenja u korisničkom iskustvu. Prije svega, sama činjenica da korisnik mora prethodno preuzeti aplikaciju kako bi kupio kartu predstavlja prepreku, osobito za posjetitelje koji su u Zagrebu kraće vrijeme. U mnogim europskim gradovima, javni se prijevoz može platiti izravno beskontaktnom kreditnom ili debitnom karticom bez potrebe za aplikacijom, što znatno pojednostavljuje pristup usluzi. Drugi važan nedostatak je izostanak opcije planiranja putovanja, što je također standardna opcija sličnih aplikacija. Trenutačno nije moguće unijeti početnu i završnu točku putovanja kako bi aplikacija predložila optimalnu kombinaciju linija i prijevoznih sredstava.



Zagrebački hoteli i dalje se značajno oslanjaju na globalne posrednike, dok vlastiti digitalni prodajni kanali ostaju nedovoljno razvijeni



Razina digitalizacije hotelskog sektora

Većina većih hotelskih objekata u Zagrebu prisutna je na vodećim *online* platformama za rezervaciju smještaja. Međutim, iz intervjua s relevantnim destinacijskim dionicima proizlazi kako Zagreb, kao i ostatak Hrvatske, pokazuje visoku razinu ovisnosti o globalnim *booking* platformama kao značajnom izvoru popunjenosti kapaciteta, što značajno umanjuje kontrolu pružatelja usluga nad vlastitim prihodima.


Sve analizirane hotele, bilo da su dio međunarodnih lanaca ili neovisno upravljani objekti, moguće je rezervirati putem vlastitih stranica, no istovremeno su svi prisutni i na platformi *Booking.com*.


Kvalitativna analiza marketinških kanala smještajnih kapaciteta u Zagrebu, pokazala je da se većina promatranih objekata uvelike oslanja na dvije dominantne društvene mreže, Facebook i Instagram, dok je prisutnost na drugim kanalima, često ograničena.

Korištenje naprednih digitalnih alata, poput *chatbotova*, digitalne prijave i odjave te mobilnih ključeva, i dalje je rijetkost čak i među najistaknutijim zagrebačkim hotelima. Ovaj nedostatak digitalne integracije u cjelokupno iskustvo gosta predstavlja propuštenu priliku za povećanje operativne učinkovitosti, višu razinu zadovoljstva korisnika te diferencijaciju u sve konkurentnijem urbanom okruženju.

Izvor: TZGZ, nalazi intervjua provedenih u sklopu ispitivanja ključnih dionika destinacije, Horwath HTL, 2026.

Visoko ocijenjeni luksuzni boravak

Hotel Le Premier ★★★★★ 

 [Donji Grad, Zagreb](#) [Prikaži na karti](#) 0,8 km od centra


Sezonska ponuda


Dvokrevetna soba Superior s bračnim krevetom ili s 2 odvojena kreveta i besplatnim pristupom spa centru
Različite vrste kreveta

Uključen doručak

- ✓ **Besplatno otkazivanje**
- ✓ **Nema plaćanja unaprijed** – platite u objektu

Visoko ocijenjeni luksuzni boravak

Esplanade Zagreb Hotel ★★★★★ 

 [Donji Grad, Zagreb](#) [Prikaži na karti](#) 0,9 km od centra

Soba Superior s queen size krevetom
1 bračni krevet

Zagreb zaostaje za europskim gradovima u digitalizaciji kulturnih atrakcija jer su digitalna rješenja rijetka, fragmentirana, ali postoje neke iznimke



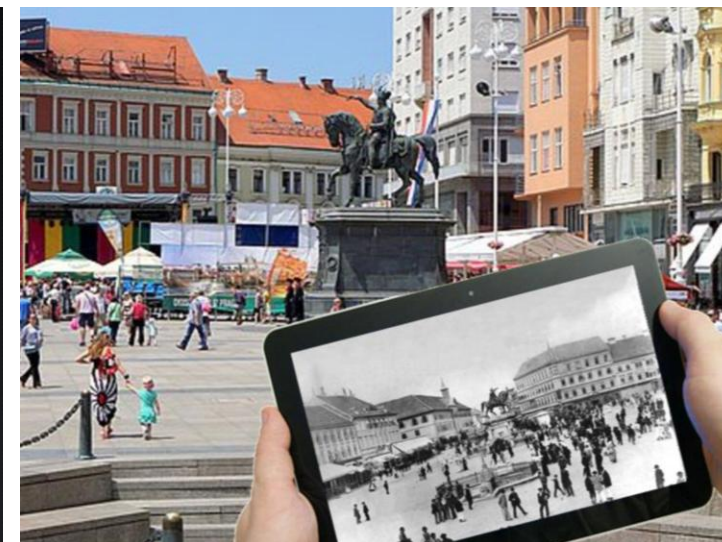
Razina digitalizacije atrakcija

Razina digitalizacije kulturnih atrakcija u Zagrebu zaostaje za europskim trendovima te je još uvijek prilično fragmentirana i ograničena. Prava digitalna rješenja u domeni prodaje karata gotovo da nisu implementirana. Neke od iznimka su Tehnički muzej Nikola Tesla koji nudi *online* kupnju karata i Muzej suvremene umjetnosti (MSU), gdje se karte mogu nabaviti putem posredničke platforme ulaznice.hr. U većini drugih muzeja ulaznice se i dalje najčešće kupuju u muzejima, gotovinom ili putem POS uređaja na blagajni.

Web stranice vodećih institucija nude tek osnovne informacije i kontakte, dok modernije digitalne funkcionalnosti, poput virtualnih tura ili pristupačnije prezentacije sadržaja, ima manji broj muzeja i galerija. Također, Zagreb u ovom trenutku nema jedinstvenu gradsku turističku aplikaciju koja turistima omogućuje personalizirano planiranje sadržaja, *offline* navigaciju i sve preporuke na jednom mjestu.

Svi digitalni vodiči i audioture dostupni su isključivo putem trećih aplikacija kao što su SmartGuide, GetYourGuide, Viator, IZI Travel i slične.

Povremeni napredniji formati, primjerice AR/VR ili 3D iskustva (Zagreb Time Travel, Deep Space u Hrvatskom prirodoslovnom muzeju, 3D prikaz Arheološkog muzeja što omogućuje detaljniji uvid u povijesne artefakte), predstavljaju izolirane primjere, dok digitalna interpretacija ostalih muzeja i atrakcija ovisi o dostupnim projektima ili doniranim rješenjima.



4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza stanja digitalizacije

4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala



Metodologija analize stanja i potreba ljudskih potencijala

Prema metodologiji za izradu analize stanja, predložena su dva načina provedbe analize stanja i potreba ljudskih potencijala:

I. Istraživanje trenutnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu:

- Anketa i intervjui s poslodavcima
- Analiza radnih mjesta
- Procjena sezonalnosti

2. Istraživanje potreba međunarodnih dionika

- Suradnja s međunarodnim partnerima
- Identifikacija najboljih praksi
- Razvoj obrazovnih programa

Zbog kompleksnosti tržišta rada i obrazovanja u Zagrebu, analizi stanja i potreba ljudskih potencijala preporučeno je primarno na kvalitativan način, koristeći nalaze intervjua provedenih s dionicima u destinaciji te kvantitativnom analizom dostupnih podataka.

Ključni izazovi odnose se na integraciju strane radne snage i usklađivanje obrazovnog sustava s potrebama tržišta, dok su glavni potencijali digitalizacija i jačanje edukacije

Istaknuti izazovi

Integracija strane radne snage



Pitanje integracije strane radne snage važna je tema na nacionalnoj razini, a ne isključivo u kontekstu zagrebačkog turizma. S obzirom na kontinuiran priljev migranata, osobito na operativnim pozicijama poput sobarica, konobara i kuhara, potrebno je sustavno pristupiti izazovima i mogućnostima koje ta dinamika donosi. Povratne informacije s terena pokazuju kako su poslodavci općenito zadovoljni učinkom stranih radnika. Ipak, ističu potrebu za bržom i jednostavnijom regulacijom procesa izdavanja radnih dozvola, kao i prilagodbom zakonodavstva kako bi se olakšala njihova integracija bez negativnog utjecaja na domaće tržište rada. Očuvanje kvalitete usluge zahtijeva ciljane programe integracije koji obuhvaćaju osnovne standarde usluge, razumijevanje kulturnih razlika i učinkovitu komunikaciju s gostima.

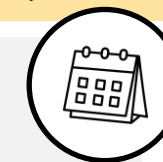
Prilagodba obrazovnog sustava



Izazov s kojim se obrazovni sustav suočava na nacionalnoj razini, ali ima i poseban značaj za Zagreb, odnosi se na usklađenost obrazovnih programa s potrebama tržišta rada u turizmu. Zagreb, kao najveći obrazovni centar u Hrvatskoj, nudi velik broj programa usmjerenih na turizam, ugostiteljstvo i povezane djelatnosti. Prilagodba obrazovnog sustava nameće se kao nužnost zbog izraženog trenutnog nesrazmjera između teorijskih znanja i praktičnih kompetencija, koje uočavaju poslodavci. Poslodavci ističu kako formalno obrazovanje nije dovoljno usklađeno s realnim potrebama tržišta, što rezultira nedostatkom praktične nastave, mentorstva i suradnje s privatnim sektorom. Posebno je izražen deficit osnovnih interpersonalnih vještina kod mlađih generacija zaposlenika, poput komunikacije, timskog rada, prilagodljivosti i emocionalne inteligencije. Razvoj ovih mekih vještina postaje ključan za održavanje kvalitete usluge i dugoročnu zadrživost kadrova.

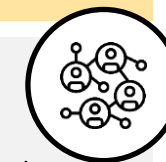
Potencijali razvoja

Prednosti cjelogodišnje potražnje



Blaža sezonalnost zagrebačkog turizma u odnosu na obalne destinacije predstavlja ključnu prednost u razvoju ljudskih resursa. Nalazi s terena pokazuju da ravnomjernija potražnja tijekom cijele godine omogućuje stabilnije i dugoročnije zapošljavanje, čime se smanjuje ovisnost o sezonskoj radnoj snazi te otvara prostor za zadržavanje i razvoj kvalificiranih kadrova unutar destinacije.

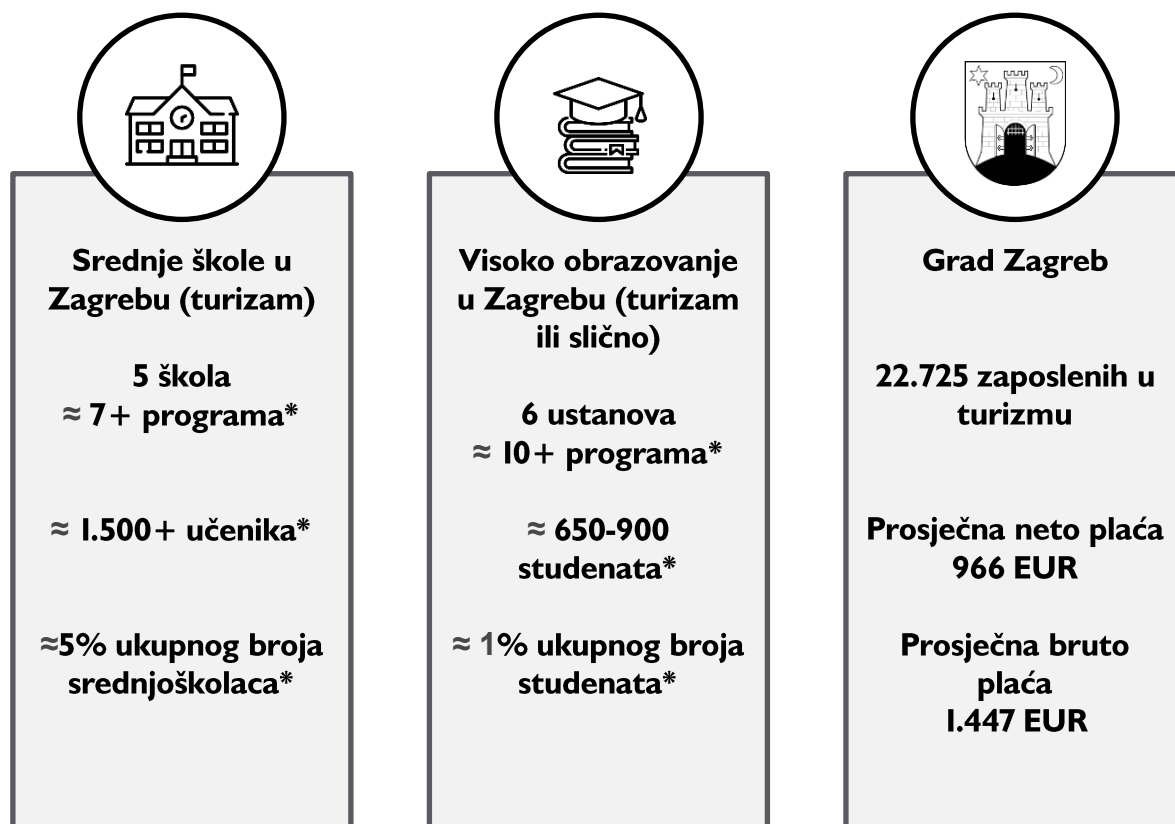
Digitalizacija i edukacija



Digitalizacija poslovanja sve više oblikuje listu potrebnih kompetencija u turizmu. Automatizacija operativnih procesa, korištenje *online* rezervacijskih sustava i digitalnih alata za upravljanje odnosima s gostima zahtijevaju stalno usvajanje novih digitalnih vještina. Sustavna edukacija zaposlenika o primjeni tehnologije, sigurnosti u digitalnom okruženju i zaštiti osobnih podataka postaje ključna ne samo za operativnu učinkovitost, već i za izgradnju povjerenja gostiju i jačanje tržišne konkurentnosti.

Zagreb je vodeći centar za obrazovanje u turizmu u Hrvatskoj, ima najveći broj ponuđenih programa, ali se suočava s izazovima zadržavanja kadrova u sektoru

Obrazovanje u području turizma u Zagrebu



Obrazovanje u turizmu u Zagrebu temelji se na širokoj mreži srednjih i visokoškolskih ustanova, uključujući pet srednjih škola s oko 1.800 učenika i više od deset visokoškolskih programa na institucijama poput Ekonomskog fakulteta, VERN-a, Libertasa, Bernaysa, Aspire i Baltazara, gdje studira procijenjenih 650 do 900 studenata turizma. Ova razina ponude čini Zagreb vodećim obrazovnim centrom za turizam u Hrvatskoj, uz kontinuirano prilagođavanje programa potrebama tržišta.

Učenici i studenti čine tek oko 11% u odnosu na broj zaposlenih u sektoru, dok udio studenata turizma u ukupnoj studentskoj populaciji iznosi manje od 1,3%. Ovi podaci ukazuju na to da, iako obrazovni sustav proizvodi novu radnu snagu, postoji izražen jaz između broja obrazovanih i onih koji ostaju raditi u zagrebačkom turizmu.

Značajan dio mladih kadrova nakon školovanja odlazi na jadransku obalu, u inozemstvo ili prelazi u druge sektore, često zbog boljih uvjeta rada, sezonskih mogućnosti ili viših plaća. Prosječna neto plaća u turizmu u Zagrebu iznosi 966 eura, što je ispod prosjeka za sve djelatnosti u gradu, pa je privlačnost sektora ograničena. Posljedica toga je kontinuirani manjak kvalificiranih radnika u zagrebačkom turizmu, što naglašava potrebu za jačim povezivanjem obrazovanja i tržišta rada, unapređenjem uvjeta rada i podizanjem atraktivnosti zaposlenja kako bi se zadržao i razvijao stručni kadar u sektoru.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza stanja digitalizacije

4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

4.7. Analiza komunikacijskih aktivnosti



Metodologija analize komunikacijskih aktivnosti

Analiza komunikacijskih aktivnosti predviđena je *Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom* kroz pet kategorija koje obuhvaćaju pregled korištenja postojećih kanala komunikacije, analizu digitalnog prisustva, analizu *offline* prisustva, analizu suradnje s trećim stranama, analizu mogućnosti prikupljanja distribucije informacija za turiste te analizu mogućnosti marketinškog fokusiranja na regionalnoj i/ili nacionalnoj razini. Kategorije navedene u metodologiji podijeljene su u tri kategorije kako bi se lakše prikazale u okviru analize.

U ovom Planu upravljanja, analiza komunikacijskih aktivnosti strukturirana je u tri zasebne kategorije:

Aktivnosti turističke zajednice

Fokus analize su aktivnosti iz godišnjeg plana turističke zajednice uključujući razvoj turističkih proizvoda i provedene marketinške aktivnosti. Dodatno, sagledana je suradnja turističke zajednice s trećim stranama, način oblikovanja marketinških poruka te *online* i *offline* kanali komunikacije.

Web stranica

Analiza web stranice uključuje dizajn, sadržaj i korisničko iskustvo web stranice te istaknute pozitivne strane i prostor za napredak u svakoj kategoriji. Dodatno su analizirani i trendovi kod posjetitelja web stranice, koji uključuju nacionalnost posjetitelja, vrijeme zadržavanja na web stranici, broj posjetitelja i *bounce rate*.

Društvene mreže

Analizirani sadržaj društvenih mreža uključuje kvalitativnu i kvantitativnu analizu svih aktivnih profila turističke zajednice na društvenim mrežama. Kvantitativna analiza obuhvaća broj pratitelja, broj pregleda te interakcije sa sadržajem putem komentara ili reakcija na objave. Kvalitativna analiza obuhvaća vizualni dojam društvenih mreža, prirodu objavljenog sadržaja te suradnju s influencerima i drugim dionicima u digitalnom prostoru.

Turistička zajednica grada Zagreba ulaže u razvoj MICE, aktivnog i gastro turizma

Razvoj novih turističkih proizvoda tijekom 2025. godine



MICE

- Organizacija stručnih događanja poput Meetex-a i M&I Express Foruma u Zagrebu
- Poticaji za candidature i dovođenje međunarodnih kongresa i poslovnih skupova
- Fokus na privlačenje velikih konferencija i jačanje poslovnog segmenta turizma
- Cilj: pozicioniranje Zagreba kao vodeće MICE destinacije u regiji

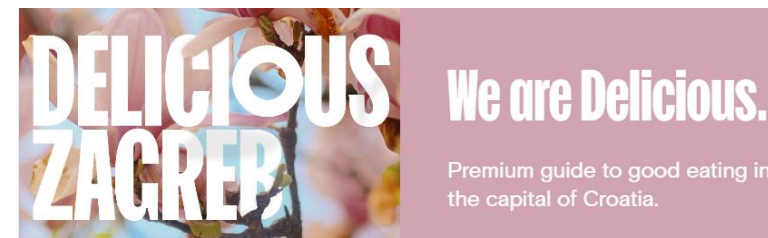


Aktivni turizam

- Zagreb proširuje svoju *outdoor* ponudu kroz specijaliziranu web stranicu i mobilnu aplikaciju za Medvednicu.

Sadržaj uključuje:

- Interaktivne planinarske staze podijeljene po regijama planine (zapad, istok, centar)
- Informacije o prirodnoj i kulturnoj baštini područja
- Fokus na održivost i aktivni odmor

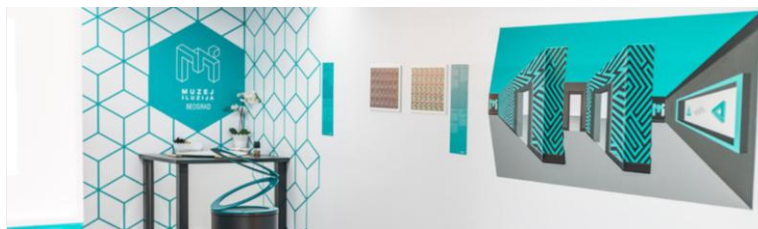


Gastro turizam

- Kampanja Delicious Zagreb (*online* i *offline*) te suradnja s Michelin vodičem za jačanje međunarodne prepoznatljivosti.
- Promocija OPG-ova, vinara i restorana s lokalnim identitetom
- Tematski sadržaji, gastro vodiči, video i društvene mreže
- Cilj: pozicioniranje Zagreba kao *gourmet* destinacije i produženje boravka posjetitelja

Kroz potporu inovativnim događanjima, suvremenim izložbama i digitalnim kampanjama jača se kulturna ponuda i međunarodna prepoznatljivost Zagreba

Razvoj novih turističkih proizvoda tijekom 2025. godine



Podrška turističkim događanjima

- Prvi festival iluzije i vizualne igre izvan muzeja, u javnom gradskom prostoru
- Pokreće ga Muzej iluzija povodom 10. obljetnice djelovanja
- TZGZ podržava projekt kao dio razvoja inovativne i interaktivne turističke ponude
- Cilj: obogaćivanje gradske ponude kroz urbanu zabavu i novu formu kulturno-turističkog doživljaja



Novi kulturni formati i izložbe

- „Blackout: 40 godina Hip-Hopa u Hrvatskoj,, - prva velika izložba posvećena hrvatskom hip-hop pokretu
- Nenad Sovilj: (2+2)x5, eksperimentalna izložba u Etnografskom muzeju
- Fokus na povezivanje suvremene kulture s kulturnim turizmom



Marketinška kampanja na Expeditiji

- Promotivna suradnja sa Expeditom s ciljem približavanja američkom tržištu
- Razvijena je posebna landing stranica i display oglašavanje, za inspiraciju putnika da dožive Zagreb kao jedan od održivijih, zelenijih i kulturno bogatijih gradova u Europi
- Kampanja je startala 1.9.2025. i traje tri mjeseca. Nastavak je to na prošlogodišnju kampanju koja se odvijala na tržištima SAD-a i Velike Britanije, i postigla odlične rezultate te značajno povećala broj posjetitelja i rezervacija za destinaciju

Zagreb se fokusira na odabrana strana tržišta kroz digitalne kampanje i prilagođeni sadržaj, promovirajući grad kao atraktivnu cjelogodišnju destinaciju

Marketinške aktivnosti Turističke zajednice grada Zagreba, 2023. – 2025.

PRIMARNA EMITIVNA TRŽIŠTA



Njemačka



Austrija



Italija



Francuska



Velika Britanija



SAD



Hrvatska

Ključne karakteristike

RAZVOJ DESTINACIJE: U razdoblju 2023. – 2025. TZGZ razvija Zagreb kao cjelogodišnju gradsku destinaciju, s naglaskom na kulturu, događanja, gastronomiju i aktivni odmor. Kampanje su usmjerene na domaća i ključna inozemna tržišta, s fokusom na turiste motivirane kulturom i one segmente koji putuju s obitelji.

DIGITALNA PROMOCIJA: Poseban naglasak stavljen je na digitalnu promociju, kroz društvene mreže, video kampanje, *native* oglase, Google Ads i suradnje s međunarodnim medijima i platformama poput Expedia. Sadržaj se prilagođava po tržištu, a komunikacija se temelji na autentičnosti i emociji, kroz lokalne priče, vizualno dojmljiv sadržaj i doživljaje iz prve ruke.

BRENDIRANJE I ODRŽIVOST: Zagreb se dodatno brendira kroz projekte poput Museums, maybe, Delicious Zagreb i Green BuzZg, s ciljem povezivanja kulturne scene, gastronomije i održivog razvoja. Ističe se i promocija prirodnih zona poput Medvednice, gradskih parkova i biciklističkih ruta, kao i širenje kulturne i gastro ponude izvan centra.

PR I MEDIJI: PR aktivnosti uključuju suradnje s novinarima, blogerima i influencerima, kao i specijalizirane promotivne članke u europskim medijima.

Kanali komunikacije

Online:

Instagram, Facebook, TikTok, Youtube, X, Google Ads, native kampanje

Offline:

Print oglasi (npr. Kurier, Corriere della Sera), *outdoor*

PR:

Studijska putovanja, advertorijali, suradnje s portalima i medijima

Direktni kanali:

Web stranice TZGZ i InfoZagreb, newsletteri, promotivne brošure

Sadržaj



Kultura i baština



Gastronomija



Događanja (Advent Zagreb, Festival svjetla, Zagreb Classic i dr.)



Prirodne atrakcije i održivost

Ključne kampanje vezane su uz najveće manifestacije u godini, koje sezonski oblikuju komunikaciju i kontinuirano pozicioniraju Zagreb kao atraktivnu urbanu destinaciju

Marketinške aktivnosti Turističke zajednice grada Zagreba u 2025.





U 2025. godini TZGZ usmjerava promociju Zagreba kao cjelogodišnje urbane destinacije bogate kulturom, doživljajima i održivim sadržajem. Komunikacija je sezonski strukturirana:

- Festival svjetla (proljeće) – vizualna atrakcija i otvaranje sezone
- Zagreb Classic (ljetno) – koncerti na otvorenom i kulturni identitet
- Zagrebački muzejski vikend (jesen) – atraktivni sadržaji i aktivnosti u izabranim muzejima
- Advent Zagreb (zima) – regionalno pozicioniranje kao božićna destinacija

Dodatno se provode tematske kampanje: **Delicious Zagreb** za promociju lokalne gastronomije, **Green Buzz** za održivi turizam i prirodu u gradu, te **Museums Maybe** za promociju bogate muzejske ponude grada.

Upravljanje web stranicom Turističke zajednice grada Zagreba pokazuje kontinuirani napredak, ali i dalje postoji prostor za dodatna poboljšanja

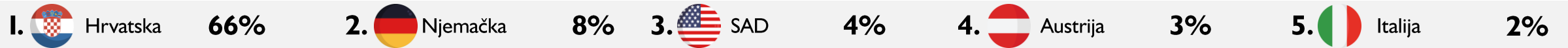
Analiza web stranice Turističke zajednice grada Zagreba

	DIZAJN	SADRŽAJ	KORISNIČKO ISKUSTVO
 POZITIVNO	<ul style="list-style-type: none"> Dizajn je pregledan i vizualno ugodan, s dobro prilagođenim prikazom na različitim uređajima Navigacija je jasna i jednostavna Sadržaj je logično strukturiran i lako dostupan u većini slučajeva 	<ul style="list-style-type: none"> Raznolik i informativan sadržaj (atrakcije, događanja, smještaj, gastronomija) Ažurne informacije i kalendar događanja Višejezičnost Dobri prijedlozi za obilaske i aktivnosti 	<ul style="list-style-type: none"> Jasno istaknuti interaktivni elementi (gumbi, kategorije, vodiči i poveznice lako dostupni) Brza i pregledna navigacija (stranica se brzo učitava) Dobro organizirane tematske cjeline (logična struktura: Istraži Zagreb, Događanja, Lifestyle)
 PROSTOR ZA UNAPRJEĐENJE	<ul style="list-style-type: none"> Količina boja, animacija i grafičkih elemenata povremeno djeluje prenapučeno Vizualni elementi na stranici često se ponavljaju, što stvara dojam monotonije i lagane zastarjelosti 	<ul style="list-style-type: none"> Tekstovi povremeno predugi i teško čitljivi Nedostaje više multimedijalnog sadržaja (video, interaktivni elementi) Sadržaj više informativan nego inspirativan Slaba prilagodba za različite tipove posjetitelja 	<ul style="list-style-type: none"> Nema mogućnosti personalizacije sadržaja (npr. izrada vlastitog plana puta, spremanje favorita, prilagodba jezika automatski prema lokaciji) Pretraga nije uvijek intuitivna (pretraživač ne daje uvijek relevantne rezultate, korisnik mora znati točno što traži)

Nakon domaće publike (66%), najviše posjeta dolazi iz Njemačke, uz prosječno vrijeme provedeno na stranici od 1 minute i 3 sekunde

Kvantitativna analiza web stranice InfoZagreb

Top 5 zemalja čiji stanovnici najviše posjećuju web stranicu Turističke zajednice grada Zagreba



Trajanje posjeta



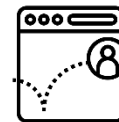
0:01:03

Mjesečni broj posjetitelja



44.353

Bounce rate



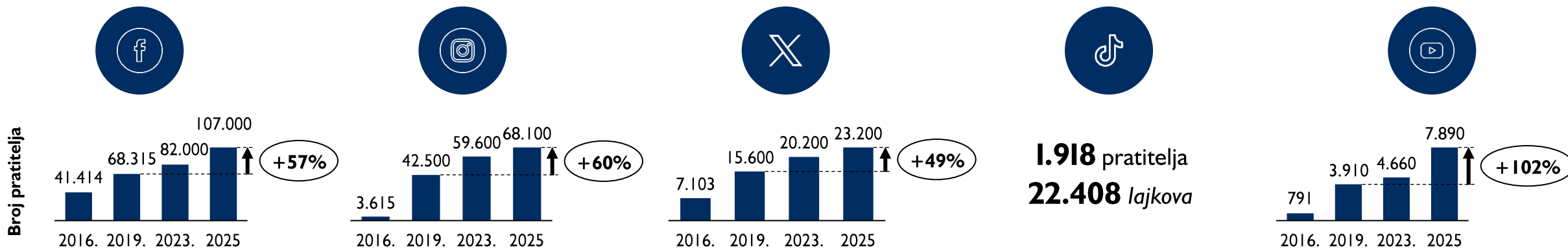
47,69%

Većinu posjeta i dalje čini domaća publika (66%), no bilježi se rast interesa iz inozemstva, posebno iz Njemačke i SAD-a.

Kratko prosječno zadržavanje na stranici (1 minuta i 3 sekunde) te visoka stopa napuštanja (48%) ukazuju na činjenicu da se stranica koristi za primarno informiranje nakon čega korisnik odlazi prema finalnom interesu.

Vidljiv je napredak u upravljanju društvenim mrežama, osobito na TikToku, no i dalje postoji prostor za unaprjeđenje u prilagodbi sadržaja specifičnostima svake pojedine mreže

Analiza upravljanja društvenim mrežama



- Redovito objavljivanje informacija o događanjima, atrakcijama i zanimljivostima
- Visoki postotak UGC objava
- Vizualno usklađene i informativne objave
- Nizak angažman korisnika (broj komentara, dijeljenja i reakcija)
- Česta objava sadržaja i visoki postotak UGC
- Minimalna upotreba videa i drugih interaktivnih formata

- Sadržaj se sastoji od slika i reelsa, ali nije dovoljno usklađen
- Hashtagovi su standardizirani, ali ne doprinose doseganju specifične ciljne skupine
- Izostanak suradnji s influencerima
- Sadržaj ne odražava autentičnost Zagreba, ne prikazuje se stvarna atmosfera grada, njegova energija i jedinstvenost

- Sadržaj na profilu u velikoj mjeri podudarnosti s onim na Facebooku
- Ne koristi se potencijal X-a za kratku, brzu i dvosmjernu komunikaciju
- Mogućnosti *retweetanja* i uključivanja u aktualne teme ostaju neiskorištene, interakcija s korisnicima je minimalna, a izostaje i autentičan sadržaj koji dolazi od samih korisnika

- Raznolik sadržaj i učestale objave
- Ne prate se aktualni trendovi, viralni zvukovi i formati karakteristični za platformu
- Sadržaj ne gradi dovoljno jasnu priču o Zagrebu kao destinaciji već djeluje kao niz nepovezanih objava bez izražene emocije, atmosfere ili identiteta grada

- Sadržaj je visokokvalitetan i vizualno vrlo atraktivan, no aktivnost na kanalu je niska, s rijetkim objavama i slabom frekvencijom novih videa
- Dominiraju promotivni spotovi, dok nedostaje sadržaj iz perspektive samih posjetitelja ili korisnika iskustava
- Izostanak interakcije putem komentara

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

- 4.1. Analiza turističke ponude
- 4.2. Analiza javne turističke infrastrukture
- 4.3. Analiza turističke potražnje
- 4.4. Analiza resursne osnove
- 4.5. Analiza stanja digitalizacije
- 4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala
- 4.7. Analiza komunikacijskih aktivnosti
- 4.8. Analiza konkurencije**



Metodologija analize konkurentskog seta destinacija

Regionalno
turističko
okruženje



Beograd



Budimpešta



Beč



Ljubljana

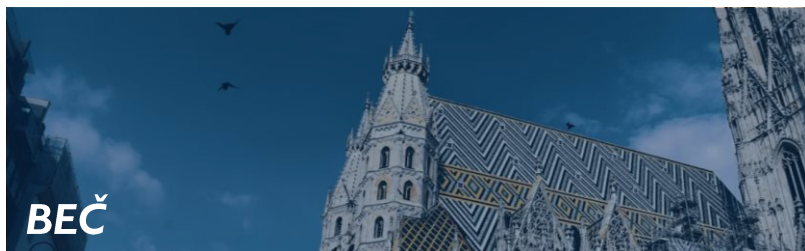


Bratislava

U okviru ove analize identificiran je konkurentski set destinacija koje dijele slične karakteristike sa Zagrebom, pri čemu se uzimaju u obzir funkcija glavnog grada, fokus na kulturni i *city break* turizam te sličnosti u strukturi ponude i potražnje. Odabrane destinacije za usporedbu su: Beograd, Budimpešta, Beč, Ljubljana i Bratislava. Cilj analize je dobiti uvid u tržišni položaj Zagreba u odnosu na usporedive destinacije.

Analiza se sastoji od kvantitativnog i kvalitativnog dijela. Kvalitativna analiza pruža pregled i usporedbu ključnih elemenata turističke ponude, odnosno proizvoda na kojima destinacije temelje svoje tržišno pozicioniranje, dok kvantitativna analiza uspoređuje destinacije na temelju odabranih pokazatelja uspješnosti, uključujući broj dolazaka, broj noćenja, smještajne kapacitete, sezonalnost i druge dostupne metrike.

Beč se ističe kao kulturna i kongresna prijestolnica, Budimpešta nudi spoj povijesti i wellnessa, a Bratislava nudi pristupačan gradski odmor i autentičan doživljaj uz Dunav



BEČ

Grad s bogatom carskom poviješću, poznat po klasičnoj glazbi, muzejskoj sceni i elegantnoj urbanoj kulturi. Visoko pozicioniran na karti europskog kulturnog i kongresnog turizma.

Glavni turistički proizvodi:



Kultura



Gastro



MICE

Glavna emitivna tržišta:



BUDIMPEŠTA

Povijesno raskrižje srednje Europe poznato po termalnim kupalištima, bogatoj arhitekturi i dinamičnoj urbanoj sceni, s atraktivnom ponudom za sve budžete.

Glavni turistički proizvodi:



Kultura

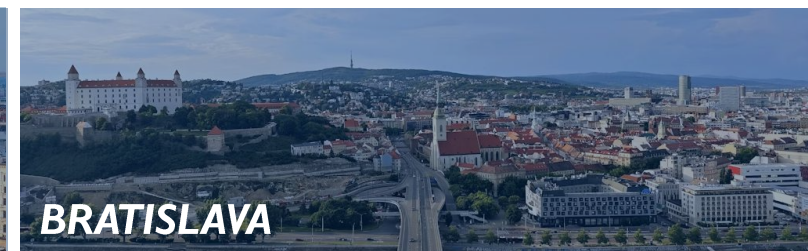


Wellness



Eventi

Glavna emitivna tržišta:



BRATISLAVA

Kompaktna prijestolnica Slovačke s revitaliziranom starom jezgrom i atraktivnom obalom Dunava, pogodna za kratke gradske odmore i riječni *cruising* turizam.

Glavni turistički proizvodi:



Kultura



Gastro



Aktivni odmor

Glavna emitivna tržišta:



Beograd je dinamičan i poznat po noćnom životu, Ljubljana održiva i opuštena s naglaskom na kulturu i prirodu, dok Zagreb ima priliku razviti jasan destinacijski identitet



Najveći grad regije s energičnom atmosferom, poznat po noćnom životu, kulturnoj raznolikosti i urbanoj autentičnosti. Rastuća destinacija za mlade i kreativne industrije.

Glavni turistički proizvodi:



City break



MICE



Gastro

Glavna emitivna tržišta:



Zeleni glavni grad Slovenije s fokusom na održivi turizam, kulturnu baštinu i relaksirani gradski doživljaj. Prepoznata po spoju urbanog i prirodnog.

Glavni turistički proizvodi:



City break



Gastro



MICE

Glavna emitivna tržišta:



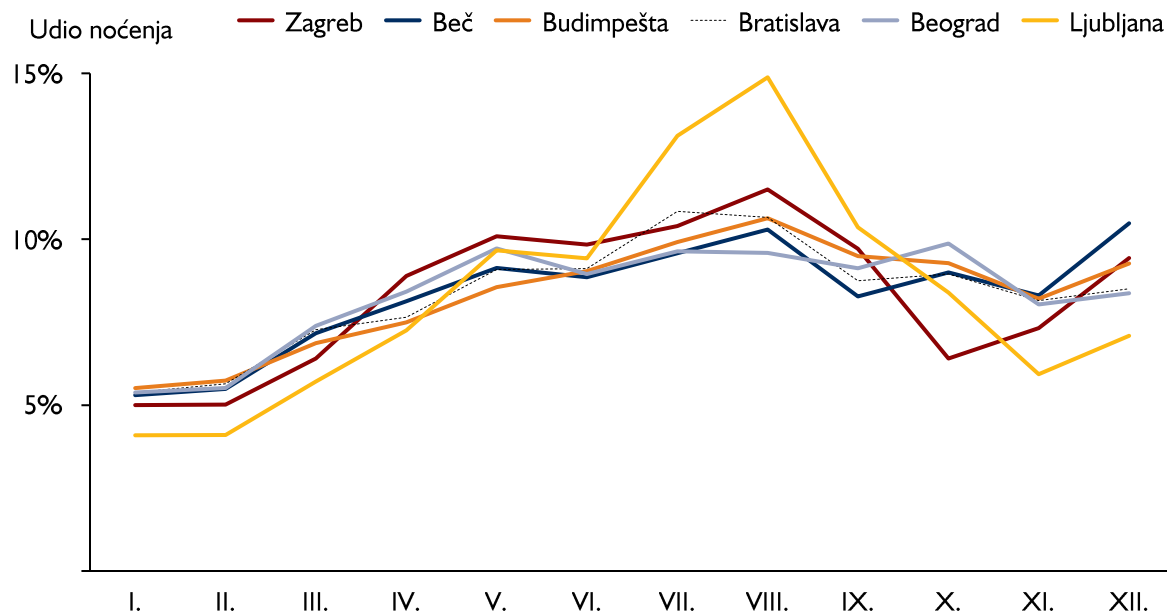
Beč, Budimpešta, Bratislava, Beograd i Ljubljana predstavljaju relevantnu konkurenciju Zagrebu zbog sličnosti u urbanom karakteru, kulturnoj ponudi i usmjerenosti na kratke boravke.

Beč i Budimpešta su etablirane gradske turističke destinacije sa sofisticiranom turističkom infrastrukturom i visokom razinom prepoznatljivosti, dok Bratislava, Beograd i Ljubljana sve više profiliraju svoje turističke proizvode bazirane na specifičnim doživljajima dostupnima u destinaciji.

U regionalnom kontekstu konkurentskih destinacija, Zagreb ima priliku razviti svoj prepoznatljiv identitet, baziran na strateški odabranim turističkim proizvodima.

Tijekom srpnja i kolovoza Zagreb i Bratislava ostvaruju 22% noćenja, Beč i Beograd blizu 20%, dok Ljubljana ostvaruje 28%

Sezonalnost noćenja u Zagrebu, Beču, Budimpešti, Bratislavi, Beogradu i Ljubljani u 2024. godini



Analiza raspodjele turističkog prometa po mjesecima pokazuje sezonske razlike među promatranim gradovima. Iako su srpanj i kolovoz vrhunac turističke sezone u svim destinacijama, Ljubljana bilježi najsnažniju sezonalnost s čak 28% ukupnih noćenja ostvarenih u ta dva mjeseca.

U usporedbi s drugim gradovima, Zagreb zauzima drugo mjesto s udjelom od 21,9%, uz vrlo slične rezultate Bratislave (21,5%), Budimpešte (20,5%), Beča (19,9%) i Beograda (19,2%).

Ovi podaci pokazuju da je sezonalna dinamika Zagreba izražena, ali uravnoteženija u odnosu na Ljubljanu, što upućuje na to da grad privlači posjetitelje tijekom cijele godine zahvaljujući poslovnim događanjima, kulturnoj ponudi i *city break* turizmu.

Sezonalnost turističkog prometa u destinacijama (srpanj i kolovoz) u destinacijama

- 1 **Ljubljana** 28,00%
- 2 **Zagreb** 21,90%
- 3 **Bratislava** 21,50%
- 4 **Budimpešta** 20,54%
- 5 **Beč** 19,87%
- 6 **Beograd** 19,23%

Zagreb bilježi nižu prosječnu duljinu boravka i slabiju zauzetost smještajnih kapaciteta u odnosu na konkurente, što upućuje na izazove u privlačenju i zadržavanju turista

Pregled ključnih pokazatelja turističke potražnje i ponude u 2024. godini

Legenda: Najviša vrijednost Najniža vrijednost

	Zagreb	Beč	Budimpešta	Bratislava	Beograd	Ljubljana
Dolasci	1.429.188	8.169.087	6.730.727	1.188.915	1.536.132	1.276.455
Noćenja	2.692.286	18.864.964	16.434.134	2.224.669	3.712.038	2.590.898
ALS (u danima)	1,9	2,3	2,4	1,9	2,4	2,0
Noćenja u hotelima	1.014.806	15.385.934	9.229.518	n/a	210.366	707.665
Broj kreveta	27.094	106.017	110.312	26.880	28.765	21.627
Broj kreveta u hotelima	9.603	81.837	50.651	11.743	13.720	3.692
Zauzetost kreveta	27%	49%	49%	23%	35%	33%
Zauzetost kreveta u hotelima	48%	52%	50%	n/a	43%*	53%

Izvor: Visit Ljubljana, Turistička zajednica grada Zagreba, Turistička zajednica grada Bratislave, Wien.info, Horwath HTL ured u Beogradu i Horwath HTL ured u Budimpešti, Horwath HTL, 2026.

* Službeno objavljen podatak, no razlikuje se od izračuna zauzetosti kada se u obzir uzmu stvarni broj kreveta i broj ostvarenih noćenja.

Autorska prava © 2026 Horwath HTL. Sva prava pridržana.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza stanja digitalizacije

4.6. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

4.7. Analiza komunikacijskih aktivnosti

4.8. Analiza konkurencije

4.9. Ključni nalazi intervjua provedenih s destinacijskim dionicima i uredima Grada Zagreba

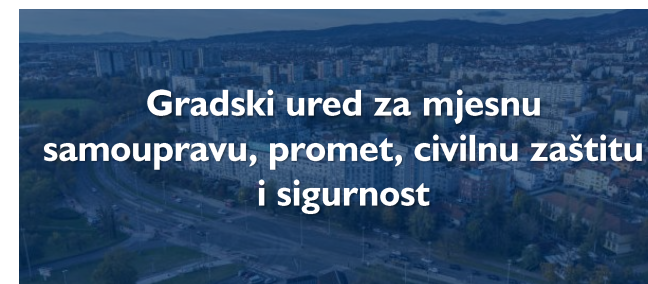
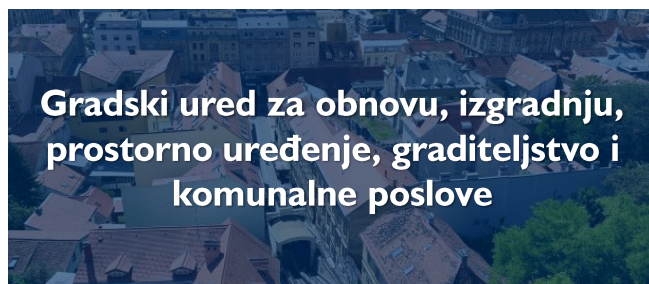
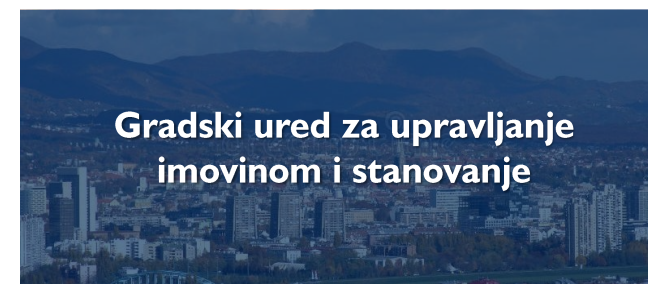


Metodologija provođenja intervjua destinacijskih dionika i ureda Grada Zagreba

Uredi Grada Zagreba

U proces intervjuiranja u okviru analitičke faze izrade Plana upravljanja destinacijom uključeni su odabrani uredi Grada Zagreba. Svrha intervjua je razumijevanje šire gospodarstvene, pravno-političke i infrastrukturne slike destinacije kako bi se definirali sistemski izazovi ili uska grla koja mogu utjecati na turistički sektor i kvalitetu turističke ponude u destinaciji.

Intervjuirani su sljedeći Gradski uredi:



Metodologija provođenja intervjua destinacijskih dionika i ureda Grada Zagreba

Destinacijski dionici

Osim ureda Grada Zagreba, u proces intervjuiranja su bili uključeni i određeni destinacijski dionici. U procesu je odabrano 16 kategorija dionika koji su relevantni u turističkom tržištu Zagreba.

Intervjui s destinacijskim dionicima održani su uživo, putem *online* sastanaka te dopisno.

Intervjui provedeni uživo



- Gospodarske udruge
- Dionici iz sektora avioprijevoza
- Udruge arhitekata

Ukupno su održana 4 intervjua uživo.

Intervjui provedeni *online*



- Gospodarske udruge
- Dionici iz sektora privatnog smještaja
- Dionici iz sektora sporta
- Dionici iz zdravstvenog turizma
- Turističke agencije
- Hosteli
- Hoteli
- Udruge turističkih vodiča
- Udruge za promicanje održivosti
- Udruge osoba s invaliditetom

Ukupno su održana 23 *online* intervjua.

Intervjui provedeni dopisno

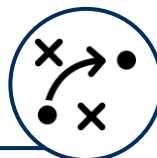


- Obrazovne institucije
- Muzeji
- Dionici upravljanja zelenim površinama
- Organizatori događanja

Ukupno je prikupljeno 8 odgovora.

Nalazi intervjua provedenih s destinacijskim dionicima i uredima Grada Zagreba (1/6)

Plan upravljanja destinacijom kao početak nove razvojne ere



Za područje Zagreba do sada nisu izrađene zasebne tematske strategije razvoja turizma. Turizam se razvijao kroz opće razvojne dokumente i marketinške planove, no nedostajao je integrirani strateški okvir.

Izrada Plana upravljanja destinacijom predstavlja stoga jedinstvenu priliku za pokretanje nove razvojne faze zagrebačkog turizma, u kojoj će održivost – društvena, gospodarska i okolišna – biti u središtu svih aktivnosti.

U procesu sudjeluju Turistička zajednica grada Zagreba, poslovni turistički sektor i Grad Zagreb kao ključna institucija. Upravo kroz Grad Zagreb moguće je adresirati temeljne izazove koji jednako utječu na kvalitetu života stanovnika i na doživljaj posjetitelja.

Vrijeme pokretanja procesa posebno je povoljno jer se paralelno provodi niz projekata koji će znatno unaprijediti konkurentnost ponude. U sljedećih pet godina Zagreb će raspolagati modernom sportskom infrastrukturom (dva nova stadiona, obnovljeni objekti i sportske zone), realizirat će se veliki projekti poput Paromlina i Kongresnog centra, a dovršit će se i obnova nakon potresa.

Uz rastuće investicije privatnog sektora, posebice u hotelsku ponudu, stvaraju se čvrsti temelji za definiranje ambicioznog plana upravljanja destinacijom koji će zagrebački turizam učiniti znatno konkurentnijim.

Potreban je značajan iskorak u unaprjeđenju kvalitete mobilnosti lokalnog stanovništva i turista



Mobilnost u Zagrebu trenutno ne odgovara standardima moderne europske destinacije. Dolasci i odlasci turista nisu sustavno riješeni: turistički autobusi koriste privremena stajališta i stvaraju gužve, zračna luka nema kvalitetnu vezu s gradom javnim prijevozom, a vozači automobila suočavaju se s ograničenim parkirnim kapacitetima u centru.

Poseban problem je izostanak *park & ride* sustava, čije je uvođenje planirano, ali još nije realizirano. Ključni izazov je nedostatak intermodalnog kretanja – jednostavne i održive kombinacije različitih oblika prijevoza. Bez tog koncepta posjetitelji se otežano snalaze, dok se promet koncentrira u užem centru i stvara pritisak na kvalitetu života stanovnika. Time raste i negativan utjecaj na okoliš kroz emisije CO₂ i prometne gužve.

Za Zagreb kao glavni grad i cjelogodišnju destinaciju, razvoj učinkovitog sustava mobilnosti postaje strateški prioritet. To uključuje uvođenje *park & ride* rješenja, poboljšanje javnog prijevoza i pametno upravljanje turističkim tokovima kako bi se rasteretio centar grada.

Poseban naglasak treba staviti na *customer journey* pristup, kojim se kretanje planira iz perspektive posjetitelja. Od dolaska u grad do smještaja i razgledavanja, svaki korak putovanja trebao bi biti jasno osmišljen, povezan i održiv. Na taj način mobilnost postaje ne samo tehničko pitanje, nego i dio ukupnog turističkog doživljaja Zagreba.

Nalazi intervjua provedenih s destinacijskim dionicima i uredima Grada Zagreba (2/6)

Razvoj zračne povezanosti kao jedan od ključnih preduvjeta međunarodne konkurentnosti Zagreba



Zagreb trenutačno bilježi stabilan rast zračnog prometa, no povezanost s međunarodnim tržištima još uvijek ne doseže puni potencijal. Iako su posljednjih godina otvorene nove linije, broj destinacija nije se vratio na razinu iz 2019. godine. Najveći izazov ostaje nedostatak linija dugog doleta, osobito prema ključnim globalnim tržištima poput Sjedinjenih Američkih Država i Azije. Iako postoje planovi za širenje mreže, njihova realizacija ovisi o financijskoj i institucionalnoj podršci te atraktivnosti Zagreba kao tržišta.

Zagrebački aerodrom suočava se i s nizom operativnih i infrastrukturnih ograničenja koja umanjuju njegovu funkcionalnost i privlačnost. Najveći problem je nedostatna povezanost s gradom i neadekvatan javni prijevoz, što otežava pristup i mobilnost putnika te smanjuje konkurentnost u odnosu na usporedive europske destinacije.

Ograničena mreža linija također smanjuje privlačnost Zagreba za *city break* putnike, kojima je dostupnost brzih i čestih letova ključan motiv dolaska. Jačanje zračne povezanosti izravno bi utjecalo na rast ovog segmenta i omogućilo ravnomjerniju potražnju tijekom cijele godine.

Korisničko iskustvo putnika moglo bi se dodatno unaprijediti digitalizacijom usluga, dok prostor za razvoj leži i u komercijalnim sadržajima aerodroma, koji su još uvijek skromni i nedovoljno pridonose ukupnom doživljaju destinacije. Za Zagreb kao grad s ambicijom jačeg međunarodnog pozicioniranja, razvoj zračne povezanosti i kvalitete aerodromskih usluga predstavlja ključan preduvjet održivog rasta turizma.

Utjecaj rasta privatnog smještaja postaje vidljiv kroz više perspektiva



Privatni smještaj u Zagrebu posljednjih je godina doživio snažan rast i postao dominantan segment ukupne smještajne ponude. Međutim, širenje se odvijalo bez jasne regulacije, što je rezultiralo velikim brojem jedinica različite kvalitete, nedovoljno kontroliranim standardima i poremećajima na tržištu dugoročnog stanovanja.

Među intervjuiranim dionicima postoji širok konsenzus da privatni smještaj negativno utječe na cijene dugoročnog najma i dostupnost stambenih jedinica po pristupačnim cijenama, osobito u užem i širem centru Zagreba gdje je rast kapaciteta bio najintenzivniji.

Tržišni signali ukazuju da pretjerano širenje kapaciteta počinje negativno djelovati i na same objekte. Zabilježena je niža zauzetost te sporiji rast cijena u odnosu na rast troškova održavanja.

Ipak, negativni učinci manje su izraženi kod objekata više razine kvalitete i onih koji nude dodatne usluge. Profesionalizacija i digitalizacija poslovanja, od komunikacije s gostima i brzog odgovaranja na recenzije do samostalnog *check-ina* i personaliziranih usluga, pokazale su se ključnima za podizanje kvalitete i zadovoljstva gostiju.

Većina takvih praksi još uvijek ovisi o inicijativi pojedinaca, no na tržištu je vidljiv porast specijaliziranih agencija koje nude profesionalno upravljanje privatnim smještajem. To upućuje na postupno sazrijevanje sektora i potrebu za snažnijim mehanizmima regulacije i standardizacije.

Nalazi intervjua provedenih s destinacijskim dionicima i uredima Grada Zagreba (3/6)

Hotelski sektor radi na unaprjeđenju konkurentnosti, no postoje određeni izazovi



Iskorak u konkurentnosti hotelskog sektora vidljiv je ponajprije kroz otvaranje novih objekata, većinom brendiranih međunarodnim hotelskim lancima, koji primjenjuju inovativne koncepte i na tržištu se pozicioniraju kao *upscale* i *upper-upscale* objekti. U narednom razdoblju očekuje se nastavak ovog trenda kroz otvaranje novih hotela sličnog profila, što će pozitivno utjecati na konkurentnost destinacije.

Unatoč rastu broja i kvalitete kapaciteta, prepoznat je izazov u strukturi potražnje. Hoteli izvještavaju o visokoj popunjenosti tijekom radnog tjedna, ali znatno slabijoj vikendom, što ukazuje na nedostatak posjetitelja koji konzumiraju *city break* proizvod. Ova neujednačenost upućuje na potrebu snažnijeg pozicioniranja Zagreba kao vikend destinacije te razvoja dodatnih sadržaja koji bi privukli ciljne segment potražnje vikendom.

Izazov s radnom snagom i dalje je izražen, osobito u manjim objektima i drugim dijelovima turističkog lanca vrijednosti (ugostiteljstvo, prijevoz, izleti, ture). U većim i brendiranim hotelima radna snaga se donekle oslanja na interne sustave edukacije, no na razini destinacije postoji nesklad između obrazovnih programa i zahtjeva industrije, osobito na nižim i srednjim menadžerskim te operativnim pozicijama. Sustavan pristup cjeloživotnom učenju još uvijek nedostaje. Sve veća ovisnost o stranoj radnoj snazi stvara potrebu za reformom zakonodavnog okvira kako bi se omogućila brža i učinkovitija integracija stranih radnika u sustav obrazovanja i zapošljavanja.

Na razini investicija, iako se očekuje daljnji rast, izazov predstavljaju dugo očekivane izmjene GUP-a, koje su usporile realizaciju određenih projekata.

Izvor: Nalazi intervjuiranja destinacijskih dionika i ureda Grada Zagreba, Horwath HTL, 2026.

Postoji prostor za razvoj portfelja proizvoda i prepoznatljivog identiteta destinacije



Zagreb u ovom trenutku još uvijek nema dovoljno jasno definiran i prepoznatljiv destinacijski brend koji bi mogao poslužiti kao snažna podloga turističkoj promociji i pozicioniranju na međunarodnom tržištu. Iako postoje brojni sadržaji i inicijative, njihova komunikacija nije dovoljno objedinjena u zajedničku poruku i vizualni identitet. Zbog toga Zagreb teže dolazi do izražaja u odnosu na urbane destinacije slične veličine i ponude, koje imaju jasnije istaknutu posebnost i diferencijaciju.

Jedan od razloga za to jest ograničen portfelj razvijenih turističkih proizvoda. Premda Zagreb raspolaže širokom resursnom osnovom i brojnim potencijalnim nišama, one se još uvijek u nedovoljnoj mjeri koriste za diferencijaciju. Primjerice, segment urbanog aktivnog odmora koji uključuje biciklizam, trčanje, planinarenje u okolini grada, urbane sportske sadržaje i rekreativne zone pruža priliku za oblikovanje atraktivne ponude usmjerene kako na turiste tako i na lokalno stanovništvo. Sličan potencijal postoji i u specijaliziranim segmentima poput zdravstvenog turizma ili kulturno-kreativnih industrija, koji bi mogli dodatno osnažiti konkurentnost i prepoznatljivost Zagreba.

Dodatni izazov predstavlja suvenir, koji kao konkretna uspomena i simbol destinacije ima važnu ulogu u jačanju identiteta. Iako Zagreb ima razvijenu suvenirsku ponudu, ona rijetko nudi proizvode koji su istinski autentični, atraktivni i emocionalno povezani s gradom.

Daljnjim razvojem brenda, jačim isticanjem diferencijacije i proširenjem portfelja proizvoda, Zagreb može izgraditi prepoznatljiv identitet koji će mu omogućiti snažnije pozicioniranje na međunarodnom tržištu.

Nalazi intervjuja provedenih s destinacijskim dionicima i uredima Grada Zagreba (4/6)

Shopping ponuda Zagreba je nedovoljno konkurentna i nedovoljno diferencirana



Trenutačna shopping ponuda u Zagrebu ograničena je i nedovoljno konkurentna za različite segmente turista. Prepoznatljivi i atraktivni dućani nisu prisutni u središtu grada, dok se većina ponude koncentrira u trgovačkim centrima na rubnim dijelovima, koji su primarno namijenjeni lokalnom stanovništvu i rijetko funkcioniraju kao turističke atrakcije. Zbog toga Zagreb nema dovoljno snažnu *shopping* zonu u centru koja bi obogatila turistički doživljaj i pridonijela duljem zadržavanju posjetitelja.

Poseban izazov je i nepostojanje ponude luksuznih brendova. Time se ograničavaju mogućnosti privlačenja gostiju iz *premium* segmenata i otežava pozicioniranje Zagreba kao destinacije koja nudi raznovrstan urbani *lifestyle* proizvod. U usporedbi s konkurentskim europskim gradovima, Zagreb ostaje u drugom planu kada je riječ o privlačenju segmenta turista za koje je *shopping* ključan motiv dolaska.

Uz nedostatak luksuzne ponude, primjetna je i ograničena raznolikost u segmentu suvenira i specijaliziranih lokalnih trgovina. Trenutačno izostaje sustavnija suradnja s obrtnicima, zanatskim radnjama i malim proizvođačima koji bi svojim proizvodima mogli oblikovati autentične i atraktivne suvenire povezane s identitetom grada.

Dodatni potencijal leži u razvoju koncepta urbanog *shopping* iskustva, koje bi uključivalo kombinaciju luksuznih i lokalnih brendova, autentičnih proizvoda te kulturno-kreativnih sadržaja. Na taj način Zagreb bi mogao oblikovati prepoznatljivu *shopping* priču koja ne bi bila samo dodatak ponudi, nego i jedan od motiva dolaska, osobito u segmentu *city break* putovanja.

Izvor: Nalazi intervjuiranja destinacijskih dionika i ureda Grada Zagreba, Horwath HTL, 2026.

Nedostatak raznolikosti i suvremenih koncepata ograničava razvoj gastro ponude



Gastronomska ponuda Zagreba trenutačno zadovoljava osnovna očekivanja posjetitelja, ali još uvijek nije razvijena do razine da postane jedan od glavnih aduta grada u međunarodnom pozicioniranju. Povratne informacije dionika i predstavnika Grada ukazuju na nekoliko strukturnih slabosti koje ograničavaju puni razvoj ovog segmenta.

Prije svega, ističe se nedostatak raznolikosti. Iako postoje restorani s određenim internacionalnim konceptima, poput azijske kuhinje, Zagreb nema širinu i raznovrsnost usporedivu s drugim europskim glavnim gradovima. Ta raznolikost pridonosi urbanoj vibrantnosti i višeslojnom doživljaju, što trenutačno u Zagrebu nedostaje.

Lokalna gastronomija i autohtone namirnice ne koriste se dovoljno u suvremenim kulinarskim konceptima. Nedostaje moderna reinterpretacija tradicionalnih recepata, koja bi mogla pridonijeti jačanju identiteta Zagreba kao gastro destinacije.

Treći aspekt odnosi se na gastro događanja i festivale. Iako su brojni i redoviti, često se doživljavaju kao predvidljivi i nedovoljno inovativni, najčešće usmjereni na jednostavne formate poput burgera i pizze. Kao pozitivan primjer izdvaja se inicijativa PLACe market, koja je revitalizirala Dolac nakon radnog vremena i pokazala potencijal za inovativno korištenje gradskih tržnica.

Dodatno, Zagrebu nedostaje razvoj suvremenih *food courtova* i *pop-up* koncepata koji u drugim europskim gradovima funkcioniraju kao atraktivna mjesta okupljanja i nezaobilazne točke za posjetitelje. Takvi prostori povezali bi gastronomiju s društvenim i kulturnim sadržajima te značajno doprinijeli diferencijaciji ponude.

Nalazi intervjuja provedenih s destinacijskim dionicima i uredima Grada Zagreba (5/6)

Fragmentirana ponuda i tek nekoliko pozitivnih primjera oblikuju noćni identitet Zagreba

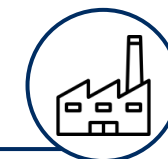


Unatoč svojoj veličini i rastućem broju posjetitelja, Zagreb trenutačno nema dovoljno razvijenu klupsku i noćnu scenu koja bi zadovoljila potrebe mladih, međunarodnih gostiju i *city break* posjetitelja. Posebno je problematičan centar grada, koji bi trebao biti središnje mjesto večernje zabave, a zapravo nudi vrlo ograničene sadržaje i teško konkurira usporedivim europskim destinacijama.

Zagreb raspolaže osnovom za razvoj alternativne i suvremene glazbene scene – klubovima poput Tvornice kulture i festivalima poput INmusica, no njihov potencijal za jačanje međunarodne vidljivosti grada zasad je nedovoljno iskorišten. Uz to, barska scena u centru ograničena je na tek nekoliko istaknutih pozitivnih primjera, dok većina ponude ostaje nedovoljno atraktivna i ne pridonosi stvaranju dojma vibrantnog urbanog noćnog života.

Noćni identitet Zagreba nije jasno definiran, a istodobno nema ni konzistentne konkurencije različitih smjerova. Ponuda se doživljava kao fragmentirana, skromna i bez dugoročne vizije. U tom je kontekstu noćni život potrebno strateški promatrati kao zaseban turistički proizvod kojem treba osigurati infrastrukturnu podršku, fleksibilniji regulatorni okvir te snažnije povezivanje s kreativnim i glazbenim sektorom.

Revitalizacija industrijske baštine za urbanu regeneraciju i turizam



Zagreb trenutačno ima niz većih lokacija industrijske baštine koje su izvan funkcije i predstavljaju neiskorištene površine unutar gradskog tkiva. Među ključnim primjerima ističu se bivši kompleks TŽV Gredelj, tvornica Badel i tvornica Sljeme u Sesvetama.

Ove lokacije obilježava dugogodišnja zapuštenost, infrastrukturna degradacija i fizička izoliranost, iako se nalaze na atraktivnim položajima u blizini željezničkih i javnih prometnih koridora. Iako postoje različite ideje i inicijative za njihovu revitalizaciju, procesi su već godinama u zastoju ili napreduju vrlo sporo, najčešće zbog složenih vlasničkih, financijskih i institucionalnih okolnosti.

U sadašnjem stanju, lokacije industrijske baštine predstavljaju pasivan prostorni resurs i problem urbanog krajolika. Velike površine bez funkcije vizualno i sigurnosno djeluju zapušteno te ne doprinose kvaliteti života niti širim razvojnim ciljevima grada.

Njihova buduća aktivacija nosi značajan potencijal. Prostori bi trebali biti valorizirani kroz urbane projekte mješovite namjene koji bi, uz stanovanje, poslovne i kulturne sadržaje, uključivali i turističke i hotelske kapacitete. Time bi se potaknula regeneracija zapuštenih kvartova, dekoncentracija turističkih tokova i stvaranje novih urbanih središta koja povezuju život stanovnika i posjetitelja.

Nalazi intervjuja provedenih s destinacijskim dionicima i uredima Grada Zagreba (6/6)

Prirodni i rekreativni resursi Zagreba s nedovoljno iskorištenim potencijalom



Zagreb ima značajne prirodne i rekreativne resurse koji, unatoč veličini i blizini gradskog središta, nisu sustavno integrirani u turističku ponudu niti iskorišteni kroz cjelogodišnje i tematski raznolike sadržaje. Lokacije poput Medvednice, Jaruna, Bundeka, Savskog nasipa, Maksimira i Jezera Savica posjeduju visok razvojni potencijal, no u većini slučajeva nedostaje strateški pristup njihovom turističkom i rekreativnom aktiviranju.

Medvednica, kao najbliža planinska zona u neposrednoj blizini grada, koristi se ponajprije za individualne sportske aktivnosti, poput planinarenja i biciklizma. Jarun je u fazi strateškog planiranja i preoblikovanja u suvremeni sportsko-rekreativni centar, što se prepoznaje kao važan iskorak u jačanju sportske infrastrukture. Bundek, kao manji urbani park s potencijalom za obiteljske sadržaje, zasad je izvan fokusa daljnjeg programskog i infrastrukturnog razvoja.

Savski nasip posjeduje visoki potencijal za razvoj *outdoor* sadržaja, biciklističkih i pješačkih ruta te kulturno-rekreativnih događanja povezanih s urbanim zonama uz Savu. Njegovo aktiviranje trenutačno koče nedefinirana i kompleksna zakonska regulativa, no Savski nasip i podsljemenska zona mogu se razviti kao zelene transverzale i okosnice urbanog aktivnog odmora, čime bi Zagreb dobio jasnu i diferencirajuću vrijednost u odnosu na druge europske gradove.

Maksimir, kao najveći gradski park i zaštićeno prirodno područje, prostor je izuzetne vrijednosti, ali podložan regulativi koja ograničava snažniji razvoj komercijalnih sadržaja.

Zapuštenost i neujednačeno uređenje ograničavaju ambijentalni doživljaj Zagreba



Ključni problem je da pojedine gradske zone nemaju dovoljno jasan karakter niti su privlačne lokalnom stanovništvu i posjetiteljima. Gornji grad, koji bi trebao biti jedno od središta doživljaja Zagreba, velik dio vremena je prazan i bez sadržaja. Slična je situacija i u više pedestrijaniziranih zona, gdje ambijent i ponuda ne stvaraju doživljaj živog urbanog prostora te ne motiviraju dulji boravak.

Ambijentalna kvaliteta grada dodatno je narušena neujednačenim održavanjem i slabom kulturom javnog prostora. Zapuštene fasade, neadekvatna urbana galanterija, nekonzistentna rasvjeta i signalizacija te nekontrolirane reklame i grafiti stvaraju vizualni šum i razbijaju identitet. Pravila urbanog uređenja postoje, ali se nedovoljno dosljedno primjenjuju, što dovodi do neujednačenih rješenja i slabijeg ukupnog dojma.

Zelene površine i parkovi u središtu pretežito imaju estetsku ulogu, bez jasno definiranog karaktera ili funkcionalne turističke upotrebe. Postoji prostor za njihovu diskretnu aktivaciju kroz mikroprograme, sezonske sadržaje i bolje prostorno povezivanje s pješačkim zonama.

Za podizanje kvalitete doživljaja potrebno je dosljedno provoditi napredna pravila uređenja, u skladu s globalnim praksama. Pješačke zone treba uređivati prema jedinstvenim standardima, s naglaskom na kvalitetne materijale, sjenovitost i ozelenjivanje, ugodnu rasvjetu, smirenu signalizaciju i kurirani prizemni miks sadržaja. Redovito programiranje prostora i koordinacija dionika osigurat će trajnu vitalnost te jasniji, prepoznatljiv identitet Zagreba.

5. Zaključci i uporišta provedene analize stanja destinacije



Zaključci i uporišta provedene analize destinacije

1

Investicijski ciklus stvara priliku za redefiniciju urbanog identiteta, no nedostaje projekata na tragu najboljih praksi, osobito u dijelu ambicioznih koncepata, provedbenog okvira te jasne podjele uloga javnog i privatnog sektora kod komercijalnih sadržaja.



- U odnosu na globalne primjere dobre prakse, urbani projekti u Zagrebu često imaju ograničenu integraciju sadržaja i partnerstava, posebno kod projekata s komercijalnom jezgrom
- Konkurentnost se jača jasnom podjelom uloga, javni sektor preuzima infrastrukturu i javne komponente, privatni sektor komercijalne i operativne sadržaje
- Kongresni centar može se istaknuti kao pozitivan primjer projekta s potencijalom jačanja ponude poslovnih događanja, pod uvjetom kvalitetnog sadržajnog programa i provedbenog modela
- Aktivacija industrijskih i infrastrukturnih lokacija ostaje značajan potencijal, uz fokus na kvalitetu programa i dugoročnu održivost

2

Kroz poboljšavanje avio-dostupnosti Zagreb može osnažiti poziciju cjelogodišnje *city break* destinacije.



- Broj letova veći je u ljetnim mjesecima, uz značajan potencijal rasta u ostatku godine
- Ovisnost o niskobudžetnim prijevoznicima
- Prepoznat je potencijal za ostvarivanje boljih performansi tijekom cijele godine na ciljanim tržištima kroz izravno povezivanje s ključnim destinacijama dugog doleta, ali i općenito širenje mreže destinacija

3

Neadekvatna prometna infrastruktura i nedostatak *smart mobility* rješenja predstavljaju jedan od ključnih izazova turističkog doživljaja destinacije.



- Ograničena i neefikasna prometna povezanost aerodroma s centrom grada
- Povišeni pritisak parkiranja u strogom centru naglašava potrebu za premještanjem parkiranja na rubove i njegovim povezivanjem s javnim prijevozom, radi oslobađanja prostora za pješake i bicikliste
- Nedovoljno razvijeni intermodalni prometni sustavi
- Korisničko iskustvo posjetitelja koji se koriste uslugama željezničkog i autobusnog kolodvora ima potencijal unaprjeđenja kroz poboljšanje funkcionalnosti modernizaciju
- Javni prijevoz nije u potpunosti prilagođen turistima kao korisnicima (jezična barijera, neadekvatna aplikacija, nemogućnost beskontaktnog plaćanja itd.)

Zaključci i uporišta provedene analize destinacije

4 Zagreb ima potencijal za privlačenje više turista.



- Smještaj bilježi nisku prosječnu zauzetost od 27% na godišnjoj razini
- Broj noćenja je u 2024. godini premašio rezultate 2019. godine, za 1%
- Atrakcije ne pokazuju znakove značajne opterećenosti turistima
- Komunalna infrastruktura učinkovito podržava postojeće razine turističke aktivnosti
- Povremeni problemi prenapučenost uzrokovane turizmom nisu uvjetovani manjkom kapaciteta na gradskoj razini, već centraliziranjem turističkih tokova u nekoliko glavnih zona

5 Postoji prostor za daljnje unaprjeđenje doživljaja destinacije.



- Unaprjeđenje urbane estetike užeg centra može poboljšati ambijentalnu vrijednost i ojačati pozicioniranje Zagreba među europskim metropolama
- Postoji prilika za širenje turističkih sadržaja i izvan centra, čime bi se obogatilo ukupno iskustvo posjetitelja
- Povećanje kvalitete pješačkih zona može doprinijeti atraktivnijem urbanom prostoru, očuvanju kulturno-povijesne baštine i višoj kvaliteti života stanovnika

6 Zagrebu je potreban iskorak u smjeru jačanja konkurentnosti turističke ponude.



- Hotelski i privatni smještaj imaju gotovo jednak udio u strukturi ukupne ponude destinacije, uz izražen izostanak međunarodnih hotelskih brendova
- Marketinške aktivnosti destinacije snažno su usmjerene na promociju nekolicine turističkih događanja
- Potrebno je pokrenuti realizaciju ključnih projekata javne turističke infrastrukture (kongresni centar, gastronomska ponuda, tržnice, parkovi i rekreativne zone i javni prostori, Medvednica...) kako bi se ojačala međunarodna konkurentnost i unaprijedila kvaliteta života

Zaključci i uporišta provedene analize destinacije

7 Daljnji rast privatnog smještaja može dovesti do narušavanja tržišne održivosti objekata.



- Privatni smještaj je iznadprosječno koncentriran u centralnim gradskim četvrtima
- Ekspanzija privatnog smještaja povećava pritisak na priuštivost dugoročnog najma i dostupnost stanovanja u četvrtima s najvišom koncentracijom turističke aktivnosti
- Konzumacija prostora i koncentracija ponude u središtu grada stvara neravnotežu u korištenju urbanog prostora

8 Generiranje nove potražnje ovisi o razvoju dodatnih turističkih proizvoda i doživljaja.



- Glavni proizvodi destinacije – događanja, kulturni i MICE, temelj su trenutne ponude i stabilno se razvijaju
- Planirana ulaganja u sportsku infrastrukturu omogućit će snažnije pozicioniranje grada u segmentu sportskog turizma, a veliki broj zelenih zona u gradu dobra su baza za razvoj urbanih aktivnosti na otvorenom
- Daljnje profiliranje postojećih turističkih proizvoda, razvoj novih te njihovo povezivanje s jasno definiranim segmentima potražnje ključni su za dugoročan rast i jačanje tržišne pozicije

9 Zagreb ima bogatu prirodnu baštinu koja nije dovoljno turistički valorizirana.



- Najistaknutiji prirodni resursi grada – Medvednica, Maksimir, Bundek i Jarun, trenutačno nemaju jasno definiran turistički karakter niti sadržaje koji bi omogućili njihovu punu valorizaciju
- Ostale nedovoljno iskorištene prirodne zone su Savski nasip, korišten ispod potencijala i atraktivna, ali zanemarena jezera na Savici
- Sljeme ostaje nedovoljno iskorišteno tijekom ljetnih mjeseci, unatoč velikom potencijalu za razvoj različitih vanjskih aktivnosti
- Velik broj gradskih parkova predstavlja značajan resurs za kreiranje novih urbanih turističkih sadržaja, posebno onih usmjerenih na odmor, rekreaciju i događanja na otvorenom

Zaključci i uporišta provedene analize destinacije

10 Potrebno integrirano djelovanje svih uključenih dionika u turističku aktivnost grada Zagreba.



- Sljedeća faza razvoja turizma u Zagrebu podrazumijeva jačanje destinacijskog upravljanja s jasnim smjerom razvoj turizma u kojemu surađuju svi relevantni dionici destinacije

6. SWOT analiza



SWOT analiza turističkog tržišta grada Zagreba

Snage



- Povoljna geostrateška lokacija na nacionalnoj i međunarodnoj razini
- Aktivna uloga turističke zajednice u koordinaciji, promociji i upravljanju razvojem turizma
- Raznolik i bogat kalendar kulturnih, zabavnih i sportskih događanja tijekom cijele godine
- Očuvana i raznolika kulturna te prirodna baština, koja pruža osnovu za snažniju turističku valorizaciju

Prilike



- Regulacija razvoja privatnog smještaja
- Izgradnja modernog kongresnog centra s potencijalom jačanja MICE segmenta
- Izgradnja sportske infrastrukture otvara mogućnost valorizacije i u turističkom smislu
- Revitalizacija i aktivacija zona industrijskog nasljeđa
- Nove investicije u zračnu luku i poboljšanje međunarodne povezanosti grada
- Planiranje i razvoj zona visokog potencijala s naglaskom na kvalitetu života, turizam i slobodno vrijeme može značajno podići atraktivnost i konkurentnost područja

Slabosti



- Nedovoljno održavana i vizualno neatraktivna stara gradska jezgra, što umanjuje ambijentalnu vrijednost destinacije
- Slabija turistička valorizacija zona visokog potencijala izvan gradskog centra
- Korisničko iskustvo turista u prometu narušeno je zbog slabe prometne povezanosti, kako između grada i zračne luke, tako i unutar same destinacije

Prijetnje



- Nestabilni geopolitički uvjeti i globalne gospodarske krize koje utječu na turističku potražnju
- Spora obnova nakon potresa i dugotrajna nedostupnost dijela kulturnih institucija i sportskih objekata
- Nedovoljna ulaganja u razvoj zelene infrastrukture
- Nedostatak kvalificiranih kadrova u turizmu te izazovi vezani uz njihovo zadržavanje i daljnji razvoj

7. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

A group of people is gathered on a rooftop garden, overlooking a city at sunset. The scene is filled with lush green plants in the foreground and a view of a city with a prominent cathedral spire in the distance. The sky is a mix of blue and orange, with scattered clouds. The people are dressed in casual attire, and some are sitting on a low concrete wall while others stand and talk. The overall atmosphere is serene and scenic.



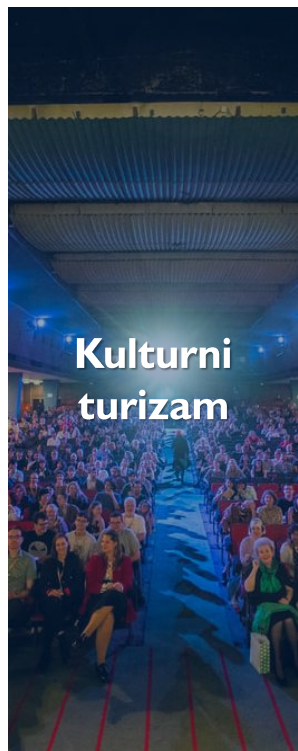
7. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

7.1. Definicija primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda

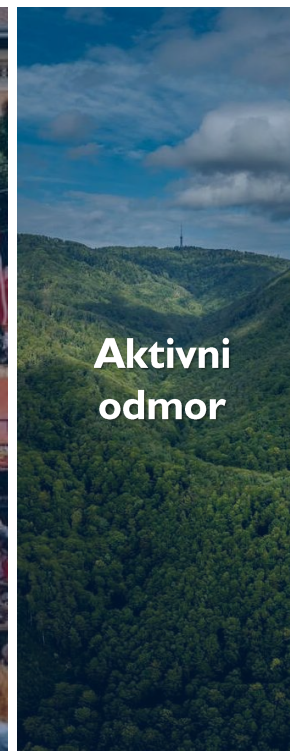
Primarni turistički proizvodi grade prepoznatljivost Zagreba, a sekundarni dodatno obogaćuju ponudu

Turistički proizvodi

Primarni turistički proizvodi



Sekundarni turistički proizvodi



City break ponuda Zagreba je napredovala, ali ima prostora za dodatno oblikovanje i jasniju diferencijaciju kako bi se snažnije istaknula među sličnim city break destinacijama

Analiza city break proizvoda

+

- Zagreb ima imidž ugodnog, sigurnog i pristupačnog europskog grada, što ga čini idealnim za kratke boravke
- Dobra povezanost sa susjednim zemljama i relativno kratka putovanja (autom, vlakom ili avionom iz regije)
- Blizina ključnih atrakcija, kompaktni centar i dobra pješačka povezanost
- Grad nudi širok spektar aktivnosti - muzeji, galerije, parkovi, povijesne ture, kultura kafića
- Raznolika gastronomska ponuda, od tradicionalnih bistroa do modernih restorana
- Kvalitetna hotelska ponuda i rast *lifestyle* smještaja

-

- Iako sadržaja ima, dio ponude je slabo interpretiran ili nedovoljno tematiziran, što otežava stvaranje jedinstvenog city break narativa
- U usporedbi s konkurentnim gradovima srednje Europe, Zagreb još uvijek ima manji volumen *shopping*, kulturnih i zabavnih zona koje bi produljile boravak gostiju
- Marketinške aktivnosti za city break tržište još nisu dovoljno fokusirane, pa je međunarodna vidljivost Zagreba manja nego što bi mogla biti



Poluge rasta i razvoja

- Jačanje prepoznatljivih urbanih sadržaja koji obogaćuju kratke boravke, poput tematskih tura, kvartovskih mikrolokacija, *craft* i *gourmet* iskustava te kulturnih itinerara
- Unaprjeđenje interpretacije atrakcija i kreiranje diferenciranih city break narativa koji dodatno ističu posebnost Zagreba u odnosu na konkurentne gradove srednje Europe
- Povećanje dostupnosti i vidljivosti gradskih iskustava kroz digitalne platforme i jačanje promocije kraćih putovanja na regionalnim tržištima
- Ulaganje u urbanu infrastrukturu i uređenje javnih prostora koji poboljšavaju doživljaj grada i podržavaju grad kao vibrantnu city break destinaciju
- Snažniji fokus na dolaske željeznicom, valorizaciju grada kao kompaktne i pješački dostupne destinacije te sustavno uključivanje javnog prijevoza kao sastavnog dijela turističkog iskustva

Izgradnja novog kongresnog centra na području u neposrednoj blizini Zagrebačkog velesajma predstavlja važan iskorak u daljnjem razvoju MICE u Zagrebu

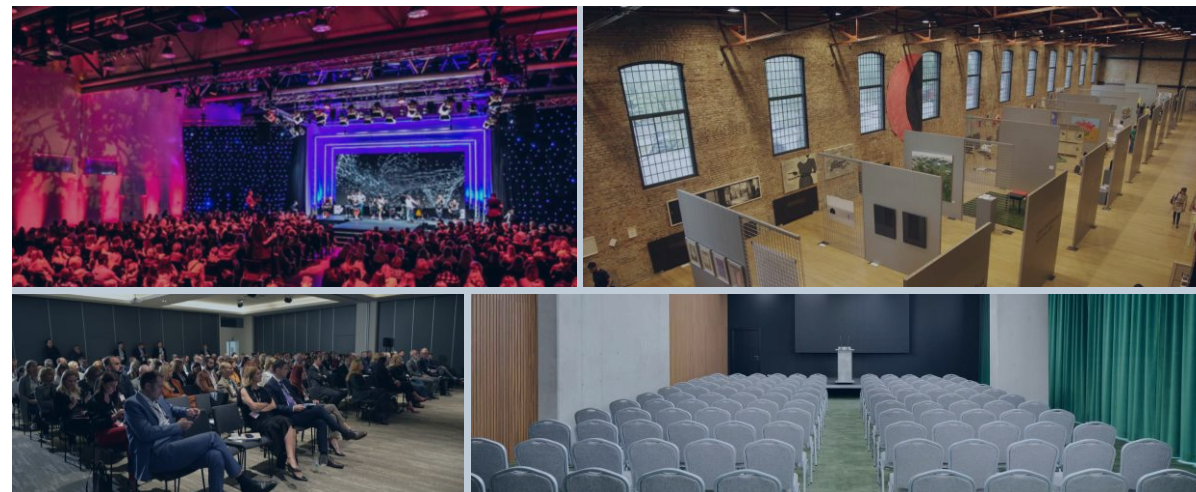
Analiza MICE-a

+

-

- Uloga glavnog grada prirodno pozicionira Zagreb kao poslovno središte
- Najava otvaranja novog kongresnog centra na području neposredno uz Zagrebački velesajam
- Otvaranje hotela namijenjenih primarno poslovnim gostima (Mövenpick, Pullman, Novotel)
- Raznolika ponuda kongresnih kapaciteta koja uključuje kongresne prostore, hotele i jedinstvene prostore

- U periodu do otvaranja najavljenog Kongresnog centra, nedostatak velikog kapaciteta ograničava konkurentnost Zagreba na međunarodnom tržištu
- Potencijal razvoja *incentive* programa ostaje nedovoljno iskorišten, posebna perspektiva je uključivanje okolice Zagreba
- Nedostatak kongresnih događanja s visokom međunarodnom vidljivošću



Poluge rasta i razvoja

- Kreiranje suvremene, inovativne kongresne zone oko novog kongresnog centra, uz razvoj pratećih hotelskih i komercijalnih sadržaja koji nadopunjuju MICE
- Rast kapaciteta Kongresnog odjela TZGZ-a i proaktivno privlačenje kongresnih događanja s međunarodnom vidljivošću, kroz ciljane suradnje s globalnim udruženjima
- Snažnije povezivanje s prirodnim resursima okolice i ponudom Zagrebačke županije radi oblikovanja atraktivnih *incentive* programa
- Razvoj integriranih paketa koji spajaju poslovne događaje s kulturnim, gastronomskim i sportskim iskustvima, stvarajući dodatnu vrijednost za sudionike

Obnova institucija nakon potresa potaknula je razvoj ponude kulturnog turizma, a dodatni potencijal prepoznaje se u integraciji suvremenih elemenata u prostorima izvan institucija

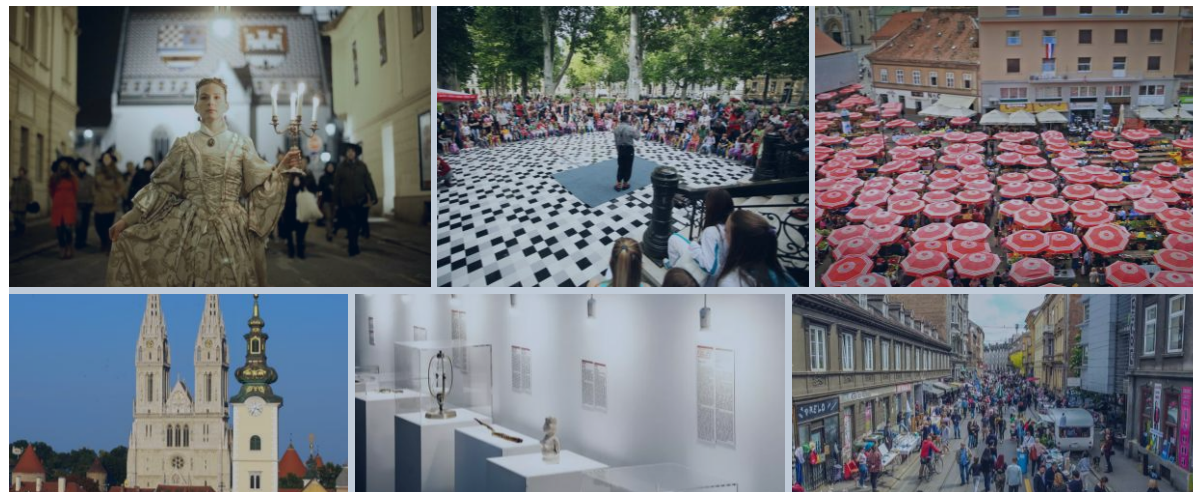
Analiza kulturnog turizma

+

- Široka ponuda velikih nacionalnih gradskih institucija i specijaliziranih nišnih muzeja
- Nakon obnove otvaraju se muzeji s redefiniranim konceptima i modernijim pristupom interpretaciji i *storytellingu* (Hrvatski prirodoslovni muzej)
- Kontinuirano otvaranje inovativnih zbirki i privatnih inicijativa te kreiranje platforme za njihovu afirmaciju (*Museums, Maybe*)
- Prepoznatljiva kulturna događanja (AnimaFest, Zagreb Film Festival, Zagreb Dox, Zagreb Classic)

-

- Značajan dio kulturnih prostora i dalje je zatvoren zbog obnove
- Neodržavana povijesna jezgra, uz spor proces obnove i veliku prisutnost grafita na pročeljima zgrada
- Kulturni sadržaji često su usmjereni primarno na lokalnu publiku, s ograničenim dosegom među turistima
- Brojne zapuštene industrijske cjeline ostaju neiskorištene, iako imaju potencijal da se transformiraju u nova središta kulturne ponude grada
- Postoji prostor za snažnije isticanje i kreiranje sadržaja visoke dodatne vrijednosti utemeljenih na lokalnim običajima i tradiciji



Poluge rasta i razvoja

- Infrastrukturalna ulaganja u očuvanje povijesne jezgre s ciljem očuvanja autentičnosti i povećanja atraktivnosti za posjetitelje
- Razvoj inovativnih interpretacijskih formata (*storytelling*, multimedija, interaktivne izložbe) koji dodatno približavaju baštinu posjetiteljima
- Snažnija afirmacija suvremene kulture i kreativnih industrija kroz predstavljanje kulture izvan institucionalnih okvira i aktivaciju javnih prostora grada
- Razvoj kulturnih ruta i tematskih tura koje povezuju baštinu, suvremenu umjetnost i svakodnevni urbani život

Događanja su zaslužna za pozicioniranje Zagreba na širu turističku mapu te su postavila čvrste temelje za daljnji razvoj grada u turističkom smislu, dajući mu vibrantan karakter

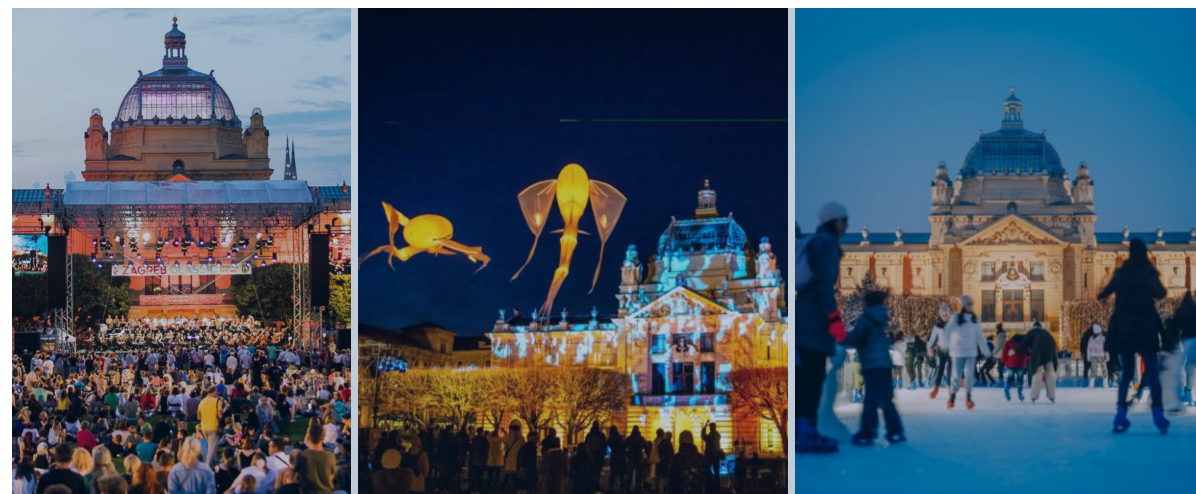
Analiza događanja

+

- Pojedina događanja samostalno privlače turiste i motiviraju na dolazak u destinaciju
- Veliki projekti (Advent Zagreb, Zagreb Classic, Festival svjetla Zagreb) podigli su međunarodnu vidljivost Zagreba
- Događanja doprinose produženju sezone i privlače posjetitelje izvan ljetnih mjeseci
- Program u kasno proljeće i ljeto posebno je bogat i raznolik
- Pozitivan utjecaj na percepciju Zagreba kao vibrantne i atraktivne turističke destinacije

-

- U jesenskim i zimskim mjesecima bilježi se manji broj događanja
- Zabavni, kulturni i gastronomski programi prevladavaju, dok su sportska događanja slabije zastupljena
- Većina događanja koncentrirana je u središtu grada, što ograničava ravnomjernu distribuciju posjetitelja
- Česta ponavljanja sličnih formata smanjuju atraktivnost i diferencijaciju ponude



Poluge rasta i razvoja

- Jačanje ponude srednjih i manjih događanja koja dodatno aktiviraju različite gradske prostore i stvaraju atraktivna iskustva na neobičnim lokacijama poput trgova, prolaza ili krovova
- Inoviranje postojećih i razvoj novih događanja koja će dodatno diferencirati Zagreb na međunarodnoj sceni
- Daljnje širenje kalendara događanja u jesenskim i zimskim mjesecima, čime se dodatno naglašava cjelogodišnja atraktivnost destinacije

Street food festivali značajno su doprinijeli prepoznatljivosti gastro turizma, a daljnji razvoj zahtijeva fokus na valorizaciji lokalnih sastojaka i autentične kuhinje

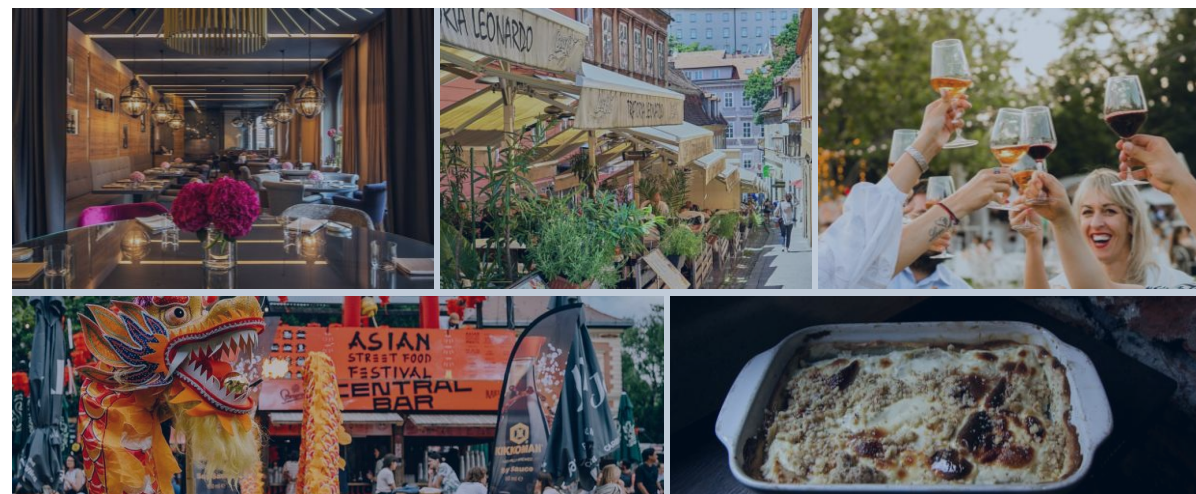
Analiza gastro turizma

+

-

- Mnogobrojni tematski *street food* festivali daju vibrantnost gradu i aktiviraju područja šireg centra
- Aktivacija tržnice Dolac izvan uobičajenih radnih sati kroz Place Market pruža uspješan pilot projekt za širu implementaciju
- Sve je veći broj kvalitetnih restorana prepoznatih u Michelin (19) i Gault&Millau (43) vodičima

- Manjak integracije gastronomije u širu turističku priču (*storytelling*, povezivanje s kulturnim i *lifestyle* sadržajima)
- *Street-food* festivali i manja događanja često se pojavljuju u istim formatima iz godine u godinu
- Gastronomska ponuda Zagreba nema jasno diferencirano jelo koje bi nosilo brend destinacije, a postojeći simboli, poput štrukli, pripadaju više tradiciji Hrvatskog zagorja nego urbanom karakteru grada
- Tradicionalni restorani izvan užeg centra imaju nisku razinu turističke valorizacije



Poluge rasta i razvoja

- Razvoj *food marketa* kao središnje točke s kontinuirano atraktivnom i raznolikom gastro ponudom na jednom mjestu
- Uvođenje inovativnih elemenata u sezonske gastro festivale radi povećanja njihove atraktivnosti i diferencijacije uz fokus na politike održivosti i smanjenje količina otpada
- Valorizacija tržnica i izvan radnog vremena kroz događanja, radionice i iskustvene programe koji naglašavaju lokalnu gastronomiju
- Jačanje afirmacije lokalnih namirnica i lanaca opskrbe te tradicionalnih jela kao prepoznatljivog dijela zagrebačkog (gastromskog) identiteta

Aktivni odmor ima najveći potencijal rasta s obzirom na bogatstvo prirodne resursne osnove grada Zagreba

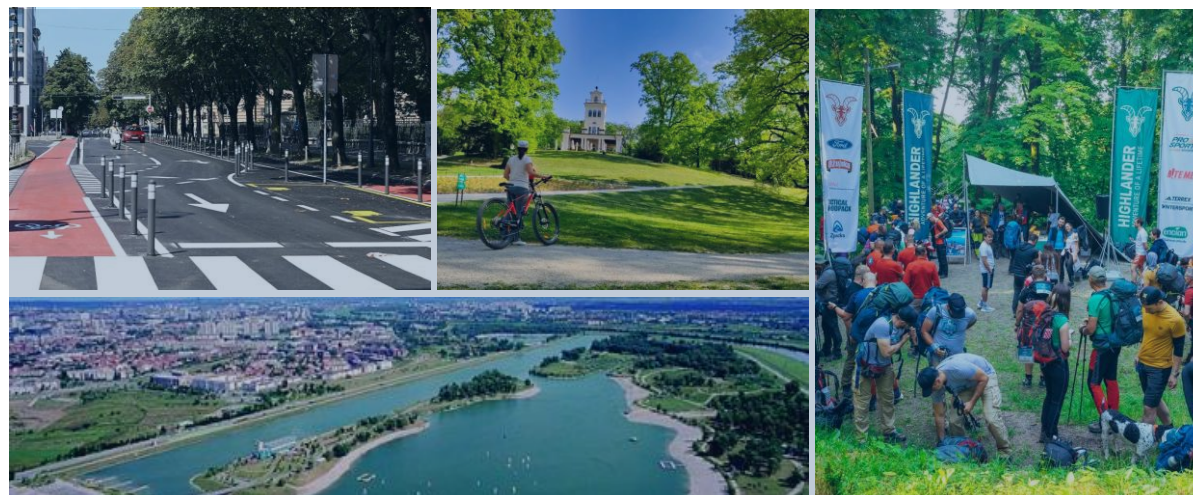
Analiza aktivnog odmora

+

- Velike zelene rekreacijske zone (Jarun, Bundek, Maksimir i Savski nasip) bogata su osnova za aktivni odmor
- Grad obiluje parkovima i zelenim površinama koje ga čine jednim od zelenijih europskih gradova
- Blizina Medvednice, uz dobru prometnu povezanost (javni prijevoz i žičara), čini je jednim od najvrjednijih resursa za razvoj aktivnog turizma Zagreba
- Zagreb je domaćin međunarodnih događanja (npr. Zagrebački maraton, Highlander Medvednica) koji pridonose međunarodnoj vidljivosti

-

- Nedostatak jasnog karaktera ograničava potencijal zelenih zona, a to se odražava na neprofiliranu ponudu rekreacijskog i komercijalnog sadržaja
- U manjim gradskim parkovima nedostaju jasne smjernice i organizacija korištenja prostora
- Infrastruktura za aktivni turizam nije dovoljno razvijena ni standardizirana (biciklističke staze, signalizacija, odmorišta)
- Komunikacija i promocija sadržaja aktivnog odmora slaba je i fragmentirana
- Nedostatak događanja koje bi tematski promovirale aktivni urbani odmor



Poluge rasta i razvoja

- Valorizacija Medvednice kao ključnog prostora za aktivni turizam uz primjenu načela održivosti, disperziju posjetitelja, optimizaciju postojeće infrastrukture te daljnji razvoj odgovarajuće infrastrukture kako bi se izbjeglo dodatno prometno i posjetiteljsko opterećenje
- Razvoj jasnog karaktera velikih gradskih zelenih zona uz unaprjeđenje prateće rekreacijske infrastrukture
- Afirmacija urbanih *outdoor* aktivnosti (biciklizam, adrenalinski biciklizam, rolanje, trčanje) kroz razvoj moderne i dostupne infrastrukture unutar destinacije

Zdravstveni turizam predstavlja tržišno najspremniji sekundarni turistički proizvod, kojemu nedostaje strateški plan promocije na domaćem i inozemnom tržištu

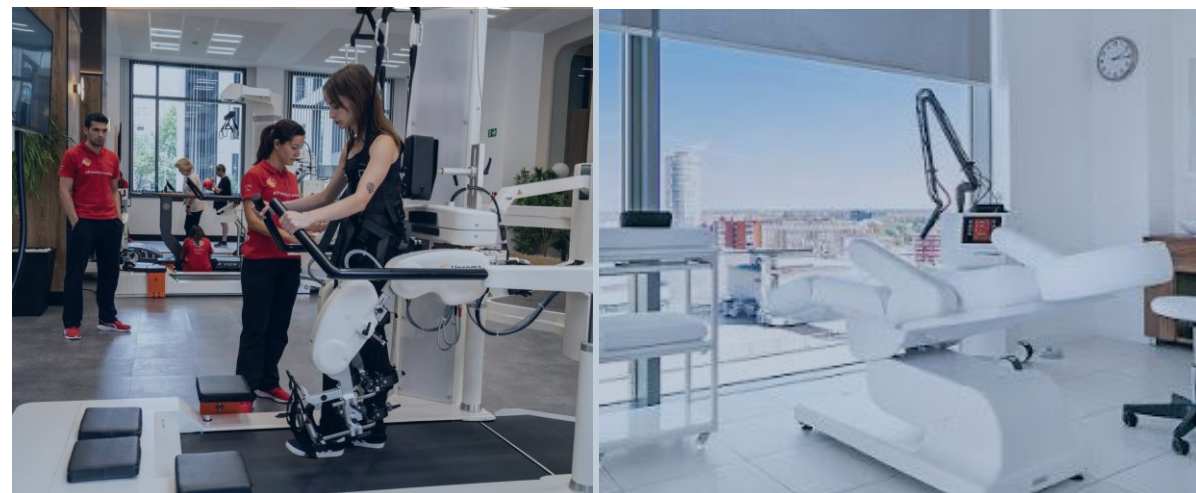
Analiza zdravstvenog turizma

+

-

- Zagreb raspolaže visoko kvalificiranim stručnim kadrom i brojnim specijaliziranim klinikama
- Konkurentne cijene zdravstvenih usluga
- Posebno su atraktivne medicinske usluge s područja stomatologije, oftalmologije, estetske i dermatološke kirurgije te sistematskih pregleda
- Postoji potencijal za povezivanje zdravstvenih usluga s drugim turističkim proizvodima (*wellness*, kulturni i *city break* turizam)

- Nedostatak strateškog pristupa i koordinacije u daljnjoj komercijalizaciji zdravstvenog turizma
- Slaba međunarodna promocija i oglašavanje zdravstvenih usluga, osobito na nacionalnoj razini
- Nedostatak specijaliziranih smještajnih kapaciteta smanjuje atraktivnost za dulji boravak pacijenata
- Nedostatak razvijene *wellness* i *spa* infrastrukture koja bi mogla nadopuniti zdravstveni turizam i podići kvalitetu ponude skrbi nakon tretmana



Poluge rasta i razvoja

- Istraživanje potencijala geotermalnih izvora za razvoj *wellness* i *spa* usluga koje nadopunjuju zdravstveni turizam
- Proaktivna promocija zdravstvenog turizma Zagreba na međunarodnim tržištima
- Povezivanje zdravstvenog turizma s drugim segmentima ponude (kultura, gastronomija, aktivni odmor) radi produljenja boravka i povećanja ukupne vrijednosti za posjetitelja

Sport kao turistički proizvod trenutčno nije snažno razvijen, ali najavljene obnove sportske i rekreativne infrastrukture u idućim godinama otvaraju značajan potencijal za daljnji rast

Analiza sporta

+

- Zagreb ima dugu sportsku tradiciju, prepoznatljiva sportska imena i razvijenu kulturu rekreativnog sporta
- Postoji stabilan portfelj većih sportskih događanja (atletika, gimnastika, tenis, borički sportovi, utrke)
- Blizina prirodnih zona (Medvednica, Jarun, Bundek, Sava, Sljeme) omogućuje bogatu ponudu sportskih aktivnosti
- Velik broj lokalnih klubova, rekreativnih programa i sportskih udruga predstavlja potencijal za suradnju i razvoj specijaliziranih paketa

-

- Zagreb još uvijek nema dovoljno srednjih i velikih sportskih događaja
- Postojeća sportska infrastruktura (dvorane, stadioni, bazeni) je djelomično zastarjela i ne može u potpunosti podržati međunarodne standarde za veća natjecanja
- Nedostatak kvalitetnih *cross-urban* sportskih zona (duže biciklističke staze, uređene trkačke rute, adrenalinski sadržaji)
- Marketinška komunikacija prema sportskim nišama nije kontinuirana, pa Zagreb ima slabiju prepoznatljivost kao sportska destinacija u odnosu na usporedive europske gradove



Poluge rasta i razvoja

- Unaprijeđenje sportske infrastrukture kroz revitalizaciju postojećih dvorana, terena i natjecateljskih prostora te razvoj novih multifunkcionalnih sportskih zona
- Razvoj novog portfelja sportskih događaja srednje veličine s međunarodnim potencijalom, uz inoviranje postojećih manifestacija
- Bolja digitalna prezentacija sportskih mogućnosti
- Suradnja s klubovima, udrugama i privatnim sektorom radi razvoja specijaliziranih sportskih paketa za različite ciljne skupine (trkači, biciklisti, plivači, *outdoor* entuzijasti)

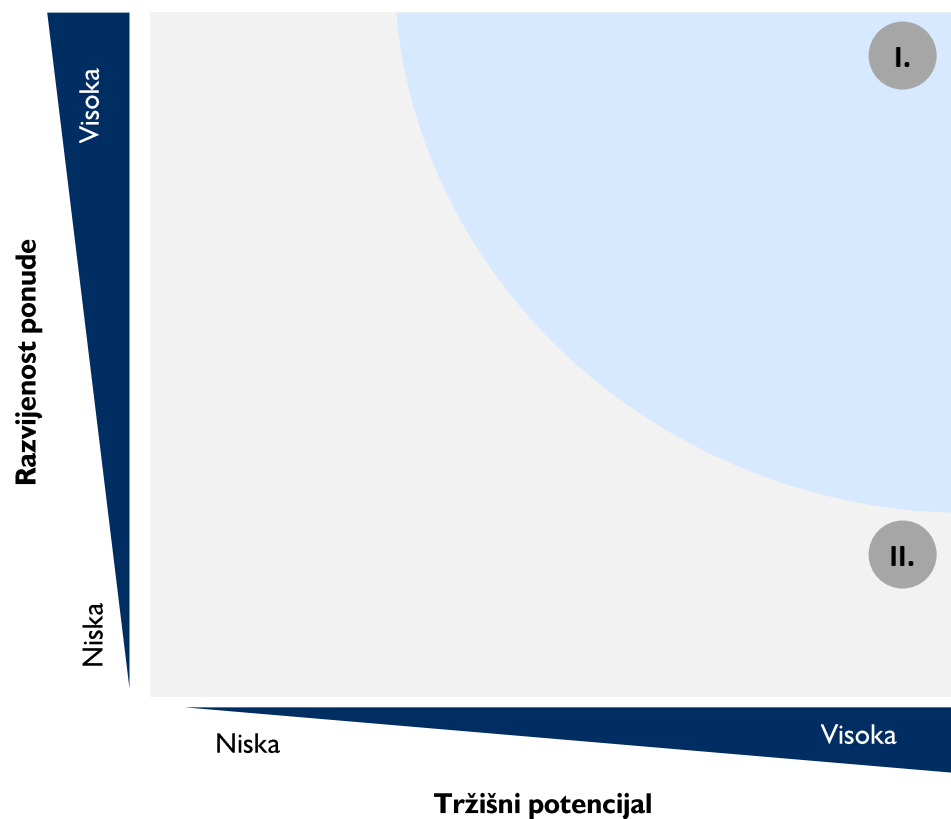
A group of people is gathered on a rooftop garden, overlooking a city at sunset. The scene is filled with lush green plants in the foreground and a cityscape with a prominent church spire in the background under a dramatic, cloudy sky. The overall atmosphere is serene and scenic.

7. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

7.1. Definicija primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda

7.2. Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda

Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda temelji se na matrici razvijenosti ponude i tržišnog potencijala



Sukladno *Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom*, potrebno je procijeniti razvojni i marketinški potencijal primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda destinacije. U tu svrhu primijenjena je matrica koja kombinira razinu razvijenosti ponude i tržišni potencijal pojedinog proizvoda.

Temelji se na dva kriterija:



Razvijenost ponude

- Razina razvijenosti infrastrukture i kapaciteta
- Organizacija i upravljanje proizvodom
- Dostupnost i oblikovanje tržišne ponude
- Kvaliteta usluge i standardizacija



Tržišni potencijal

- Razina postojeće i potencijalne potražnje
- Prepoznatljivost na domaćem i međunarodnom tržištu
- Ukupni potencijal rasta i diverzifikacije

Matrica istodobno prikazuje trenutnu poziciju svakog proizvoda te njegovu projekciju rasta na temelju potencijala definiranih u prethodnom poglavlju. Na taj način omogućuje jasan pregled što je potrebno razvijati i na koji način.

U matrici sivo područje označava sekundarne, plavo primarne turističke proizvode.

Potencijali razvoja primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda



City break

City break segment ima snažan razvojni potencijal zahvaljujući rastu potražnje za kratkim urbanim putovanjima u Europi. U sljedećem razdoblju glavni prostor rasta nalazi se u poboljšanju korisničkog iskustva, osobito u domeni mobilnosti i navigacije gradom, kao i u jačanju interpretacije gradskog identiteta kroz jasnije i suvremenije prezentirane sadržaje.



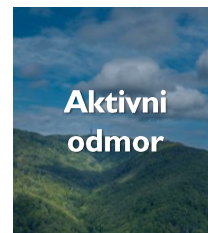
Gastro turizam

Gastro turizam ima izražen potencijal rasta, osobito kroz razvoj urbanih gastro prostora, jače isticanje lokalnih namirnica i oblikovanje prepoznatljivog gastro identiteta grada. U sljedećem razdoblju ključni iskoraci odnose se na stvaranje novih koncepata kao što su food marketi i gastro rute te jaču međunarodnu promociju, čime se može značajno povećati konkurentnost ovog segmenta.



MICE

Najveći potencijal rasta MICE-a je planirano otvaranje novog kongresnog centra 2029. godine. Taj infrastrukturni iskorak otvara prostor za privlačenje većih događanja, jaču suradnju s hotelskim sektorom i proaktivnije tržišno pozicioniranje. U sljedeće četiri godine ključ će biti priprema tržišta kroz jačanje prodajnih i promotivnih aktivnosti.



Aktivni odmor

Aktivni turizam ima značajan prostor za razvoj zahvaljujući atraktivnim prirodnim i urbanim područjima. U idućem razdoblju otvaraju se mogućnosti za oblikovanje koherentnijih outdoor proizvoda kroz unapređenje staza, rekreacijskih zona i interpretacijskih sadržaja. Sustavnijim pristupom i koordiniranim ulaganjima ovaj se segment može jasno profilirati i ostvariti veći tržišni doseg.



Kulturni turizam

U nadolazećem razdoblju kulturni turizam ima značajan prostor za rast, zahvaljujući dovršetku obnove kulturne infrastrukture i ponovnoj uspostavi programskih aktivnosti. Očekuje se povećanje dostupnosti i raznolikosti kulturnih sadržaja, razvoj suvremenih interpretacijskih formata i jačanje integracije kulture u javne prostore grada.



Zdravstveni i turizam

Zdravstveni turizam u Zagrebu ima potencijal rasta u segmentima wellnessa, rehabilitacije i specijalističkih medicinskih usluga. U sljedećem razdoblju otvaraju se mogućnosti za jaču integraciju zdravstvenih ustanova s hotelskim kapacitetima, wellness ponudom i outdoor aktivnostima, što može stvoriti konkurentnije i koherentnije zdravstveno-turističke proizvode.



Događanja

Događanja posjeduju visoki tržišni potencijal i trenutno su jedan od najrazvijenijih turističkih proizvoda Zagreba. U sljedeće četiri godine očekuje se daljnje unapređenje kroz diversifikaciju programa, jačanje međunarodnog dosega i razvoj sadržaja izvan glavne sezone.

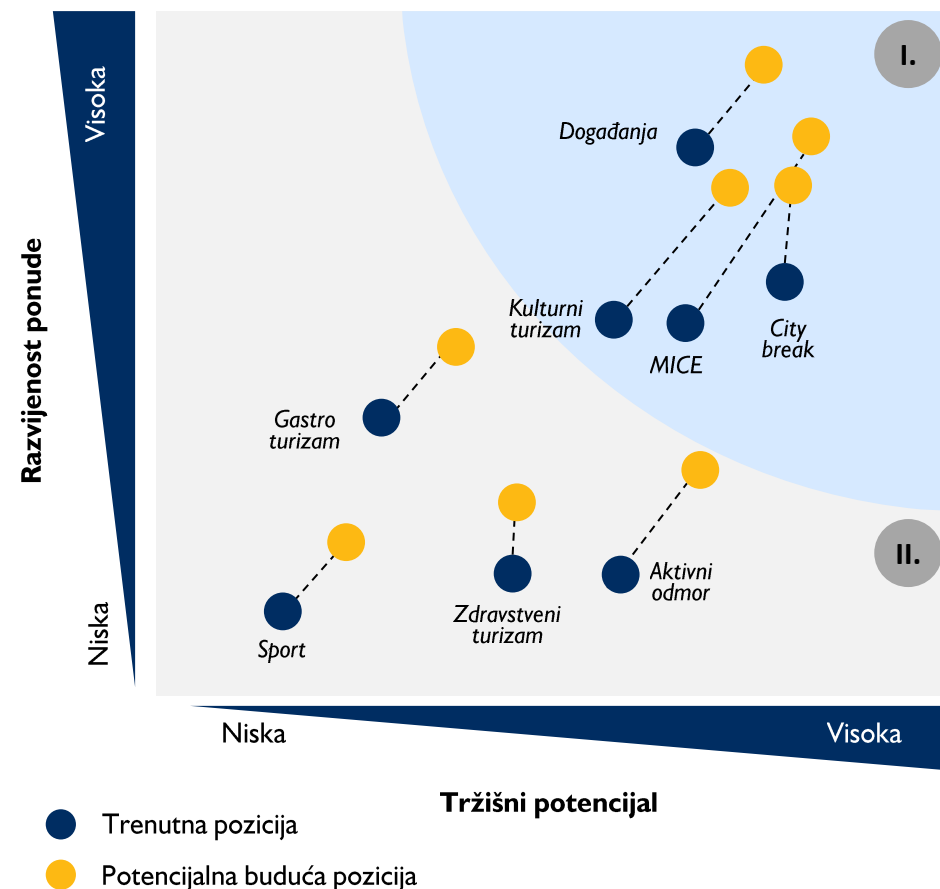


Sport

Sportski turizam u Zagrebu ima umjeren potencijal rasta, koji će se povećavati paralelno s obnovom i modernizacijom sportske i rekreacijske infrastrukture. U sljedećem razdoblju očekuju se bolji uvjeti za razvoj novih sportskih formata, međunarodnih događanja i rekreacijskih proizvoda, što može ojačati tržišnu privlačnost ovog segmenta i omogućiti vidljiv napredak u srednjem roku.

U narednom četverogodišnjem periodu, postoji prostor za unapređenje svih turističkih proizvoda

Prikazane pozicije u matrici temelje se na kvalitativnoj i stručnoj procjeni trenutnog stanja svakog proizvoda te njegovih mogućih razvojnih smjerova, uzimajući u obzir tržišne trendove i planirane inicijative. Buduća pozicija proizvoda ilustrativna je i ovisi o dinamici suradnje, ulaganjima i daljnjem radu na njegovu razvoju.

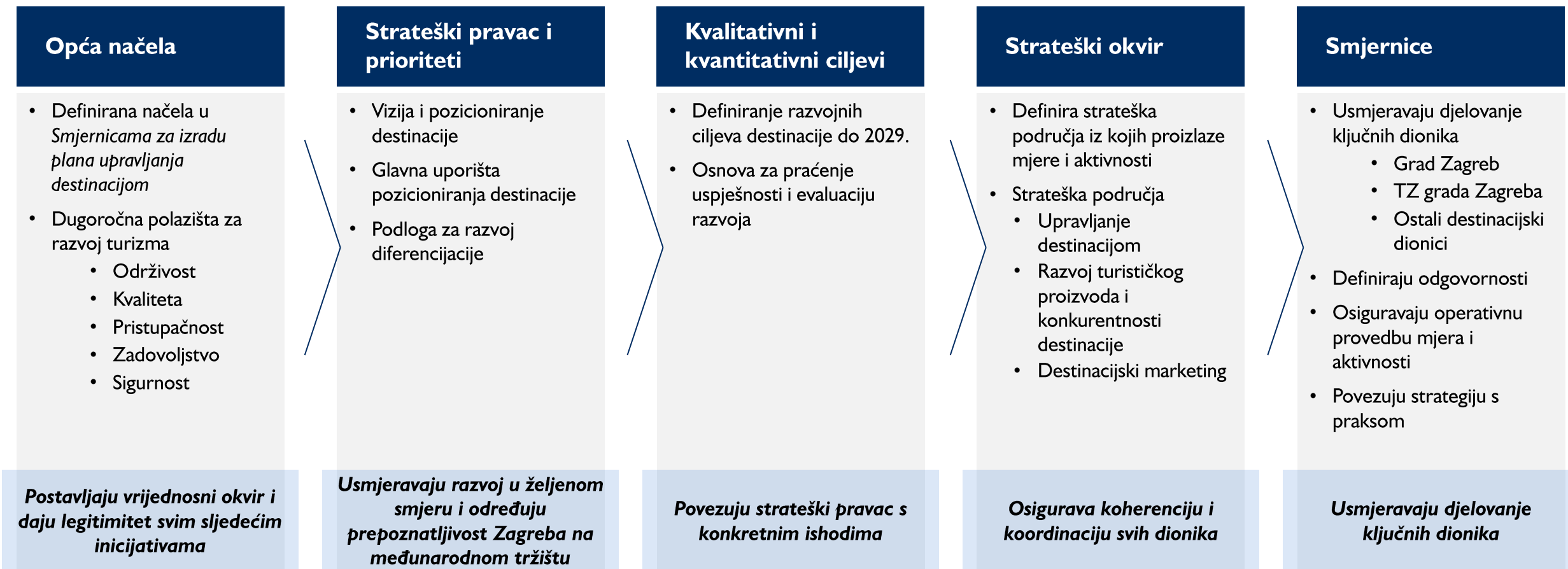


8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima



Metodologija strateškog dijela dokumenta

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.



8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

8.1. Opća načela



Opća načela

Prema metodologiji i *Smjernicama za izradu Plana upravljanja* potrebno je navesti opća načela dugoročnog razvoja turizma u destinaciji. Sljedeća načela će se uzeti u obzir i razložiti njihova uloga u strateškom planiranju razvoja destinacije:



Održivost

Strateški plan usmjerava razvoj turizma tako da štiti prirodne i kulturne resurse, potiče ravnomjernu prostornu disperziju posjetitelja i smanjuje pritisak na osjetljive dijelove grada, čime se osigurava dugoročna održivost destinacije. Razvoj destinacije usklađuje se s ciljevima klimatske neutralnosti kroz niskouglična rješenja, energetska učinkovitost aktivnosti, održivu mobilnost i kružnu ekonomiju.



Kvaliteta

Naglasak je na podizanju standarda usluge, unaprjeđenju infrastrukture i razvoju proizvoda visoke dodane vrijednosti, što osigurava diferencijaciju Zagreba na konkurentnom tržištu.



Pristupačnost

Plan predviđa poboljšanje javnog prijevoza, jačanje biciklističke i pješačke infrastrukture, unapređenje digitalne dostupnosti informacija i razvoj sadržaja prilagođenih osobama s invaliditetom, čime se osigurava inkluzivna destinacija dostupna svima.



Zadovoljstvo

Zadovoljstvo posjetitelja osigurava se kroz kreiranje autentičnih i raznolikih iskustava, zadovoljstvo lokalne zajednice kroz uravnotežen odnos turizma i kvalitete života, a zadovoljstvo poduzetnika kroz stabilan okvir za poslovanje i ulaganja.



Sigurnost

Sigurnost se postavlja kao temeljni preduvjet razvoja destinacije kroz kontinuirano uređenje i održavanje javnih prostora, osiguravanje visoke razine javnog reda i čistoće, te uvođenje digitalnih rješenja koja olakšavaju informiranje i orijentaciju posjetitelja.

8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

8.1. Opća načela

8.2. Strateški pravac i prioriteti



Vizija

Lokalni način života očuvan u svakodnevnim navikama i ritualima građana (kava na špici, život na trgovima i dvorištima), dok se tradicija i običaji doživljavaju kroz autentična destinacijska iskustva (obrnici kao čuvari nematerijalne baštine)

Živa, dinamična atmosfera kroz cijelu godinu temeljena na raznolikim događanjima; kvartovi i zajednice postaju mikro-destinacije s vlastitim identitetom, događanjima, sadržajima i pričama

Primjena novih tehnologija i kreativnih koncepata u turizmu, uz događanja kao platforma za testiranje inovacija i novih ideja

Spoj kulture, gastronomije, zabave i opuštanja u kratkom, ali sadržajnom iskustvu

Vodeća autentična, vibrantna i inovativna city break destinacija, okružena prirodom koja iznenađuje raznolikošću doživljaja.

Razvijena zelena infrastruktura koja nudi različite načine i intenzitete uživanja u prirodi

Pozicioniranje

Zagreb je destinacija po mjeri čovjeka, grad vibrantne energije i opuštene svakodnevice, u kojem se posjetitelji osjećaju dobrodošlo. U Zagrebu se kultura otkriva i izvan standardnih okvira, a priroda, koja je uvijek nadohvat ruke, poziva na istraživanje.

Glavna uporišta pozicioniranja



Sigurna destinacija po mjeri čovjeka

- Lako prohodan grad, dobro povezan javnim gradskim prijevozom, sve veći naglasak na pješačke zone
- Raznolikost u kompaktnom formatu - srednjovjekovna jezgra i austro-ugarski Donji grad, modernistički Novi Zagreb
- Život se odvija u javnom prostoru – kultura ispijanja kave i svakodnevni rituali, skriveni barovi, dvorišta
- Osjećaj sigurnosti, ali i otvorenosti i inkluzivnosti
- Dovoljno velik da nudi sadržaje svjetskog formata, a dovoljno mali da ga posjetitelji dožive osobno i blisko



Vibrantna energija i opuštena svakodnevica

- Bogata ponuda kulturnog sadržaja i inovativnih muzejskih koncepata
- Bogati kalendar događanja
- Mnogobrojni *street food* festivali i *craft* kultura
- Veliki broj studenata i Erasmus programa
- Sve veći broj *coworking* mjesta
- Nudi iskustva koja rezoniraju s mladima – skriveni barovi, sve bolja klupska scena, istaknuti glazbeni festivali



Urbana kultura na otvorenom

- Murali i intervencije u javnom prostoru (Sunčev sustav, skulpture i instalacije na Savskom nasipu, Gotovac „Zagreb, volim te”)
- Festivali - Okolo, Festival svjetla Zagreb
- Brojna kina i kazališta na otvorenom
- *Street performance* scena – Cest is d’Best, Plesnjak na Zrinjercu
- Prenamjena industrijskih zona koje će imati atraktivne javne prostore
- Veći fokus na aktivaciju trenutno neatraktivnih prostora (pothodnici, prolazi, javni prijevoz)



Zanimljivi sadržaji u prirodnom okruženju

- Priroda je dio svakodnevice
- Rekreacija u prirodi u gradu – Maksimir, Bundek, Jarun
- Veliki broj gradskih parkova – Tuškanac zona, Lenucijeva potkova, Cmrok, Ribnjak
- Razvijen sustav biciklističkih staza i novo uveden „Bajs” sustav
- Veliki potencijal razvoja gradskog biciklističkog i pješačkog zelenog koridora
- Medvednica kao cjelogodišnja destinacija aktivnog odmora

8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

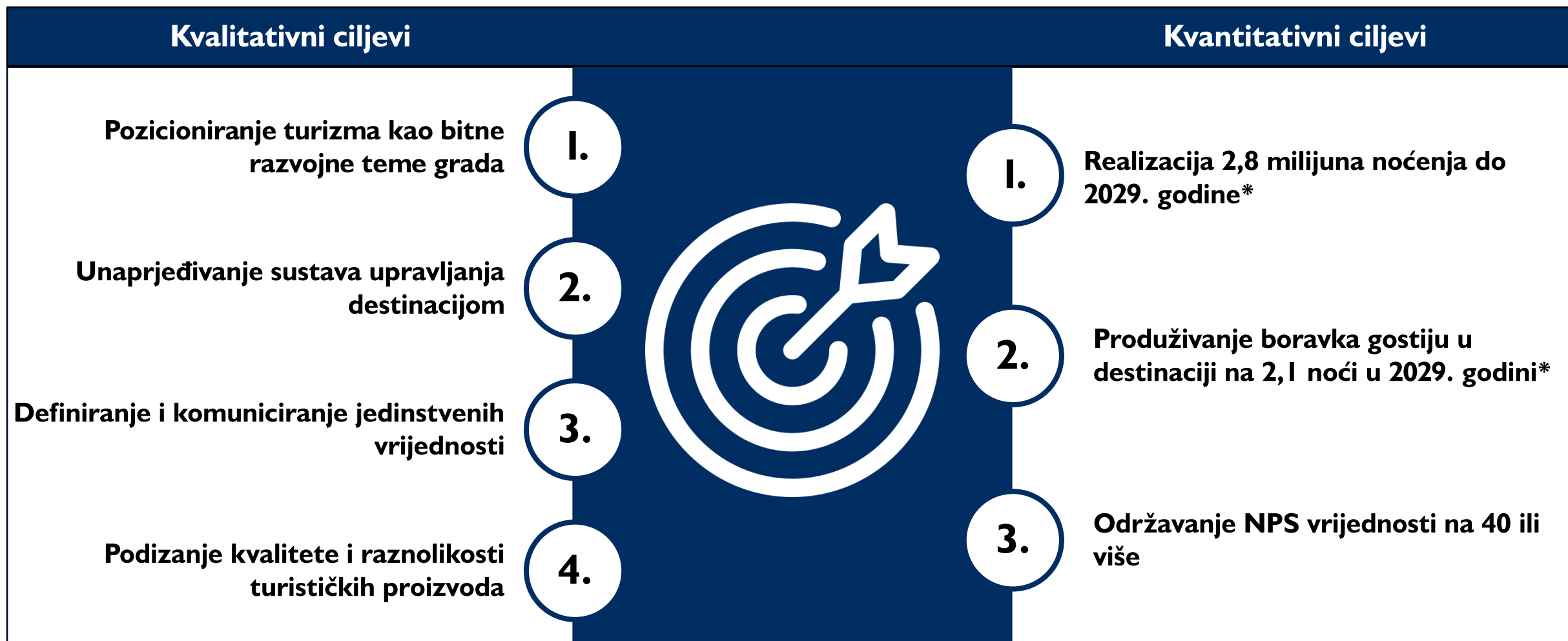
8.1. Opća načela

8.2. Strateški pravac i prioriteti

8.3. Identificiranje ciljeva



Kvalitativni i kvantitativni razvojni ciljevi



Kvalitativni ciljevi

1. Pozicioniranje turizma kao bitne razvojne teme grada

Turizam mora biti prepoznat ne samo kao gospodarska grana, već i kao pokretač šireg društvenog i kulturnog razvoja. Kroz turizam Zagreb može ostvariti značajne koristi, od otvaranja novih radnih mjesta i privlačenja investicija, do unaprjeđenja infrastrukture, međunarodne prepoznatljivosti te jačanja identiteta i kvalitete života građana.

2. Unaprjeđivanje sustava upravljanja destinacijom

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. Samo proaktivan i integriran sustav upravljanja će omogućiti Zagrebu da prati trendove, brzo reagira i razvija turizam u smjeru održivosti i konkurentnosti.

3. Definiranje i komuniciranje jedinstvenih vrijednosti

Zagreb raspolaže širokom ponudom sadržaja, no 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.

4. Podizanje kvalitete i raznolikosti turističkih proizvoda

Razvoj turizma ne može se temeljiti na kvantiteti posjetitelja, već na kvaliteti doživljaja. Zagreb mora nuditi dubinu i raznolikost ponude koja zadovoljava različite profile turista. Kvaliteta sadržaja izravno utječe na duljinu boravka, razinu potrošnje i zadovoljstvo posjetitelja.

Kvantitativni ciljevi

1. Realizacija 2,8 milijuna noćenja do 2029. godine*

Temelj rasta leži u strateškoj diversifikaciji tržišta, jačanju i optimizaciji aviomreže te unapređenju ukupnog turističkog proizvoda. Diversifikacija tržišta omogućit će smanjenje ovisnosti o pojedinim emitivnim tržištima i povećati otpornost destinacije na globalne ekonomske i geopolitičke oscilacije. Poboljšanje dostupnosti kroz razvoj aviopovezanosti izravno će utjecati na konkurentnost i pristupačnost Zagreba kao turističke destinacije, a kontinuirano unapređenje turističke ponude osigurat će diferencijaciju na tržištu i povećati dodanu vrijednost boravka.

2. Produživanje boravka gostiju u destinaciji na 2,1 noći u 2029. godini*

Uz rast ukupnog broja noćenja, ključno je povećati prosječnu duljinu boravka gostiju. Do 2029. cilj je podići prosjek na 2,1 noći, čime se ostvaruje veća dodatna vrijednost po posjetitelju i povećava ukupna ekonomska korist od turizma. Temelj ovog rasta je u produblivanju i diferencijaciji turističkih proizvoda, stvaranju većeg broja kvalitetnih sadržaja i doživljaja koji potiču duži boravak. Drugi ključni poticaj produženju boravka bit će strateška integracija okolnih destinacija u turističku ponudu Zagreba, a disperzija turističkih tokova kroz različite gradske zone će omogućiti ravnomjernije opterećenje infrastrukture i veće uključivanje šireg spektra dionika u turizam.

3. Održavanje NPS vrijednosti na 40 ili više

Ključni pokazatelj zadovoljstva posjetitelja je NPS, čija bi se vrijednost trebala održavati na 40 ili više. Ovaj prag predstavlja visoku razinu lojalnosti i spremnosti gostiju na preporuku destinacije. Održavanje ove razine zahtijeva sustavan pristup unapređenju korisničkog iskustva kroz sve dodirne točke boravka, od kvalitete smještaja i ugostiteljske ponude, preko kulturnih i rekreacijskih sadržaja, do digitalne dostupnosti informacija i razine uslužnosti. Poseban naglasak treba staviti na praćenje povratnih informacija gostiju i agilno prilagođavanje ponude njihovim potrebama.

8. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

8.1. *Opća načela*

8.2. *Strateški pravac i prioriteti*

8.3. *Identificiranje ciljeva*

8.4. *Mjere i aktivnosti*



Strateška područja

Strateška područja predstavljaju temeljni okvir razvoja turizma u Zagrebu, iz njih proizlaze mjere i aktivnosti koje usmjeravaju djelovanje svih relevantnih dionika. Definirana su na temelju analize trenutnog stanja destinacije, trendova u turizmu i potreba turista, ali i lokalne zajednice, s ciljem stvaranja održivog, konkurentnog i prepoznatljivog turističkog proizvoda. Njihova učinkovitost ovisi o sinergiji svih dionika, pri čemu posebno važnu ulogu imaju Grad Zagreb i TZ grada Zagreba. U velikoj urbanoj destinaciji, kao što je Zagreb, interesi lokalnog stanovništva i turista često se preklapaju i međusobno uvjetuju, što zahtijeva koordiniran i usklađen pristup razvoju.

Upravo zato strateška područja služe kao zajednički okvir koji povezuje različite interese u koherentnu viziju dugoročnog razvoja destinacije.



Upravljanje destinacijom

Upravljanje destinacijom ključno je za usklađivanje svih aspekata gradskog razvoja koji oblikuju turističko iskustvo i kvalitetu života stanovnika.

Ono obuhvaća prometnu i komunalnu infrastrukturu, prostorno uređenje, smještajnu strukturu, sport, zelene i sive zone, estetski doživljaj grada, planiranje i provedbu investicija te integraciju niskouglijasnog razvoja u upravljanje destinacijom.

Integrirano i održivo upravljanje osigurava da Zagreb ostane funkcionalan, privlačan i konkurentan kao turistička destinacija i kao grad za život.



Razvoj turističkog proizvoda i konkurentnosti destinacije

Razvoj turističkog proizvoda usmjeren je na jačanje konkurentnosti kroz unapređenje primarnih i sekundarnih turističkih proizvoda.

Ključni naglasak stavlja se na stalnu koordinaciju dionika, inovacije i podizanje kvalitete proizvoda kako bi se zadovoljile potrebe različitih profila posjetitelja. Na taj se način produljuje turistička sezona, povećava ukupna vrijednost destinacije te jača njezina prepoznatljivost i atraktivnost na međunarodnom tržištu.

Osim kroz aktivnosti razvoja proizvoda, strateško područje uključuje i poticanje privatnog sektora kroz sustava poticaja za ulaganja u inovacije u turizmu te razvoj specifičnih znanja, kompetencija i vještina pružatelja usluga.



Destinacijski marketing

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.

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.

I. Upravljanje destinacijom

<p>I.1. Unapređivanje sustava upravljanja destinacijom</p>	<p>Cilj mjere je unaprijediti temelje destinacijskog upravljanja kroz zoniranje destinacije, bolju koordinaciju dionika i poboljšanje korisničkog iskustva.</p>	<p>I.5. Povećanje konkurentnosti smještajne strukture</p>	<p>Mjera se odnosi na uravnotežen razvoj i regulaciju smještajne ponude kroz ograničavanje rasta privatnog smještaja i poticanje hotelskih investicija, s ciljem jačanja kvalitete, održivosti i uravnotežene strukture smještajne ponude Zagreba.</p>
<p>I.2. Unapređenje iskustva na zelenim površinama grada</p>	<p>Mjera potiče održivo korištenje i razvoj zagrebačkih zelenih površina kroz jasne identitete, atraktivne sadržaje i inovativne programe, čime se obogaćuje turistička ponuda i kvaliteta života građana.</p>	<p>I.6. Planiranje i upravljanje razvojem sporta</p>	<p>Mjera se fokusira na sustavno planiranje i koordinaciju razvoja sportskih sadržaja i infrastrukture, s ciljem unapređenja sportske ponude grada.</p>
<p>I.3. Unapređenje iskustva kretanja destinacijom</p>	<p>Mjera obuhvaća unapređenje prometnih i infrastrukturnih rješenja koja olakšavaju kretanje posjetitelja te doprinose sigurnijem, učinkovitijem i inkluzivnom doživljaju destinacije.</p>	<p>I.7. Unapređenje doživljaja destinacije</p>	<p>Mjera obuhvaća unapređenje postojećih, aktivaciju zapuštenih i razvoj novih sadržaja, infrastrukture i urbanih prostora, s ciljem podizanja kvalitete boravka te stvaranja atraktivnijeg i ugodnijeg iskustva za posjetitelje i građane.</p>
<p>I.4. Poticanje investicija u kapitalne projekte</p>	<p>Mjera je usmjerena na aktiviranje neiskorištenih gradskih prostora, izradu strateških i prostornih planova uz provođenje potrebnih aktivnosti iz područja urbanističkog planiranja te promociju investicijskih prilika, čime se potiču ulaganja u turizam, infrastrukturu i urbani razvoj Zagreba.</p>	<p>I.8. Integracija niskougljičnog razvoja u upravljanje destinacijom</p>	<p>Mjera obuhvaća dekarbonizaciju mobilnosti, energetske tranziciju smještaja, niskougljične događaje i sustav praćenja emisija iz sektora turizma</p>

Aktivnost I.I.I.

Definiranje zoniranja destinacije

Aktivnost obuhvaća uspostavu jasnog i funkcionalnog modela zoniranja destinacije. Cilj je definirati zone koje odražavaju stvarne obrasce turističkog kretanja, specifične potrebe posjetitelja i razvojne potencijale, čime se omogućuje preciznije planiranje, upravljanje i razvoj turističkih proizvoda. Administrativne zone, odnosno gradske četvrti, predstavljaju dobru osnovu za takvu strukturu jer se već sada dio podataka prikuplja na toj razini. Nadogradnja se može postići formiranjem iskustvenih zona koje objedinjuju više četvrti, a temelje se na stvarnim kretanjima posjetitelja i povezanosti atrakcija. Na taj način omogućuje se preciznije praćenje turističkog doživljaja i planiranje razvoja.

Plan provedbe temelji se na nekoliko koraka:

- 1. Analiza postojećeg stanja i prijedlog zoniranja** – Prikupljanje podataka o prostornoj strukturi grada, turističkim tokovima, atrakcijama, prometnim koridorima i kapacitetima kako bi se identificirale funkcionalne cjeline koje oblikuju turističko iskustvo.
- 2. Verifikacija i usklađivanje s dionicima** – Provođenje konzultacija s gradskim uredima, turističkim subjektima i lokalnim zajednicama radi provjere usklađenosti prijedloga, prikupljanja povratnih informacija i preciziranja granica zona.
- 3. Prikupljanje i sistematizacija podataka o turističkoj ponudi u zonama** – Detaljno mapiranje svih elemenata turističke ponude unutar svake zone, uključujući atrakcije, kulturne sadržaje, smještajne kapacitete, ugostiteljske objekte, trgovine, javne prostore, rekreativne sadržaje i usluge.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb i TZ grada Zagreba

Korak	Početak
Analiza postojećeg stanja i prijedlog zoniranja	2026. godina
Verifikacija i usklađivanje s dionicima	2026. godina
Prikupljanje i sistematizacija podataka o turističkoj ponudi u zonama	2026. godina

Aktivnost I.1.2.

Poboljšanje korisničkog iskustva MZLZ Franjo Tuđman

Aktivnost obuhvaća unapređenje ukupnog korisničkog iskustva putnika kroz jačanje prometne povezanosti zračne luke i centra grada, razvoj sadržaja i usluga unutar terminala te uvođenje naprednih digitalnih i biometrijskih rješenja. Cilj je povećati udobnost, protočnost i jednostavnost putovanja te dodatno ojačati percepciju Zagreba kao kvalitetne i suvremene destinacije. Provedba se temelji na partnerskom pristupu relevantnih dionika, pri čemu Grad Zagreb pruža podršku kroz koordinaciju, povezivanje dionika i poticanje inicijativa koje doprinose ostvarivanju ciljeva.

Područja interesa ove aktivnosti uključuju:

- 1. Unapređenje prometne povezanosti s gradom** – Evaluacija postojećih autobusnih, *shuttle* i taksi linija, izrada preporuka za optimizaciju učestalosti, vremena putovanja i kvalitete usluge te razmatranje mogućnosti novih transportnih opcija koje poboljšavaju dostupnost.
- 2. Poticanje razvoja sadržaja i usluga unutar terminala** – Kroz suradnju operatera, koncesionara i drugih relevantnih partnera poticati širenje komercijalnih, gastronomskih, poslovnih i informativnih sadržaja radi povećanja kvalitete boravka putnika.
- 3. Podrška uvođenju digitalnih i biometrijskih rješenja** – Suradnja dionika na promociji i implementaciji rješenja poput samouslužnih kioska, digitalnog *check in* procesa i unapređenja sigurnosnih procedura uz optimizaciju putničkih tokova.

Izvor financiranja

Primarno MZLZ Franjo Tuđman i relevantni partneri, uz mogućnost sufinanciranja kroz nacionalne i EU izvore ovisno o pojedinačnim projektima.

Nositelj provedbe

MZLZ Franjo Tuđman, prijevoznici, operateri, koncesionari, nadležna tijela. Grad Zagreb u ulozi podrške.

Korak

Korake implementacije je potrebno definirati u skladu s projektima koji postanu predmet implementacije

Početak

/

Aktivnost I.1.3. Jačanje kapaciteta dionika u turizmu

Ova aktivnost usmjerena je na postupno unapređivanje organizacijskih, stručnih i suradničkih kapaciteta ključnih dionika u turističkom sustavu grada, sukladno njihovim mogućnostima i zakonskim nadležnostima. Cilj aktivnosti je poticati sustavniji razvoj kompetencija, učinkovitiju koordinaciju te kvalitetnije upravljanje procesima vezanim uz razvoj, promociju i istraživanje tržišta, uz međusobnu usklađenost glavnih aktera – Grada Zagreba, nadležnih gradskih ureda i Turističke zajednice grada Zagreba.

Uspješna provedba aktivnosti obuhvaća nekoliko općih koraka:

- 1. Unapređivanje stručnih znanja i organizacijskih kapaciteta** – Poticanje kontinuiranog razvoja kompetencija zaposlenika u gradskim uredima i turističkoj zajednici, uključujući stručna usavršavanja, jačanje postojećih odjela i unaprjeđenje internih procesa, u skladu s nadležnostima svakog dionika.
- 2. Jačanje funkcije istraživanja tržišta** – Unaprjeđenje aktivnosti vezanih uz prikupljanje i analizu podataka o turističkim tokovima i trendovima, kroz razvoj alata, metodologija i suradničkih modela koji podržavaju kvalitetnije planiranje, promociju i donošenje odluka.
- 3. Poticanje bolje međuresorne i međuinstitucionalne suradnje** – Razvijanje fleksibilnih mehanizama koordinacije i redovite komunikacije između gradskih ureda, turističke zajednice i drugih relevantnih institucija kako bi se osiguralo usklađeno djelovanje u okviru njihovih zakonskih odgovornosti.
- 4. Razmjena znanja i zajedničke inicijative** – Ohrabrivanje dionika na razmjenu iskustava, sudjelovanje u zajedničkim radnim skupinama i suradnju na projektima koji pridonose boljem razumijevanju potreba posjetitelja i razvoju turističkih proizvoda.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba i TZ grada Zagreba

Nositelj provedbe

Grad Zagreb i TZ grada Zagreba

Korak	Početak
Unapređivanje stručnih znanja i organizacijskih kapaciteta	2026. godina
Jačanje funkcije istraživanja tržišta	2026. godina
Poticanje bolje međuresorne i međuinstitucionalne suradnje	2027. godina
Razmjena znanja i zajedničke inicijative	2027. godina

Aktivnost I.2.1.

Iskustveno master planiranje ključnih zelenih gradskih zona

Ova aktivnost obuhvaća stvaranje iskustvenih master planova za ključne zelene zone Zagreba – Maksimir, Bundek, Savski nasip, Jarun i Park Novi Zagreb, s ciljem definiranja diferenciranog identiteta svake od njih. To obuhvaća razvoj sadržaja i programa u skladu s karakteristikama pojedine zone, čime se jačaju njihove specifične uloge u životu grada i turističkoj ponudi. Cilj je oblikovati dovoljno snažne i atraktivne zelene zone koje će istodobno služiti kao podloga za razvoj novih turističkih proizvoda te omogućiti disperziju turističkih tokova izvan najopterećenijih središnjih lokacija.

Provedba aktivnosti temelji se na nekoliko ključnih koraka:

- 1. Analiza postojećih funkcija** – procjena načina na koji se trenutno koriste zelene zone, s fokusom na njihove prostorne, rekreativne i društvene funkcije, te identifikacija slabosti i neiskorištenih potencijala.
- 2. Definiranje diferenciranog identiteta** – određivanje jasne uloge i karaktera svake zone (npr. obiteljski park, sportsko-rekreacijsko središte, kulturno-društveni prostor) u skladu s prostornim karakteristikama i potrebama korisnika.
- 3. Razvoj programskih i infrastrukturnih smjernica** – oblikovanje prijedloga sadržaja (komercijalnog, rekreativnog, edukativnog) i aktivnosti koje podržavaju definirani identitet svake zone, uz naglasak na uključenost lokalne zajednice.
- 4. Planiranje integracije u turističku ponudu** – definiranje načina na koji se pojedine zone mogu povezati s turističkim proizvodima i kako mogu pridonijeti prostornoj distribuciji posjetitelja unutar grada.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb, Upravljanje sportskim objektima / JU Priroda Grada Zagreba

Korak	Početak
Analiza postojećih funkcija	2026. godina
Definiranje diferenciranog identiteta	2027. godina
Razvoj programskih i infrastrukturnih smjernica	2027. godina
Planiranje integracije u turističku ponudu	2027. godina

Aktivnost I.2.2.

Plan turističke valorizacije Parka prirode Medvednica

Aktivnost uključuje izradu plana turističke valorizacije Medvednice kao nadogradnje trenutno postojećih strateških dokumenata. Plan turističke valorizacije je strateškog okvira za održivo korištenje, zaštitu i promociju ovog prirodnog resursa. Plan će definirati viziju i ciljeve razvoja te identificirati ključne atrakcije i sadržaje. Cilj je da Medvednica postane integralni dio turističke ponude Zagreba i diferencijacijski element destinacije. Za ostvarenje ovog cilja potrebno je napraviti:

- 1. Analizu postojećih kapaciteta i atrakcija** – procjena trenutne razine korištenja, identifikacija glavnih sadržaja (planinarske staze, skijalište, edukativne točke) i utvrđivanje područja s najvećim potencijalom za daljnji razvoj.
- 2. Procjenu nosivih kapaciteta** – definiranje granica održivog korištenja prostora, uzimajući u obzir zaštitu prirodnih vrijednosti i očuvanje bioraznolikosti.
- 3. Definirati razvojne prioritete** – odabir oblika turizma koji su u skladu s prirodnim karakterom Medvednice, poput aktivnog, sportskog i edukativnog turizma, te određivanje investicijskih smjerova.
- 4. Definicija novih sadržaja** – oblikovanje rekreacijskih, edukativnih i komercijalnih sadržaja i iskustava koji nadograđuju postojeću resursnu osnovu, doprinose smanjenju pritiska te optimiziraju turističke tokove.
- 5. Unapređenje koordinacijskog modela** – uključivanje parkovne uprave, turističkih subjekata i gradskih institucija u strukturiran proces planiranja i provedbe aktivnosti, s jasno podijeljenim odgovornostima.
- 6. Plan financiranja i promocije** – razvoj modela ulaganja i definiranje marketinških aktivnosti koje će Medvednicu pozicionirati kao jedinstveni prirodni resurs u sklopu destinacijske ponude Zagreba.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, natječaji nadležnih institucija

Nositelj provedbe

Grad Zagreb, Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije Republike Hrvatske, Park prirode Medvednica

Korak	Početak
Analiza postojećih kapaciteta i atrakcija	2027. godina
Procjena nosivih kapaciteta	2028. godina
Definiranje razvojnih prioriteta	2028. godina
Definicija novih sadržaja	2028. godina
Unapređenje koordinacijskog modela	2029. godina
Plan financiranja i promocije	2029. godina

Aktivnost I.3.1. Unapređenje mobilnosti turista

Aktivnost se sastoji od unapređenja mobilnosti turista kroz prilagodbu javnog prijevoza, uspostavu *drop-off/pick-up* zona i poboljšanja pješačke i biciklističke dostupnosti. Cilj je stvoriti funkcionalan model kretanja koji posjetiteljima omogućuje jasno, sigurno i jednostavno povezivanje s glavnim atrakcijama i gradskim zonama.

Provedba aktivnosti uključuje nekoliko koraka*:

- 1. Javni prijevoz prilagođen turistima** – uvođenje beskontaktnog plaćanja bez korištenja aplikacije, beskontaktno plaćanje kreditnim karticama te kroz usluge Apple pay i Google pay.
- 2. Drop-off zone i turističke stanice** – postojeće zone potrebno je unaprijediti s odgovarajućom infrastrukturom (signalizacija, nadstrešnice, informacijske ploče, pravila korištenja), i nužno je uvesti stroži sustav nadzora i sankcioniranja za nepoštivanje propisanih zona.
- 3. Pješačka i biciklistička povezanost** – jačanje i jasno označavanje ruta koje povezuju glavne atrakcije, kvartove i zelene zone. Dodatno širenje i razvoj sustava javnih bicikala prilagođenih upotrebi stanovnika i turista (Bajs) s ciljem dodatnog poticanja održivih oblika kretanja i omogućavanje fleksibilnijeg istraživanja grada.
- 4. Zaštita korisnika taksi i prijevoznih usluga** – Uspostava standarda kvalitete, transparentnog sustava cijena i licenciranja prijevoznika ključna je za osiguranje sigurnog i pouzdanog kretanja posjetitelja. Trenutno je u implementaciji kampanja Grada Zagreba i TZ grada Zagreba koja je u skladu s ovim korakom (postavljene su obavijesne ploče na 12 taksi stajališta, daju se upute korisnicima za sigurno korištenje).

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Javni prijevoz prilagođen turistima	2026. godina
<i>Drop-off</i> zone i turističke stanice	2026. godina
Pješačka i biciklistička povezanost	2027. godina
Zaštita korisnika taksi i prijevoznih usluga	2026. godina

Aktivnost I.3.2.

Poboljšanje korisničkog iskustva Autobusnog kolodvora Zagreb

Aktivnost uključuje modernizaciju Autobusnog kolodvora Zagreb s fokusom na funkcionalnost, uređenje i kvalitetu usluge za putnike. Cilj je osigurati suvremeno korisničko iskustvo koje odgovara standardima europskih destinacija i prije njegovog izmještanja na novu lokaciju.

Provedba aktivnosti predviđa nekoliko ključnih koraka:

- 1. Tehnička infrastruktura i sigurnost*** – unaprjeđenje elektroenergetskog sustava i sustava nadzora potrošnje, modernizacija vatrodjave te podizanje sigurnosnih standarda u skladu s važećim propisima.
- 2. Pristupačnost i inkluzija*** – uvođenje platformi i liftova za osobe u kolicima, uređenje blagajni prilagođenih slijepim, slabovidnim i gluhim osobama te osiguravanje lakšeg pristupa peronima i čekaonicama.
- 3. Digitalna transformacija** – razvoj moderne web stranice i mobilnih rješenja s integriranim sustavima beskontaktnog plaćanja, modernizacija baze podataka i sustava kupovine karata te postavljanje digitalnih ekrana i prikaza informacija na odlazne perone.
- 4. Vizualni i ambijentalni identitet** – obnova fasada, ograda, pločnika i klupa te unapređenje interijera i eksterijera kako bi kolodvor odražavao suvremenu sliku grada.
- 5. Uređenje javnog prostora i zona pristupa** – redefiniranje *drop-off/pick-up* zone uz Držićevu aveniju, uvođenje strožeg režima za taksu vozila i nadzora od strane komunalnih službi, hortikulturno uređenje te revitalizacija terasa i šetnica.

Ovisno o konačnim odlukama vlasnika o budućoj lokaciji novog autobusnog kolodvora ovu je aktivnost potrebno modificirati u nadolazećem razdoblju.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, proračun Autobusnog kolodvora, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb, Autobusni kolodvor Zagreb

Korak	Početak
Tehnička infrastruktura i sigurnost	Započeto
Pristupačnost i inkluzija	Započeto
Digitalna transformacija	2026. godina
Vizualni i ambijentalni identitet	2026. godina
Uređenje javnog prostora i zona pristupa	2026. godina

Aktivnost I.3.3.

Unapređenje sustava parkiranja u funkciji turizma

Aktivnost obuhvaća unapređenje sustava parkiranja kroz jasniju komunikaciju informacija za posjetitelje i razvoj *park&ride* rješenja koja povezuju ulazne točke u grad s javnim prijevozom. Cilj je pojednostaviti korištenje parkirališta, rasteretiti središnje zone i osigurati funkcionalnu podršku održivom kretanju u destinaciji.

Kako bi se to ostvarilo, potrebno je djelovati na nekoliko komplementarnih područja:

- 1. Komunikacija i orijentacija** – uspostava jasnog sustava informiranja posjetitelja o parkiralištima, dostupnosti mjesta i pravilima korištenja. Naglasak treba biti na signalizaciji unutar grada, čime se smanjuje konfuzija i olakšava planiranje dolaska. U ovom kontekstu, Grad Zagreb implementira projekt koji ima za cilj provesti analizu stanja i novelaciju turističke i ostale signalizacije temeljem čega će se utvrditi potreba za obnovom, dopunom ili uklanjanjem dijela putokazne signalizacije na pojedinim lokacijama kako bi se turistima i posjetiteljima grada, pružila zadovoljavajuća razina potrebnih informacija.
- 2. Razvoj *park&ride* zona** – formiranje namjenskih parkirališta na ulaznim točkama u grad, povezanih s tramvajskim i autobusnim linijama. Na taj se način individualnim posjetiteljima omogućuje jednostavno i održivo rješenje za dolazak do centra, uz smanjenje prometnog opterećenja. U tijeku je postupak javne nabave za izradu dokumentacije za modernizaciju dijela postojećih i razvoj novih P&R lokacija povezanih sa javnim prijevozom, sustavom javnih bicikala i željeznicom uz primjenu održivih rješenja i jedinstvenih tarifnih modela

- 3. Integracija s javnim prijevozom** – povezivanje sustava parkiranja s kartama i propusnicama za javni prijevoz, kako bi posjetitelji imali jedinstveno rješenje za kretanje gradom, bez potrebe za višestrukim kupnjama i provjerama. Prema informacijama Grada Zagreba, paralelno s izradom dokumentacije za modernizaciju dijela postojećih i razvoj novih P&R lokacija povezanih sa javnim prijevozom i sustavom javnih bicikala, radit će se na pripremi i implementaciji tarifnih modela za jedinstvenu uslugu parkiranja i korištenja javnog prijevoza.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Komunikacija i orijentacija	2026. godina
Razvoj <i>park&ride</i> zona	2026. – 2029. godina
Integracija s javnim prijevozom	2026. – 2029. godina

Aktivnost I.3.4.

Poboljšanje pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom

Ova aktivnost se temelji na poboljšanju pristupačnosti destinacije kroz prilagodbu javnog prijevoza, urbanih prostora i informacijsko-komunikacijskih kanala osobama s različitim oblicima invaliditeta. Cilj je osigurati jednake uvjete kretanja i korištenja sadržaja za sve posjetitelje te pozicionirati Zagreb kao inkluzivnu i društveno odgovornu destinaciju.

Provedba aktivnosti podrazumijeva nekoliko ključnih područja djelovanja:

- 1. Pristupačnost javnog prijevoza** – potpuna prilagodba svih vozila i svih stajališta osobama smanjene pokretljivosti kroz ugradnju rampi, smanjenje visinskih razlika i uvođenje akustičnih i vizualnih signala za slijepce i slabovidne osobe.
- 2. Uređenje urbanih prostora** – osiguravanje kontinuiteta kretanja kroz rampe, taktilne trake i druge elemente pristupačne infrastrukture u javnim prostorima, kulturnim atrakcijama i smještajnim objektima. Grad Zagreb planira novelaciju i dopunu Projekta poboljšanja uvjeta za kretanje slijepih i slabovidnih osoba na području Donjeg i Gornjeg grada te Medveščaka, kao i dopunu Projekta poboljšanja uvjeta za kretanje slijepih i slabovidnih na području terminala i važnih stajališta javnog prijevoza.
- 3. Pristup informacijama** – prilagodba digitalnih i tiskanih kanala komunikacije (web stranica, mobilnih aplikacija, signalizacije) osobama s različitim oblicima invaliditeta, uključujući upotrebu standarda jednostavnog čitanja i titlova.

Osim navedenog, ključno je provoditi edukacije zaposlenih u turizmu kroz programe koji će primarno osposobiti osoblje za kvalitetnu komunikaciju i rad s osobama s invaliditetom. Provođenje edukacija odgovornost je relevantnih udruženja, a Grad Zagreb u ovom procesu može pružiti podršku.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi, relevantna udruženja i strukovni partneri, poslodavci u turizmu i ugostiteljstvu

Nositelj provedbe

Grad Zagreb za infrastrukturne i informacijske komponente, relevantna udruženja i edukacijski partneri za edukaciju djelatnika, uz podršku Grada Zagreba

Komponenta	Početak
Pristupačnost javnog prijevoza	2027. godina
Uređenje urbanih prostora	2026. – 2029. godina
Pristup informacijama	2027. godina
Edukacija djelatnika	2027. godina

Aktivnost I.4.1.

Revitalizacija i strateško upravljanje ključnim napuštenim prostorima

Revitalizacija i strateško upravljanje ključnim napuštenim prostorima usmjerena je na pretvaranje zapuštenih i neiskorištenih gradskih lokacija u funkcionalne i atraktivne prostore gospodarskom i kulturnom vrijednošću. Cilj aktivnosti je aktivacija i valorizacija tih prostora na društveno odgovoran način kroz razne komercijalne i društveno korisne sadržaje.

Kako bi se taj cilj ostvario, potrebno je provesti nekoliko ključnih koraka:

- 1. Identifikacija i mapiranje lokacija** – sustavno evidentiranje napuštenih i nedovoljno iskorištenih prostora, s naglaskom na one u centralnim zonama koje imaju najveći utjecaj na urbani izgled i turistički doživljaj.
- 2. Procjena potencijala i namjene** – analiza svake lokacije u pogledu najbolje moguće uporabe („best use“) uzimajući u obzir prostorne planove, tržišne potrebe i razvojne prioritete destinacije. Ovim korakom se svakom prostoru daje globalno konkurentna konceptualizacija prostora koja će privući potencijalne investitore i operatere najviše razine iskustva i profesionalnosti.
- 3. Definiranje modela upravljanja i financiranja** – razrada modela koji će osigurati dugoročnu održivost i učinkovitost upravljanja prostorima.
- 4. Razvoj kriterija za revitalizaciju** – određivanje jasnih kriterija koji obuhvaćaju održivost, arhitektonsku kvalitetu, funkcionalnost i doprinos identitetu destinacije.
- 5. Aktivna promocija investicijskih prilika** – priprema i predstavljanje konkretnih projekata potencijalnim investitorima putem sajmova, foruma i investicijskih vodiča.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Identifikacija i mapiranje lokacija	2026. godina
Procjena potencijala i namjene	2027. godina
Definiranje modela upravljanja i financiranja	2027. godina
Razvoj kriterija za revitalizaciju	2028. godina
Aktivna promocija investicijskih prilika	2028. godina

Aktivnost I.4.2.

Razvoj prostornog i poslovnog master plana Zagrebačkog velesajma

Aktivnost obuhvaća izradu strateškog dokumenta koji će definirati prostorni raspored, koncept, infrastrukturna ulaganja i poslovni model upravljanja Zagrebačkog velesajma. Cilj je osigurati da Zagrebački velesajam, koji već ima status strateškog razvojnog projekta, bude obnovljen i unaprijeđen te da se jasno definira njegova daljnja namjena za naredno razdoblje, posebice u kontekstu planiranog kongresnog centra. Time Zagrebački velesajam može u punom kapacitetu povezati kongresne, sajamske, poslovne, kulturne i rekreativne sadržaje te dugoročno doprinosti pozicioniranju Zagreba.

Ostvarenje tog cilja zahtijeva provedbu nekoliko strateških aktivnosti:

- 1. Analiza postojećeg stanja i potencijala** – procjena kvalitete infrastrukture, postojećih funkcija i poslovnog modela, uz identifikaciju prostora za modernizaciju i prenamjenu.
- 2. Izrada prostornog koncepta** – definiranje optimalne namjene prostora, uključujući sajamske, kongresne, poslovne, kulturne i komercijalne sadržaje, te određivanje prostorne organizacije i prioritetnih infrastrukturnih zahvata.
- 3. Razrada poslovnog modela upravljanja** – definiranje modela financiranja, upravljanja i održavanja prostora, uključujući mogućnosti javno-privatnih partnerstava i suradnje s međunarodnim institucijama.
- 4. Promocija investicijskog projekta** – predstavljanje master plana potencijalnim investitorima i partnerima kroz strukturirane komunikacijske kanale i forume.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb, Zagrebački Velesajam d.o.o.

Korak	Početak
Analiza postojećeg stanja i potencijala	2026. godina
Izrada prostornog koncepta	2027. godina
Razrada poslovnog modela upravljanja	2027. godina
Promocija investicijskog projekta	2027. godina

Aktivnost I.4.3.

Promocija investicijskih prilika na domaćem i stranom tržištu investitora

Promocija investicijskih prilika usmjerena je na aktivno predstavljanje strateških projekata i lokacija u Zagrebu potencijalnim ulagačima u zemlji i inozemstvu. Aktivnost obuhvaća sustavno kreiranje i distribuciju investicijskih materijala, podršku dionicima u predstavljanju investicijskih prilika te sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i mrežama. Cilj je pozicionirati Zagreb kao atraktivnu destinaciju za ulaganja u turizam, infrastrukturu i urbani razvoj te privući kapital potreban za realizaciju ključnih projekata.

Za provedbu ovog cilja potrebno je razviti skup komplementarnih aktivnosti:

- Izrada investicijskih kataloga i vodiča** – Priprema strukturiranih materijala koji prikazuju raspoložive lokacije, planirane projekte, uvjete ulaganja i dostupne oblike podrške, uz diferencijaciju prema tipologiji ulaganja (turizam, hoteli, kulturna infrastruktura i dr.).
- Sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i mrežama** – Uključivanje Zagreba u relevantne platforme za promociju investicija radi jačanja vidljivosti i povezivanja s investicijskim institucijama.
- Uspostava investicijskog kontaktnog centra** – Razvoj okvira za “one stop shop” informiranje investitora, uz usmjeravanje prema nadležnim tijelima i procedurama.

Dodatno, kroz suradnju s relevantnim dionicima može se poticati organizacija tematskih investicijskih predstavljanja i poslovnih susreta. Takve aktivnosti provode partnerske institucije i organizatori, dok Grad Zagreb može pružiti podršku u dijelu sadržajne pripreme informacija, povezivanja s prioritetnim projektima te komunikacijske vidljivosti, ovisno o interesu i mogućnostima dionika.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Komponenta	Početak
Izrada investicijskih kataloga i vodiča	2026. godina
Sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i mrežama	2027. godina
Uspostava investicijskog kontaktnog centra	2027. godina

Aktivnost I.5.1. Upravljanje ponudom privatnog smještaja

Aktivnost obuhvaća kontinuirano praćenje i analizu razvoja privatnog smještaja u Zagrebu kako bi se u sljedećem razdoblju, prema potrebi i nakon provedene javne rasprave, moglo pristupiti razmatranju različitih mjera usmjerenih na očuvanje kvalitete života stanovnika, ravnoteže u prostoru te održivog turističkog razvoja. Cilj aktivnosti je pravovremeno prepoznati trendove i, ako se pokaže opravdanim, predlagati uravnotežene i pravedne modele upravljanja ponudom – uvijek u skladu s raspoloživim podacima, procedurama i nadležnostima.

Uspješna provedba aktivnosti uključuje sljedeće korake:

- 1. Sustavno praćenje razvoja privatnog smještaja** – Kontinuirana analiza broja, strukture i prostorne raspodjele privatnog smještaja kako bi se dobio uvid u dinamiku rasta i opterećenja pojedinih zona. Rezultati analiza bit će temelj za odlučivanje o eventualnim potrebnim mjerama u sljedećem razdoblju.
- 2. Procjena potreba i mogućih mjera upravljanja ponudom** – Na temelju podataka i rezultata praćenja, a uz uključivanje javne rasprave i stručnih konzultacija, razmatrat će se potencijalne mjere za održavanje ravnoteže u opterećenim zonama. Među mogućim mjerama, ovisno o potrebama, mogu se razmotriti:
 - privremena ograničenja izdavanja novih dozvola,
 - prilagodba poreznih i parafiskalnih okvira,
 - poticanje razvoja u zonama gdje postoji kapacitet za rast.

Ove mjere razmatrat će se samo ako se pokaže da trendovi rasta utječu na kvalitetu života stanovnika ili prostornu ravnotežu.

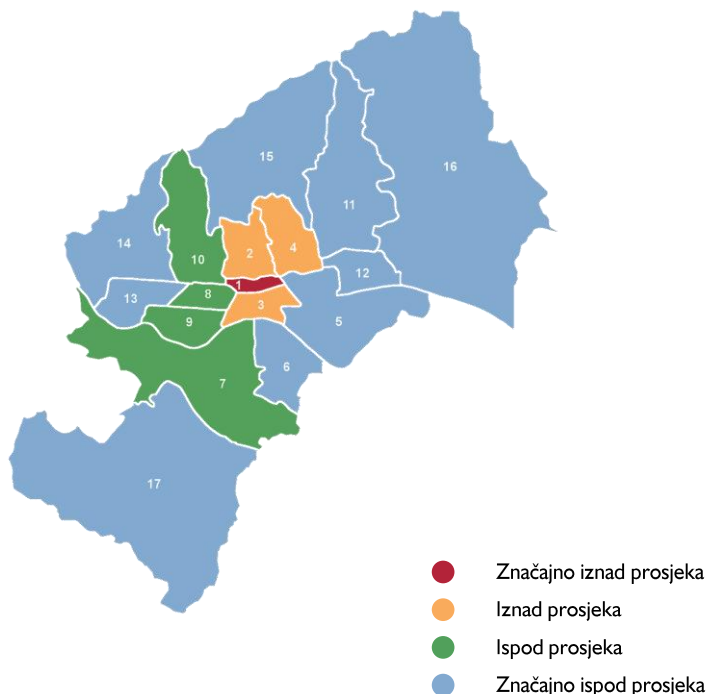
- 3. Praćenje kapaciteta i trendova po zonama** – Jedinstveni sustav za praćenje opterećenja zona omogućit će pravovremeno uočavanje promjena te prilagodbu politika ili mjera tamo gdje je to potrebno. U zonama gdje se utvrdi stabilna situacija, moguće je razmatrati poticajne modele za dodatno unaprjeđenje kvalitete ponude.
- 4. Praćenje nekomercijalnog smještaja** – U suradnji s gradskom i poreznom upravom uspostavlja se baza podataka koja razlikuje privatni smještaj u vlasništvu stanovnika Zagreba od onoga u vlasništvu nerezidenata. Ova razlika je ključna jer vlasnici koji ne žive u Zagrebu često stanove koriste isključivo kao investicijske jedinice. Praćenjem ovog segmenta omogućuje se donošenje mjera koje mogu biti diferencirane (npr. porezna politika povoljnija za rezidente, stroža za nerezidente), čime se dodatno štite interesi lokalnog stanovništva i osigurava pravednije tržište.
- 5. Podizanje kvalitete i edukacija pružatelja usluga** – Razvoj edukacijskih programa i alata za male iznajmljivače usmjeren na unaprjeđenje kvalitete smještajne ponude i profesionalizaciju poslovanja. Programi bi obuhvatili teme digitalnog marketinga, odnosa s gostima, održavanja i standardizacije kvalitete, kao i financijske i administrativne aspekte poslovanja. Cilj edukacija je osigurati da privatni smještaj u Zagrebu bude konkurentan, kvalitetan i usklađen s očekivanjima međunarodnih posjetitelja.

Aktivnost I.5.1.

Upravljanje ponudom privatnog smještaja

#	Zona
1.	Donji grad
3.	Trnje
2.	Gornji grad – Medveščak
9.	Trešnjevka – jug
8.	Trešnjevka – sjever
7.	Novi Zagreb – zapad
13.	Stenjevec
4.	Maksimir
6.	Novi Zagreb – istok
10.	Črnomerec
15.	Podsljeme
16.	Sesvete
5.	Peščenica – Žitnjak
11.	Gornja Dubrava
12.	Donja Dubrava
14.	Podsused – Vrapče
17.	Brezovica

Mapa I. Koncentracija privatnog smještaja prema udjelu u ukupnoj ponudi privatnog smještaja Zagreba, 2024. godina



Izvor financiranja

U sklopu redovnog proračuna i aktivnosti Grada Zagreba

Nositelj provedbe

Grad Zagreb u suradnji s TZ grada Zagreba

Korak	Početak
Sustavno praćenje razvoja privatnog smještaja	2026. godina
Procjena potreba i mogućih mjera upravljanja ponudom	2026. godina
Praćenje kapaciteta i trendova po zonama	2026. godina
Praćenje nekomercijalnog smještaja	2026. godina
Podizanje kvalitete i edukacija pružatelja usluga	2026. godina

Aktivnost I.5.2. Poticanje hotelskih investicija

Aktivnost obuhvaća stvaranje poticajnog okvira za ulaganja u nove hotele te revitalizaciju postojećih objekata, s ciljem postizanja uravnoteženog odnosa između privatnog i hotelskog smještaja, čime se osigurava konkurentnost destinacije u odnosu na druge europske gradove.

Postizanje cilja temelji se na provedbi nekoliko prioriternih koraka:

- 1. Definiranje novih turističkih zona** – određivanje lokacija s najvećim potencijalom za hotelska ulaganja, uključujući centralne zone, područja u blizini prometnih čvorišta te prostorno manje valorizirane dijelove grada.
- 2. Definiranje „best use“ koncepata** – definiranje hotelskih projekata koji za određene lokacije predstavljaju najprikladniji oblik korištenja prostora, uz jasne kriterije tržišne opravdanosti i usklađenosti s urbanističkim planovima.
- 3. Smanjenje fiskalnih i parafiskalnih opterećenja** – analiza i prilagodba poreznih i neporeznih davanja kako bi se osigurali povoljniji uvjeti za razvoj određenih tipologija projekata (npr. *lifestyle* hoteli, *boutique* objekti, održivi i „green“ hoteli).
- 4. Promocija investicijskih potencijala** – aktivna komunikacija prema investitorima putem promotivnih materijala, sajmova i investicijskih foruma, uz jasno definirane prioritete i mogućnosti ulaganja.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Definiranje novih turističkih zona	2026. godina
Definiranje „best use“ koncepata	2027. godina
Smanjenje fiskalnih i parafiskalnih opterećenja	2026. godina
Promocija investicijskih potencijala	2027. godina

Aktivnost I.6.1. Izrada strategije sporta

Izrada strategije sporta usmjerena je na definiranje jasnog i sveobuhvatnog okvira za razvoj sportskih sadržaja i aktivnosti u Zagrebu, oslanjajući se na snažan investicijski ciklus obnove postojećih sportskih objekata koji će kao obnovljeni/novi sadržaji predstavljati bitan resurs destinacije. Aktivnost obuhvaća planiranje infrastrukture, programa i organizacijskih modela koji će sport pozicionirati kao važan dio urbanog života, ali i turističke ponude. Cilj je osigurati da Zagreb razvija sportsku ponudu u skladu s potrebama građana, mogućnostima profesionalnih klubova i potencijalima sportskog turizma.

Ostvarenje cilja zahtijeva provedbu ključnih koraka:

- 1. Analiza postojećih kapaciteta i potreba** – uključuje mapiranje sportske infrastrukture, klubova i organizacija te identificiranje nedostataka i potencijala za daljnji razvoj.
- 2. Definiranje strateških prioriteta** – određivanje glavnih smjerova razvoja, poput ulaganja u masovni sport i rekreaciju, podrške profesionalnim sportskim klubovima ili razvoja sportskog turizma kroz velika natjecanja i manifestacije.
- 3. Uključivanje zajednice i mladih** – osmišljavanje programa koji potiču bavljenje sportom među mladima i građanima općenito, čime se jača društvena kohezija i promiče zdrav način života.
- 4. Razvoj sportskog turizma** – stvaranje programa i događanja koja privlače posjetitelje, od velikih međunarodnih natjecanja do amaterskih rekreativnih događaja koji povezuju sport i turizam.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Analiza postojećih kapaciteta i potreba	2027. godina
Definiranje strateških prioriteta	2027. godina
Uključivanje zajednice i mladih	2028. godina
Razvoj sportskog turizma	2028. godina

Aktivnost I.7.1. Uređenje postojećih pješačkih zona i definicija novih

Ova aktivnost usmjerena je na stvaranje koherentne i atraktivne mreže javnih prostora koja olakšava kretanje posjetitelja i podiže kvalitetu urbanog doživljaja. Cilj aktivnosti je osigurati da pješačke zone u Zagrebu imaju jasnu funkcionalnost, prepoznatljiv vizualni identitet i da djeluju kao integralni dio turističkog iskustva grada.

Kako bi se taj cilj ostvario, potrebno je provesti nekoliko povezanih koraka:

- 1. Definiranje jedinstvenih standarda** – podrazumijeva izradu novih smjernica za javni prostor (urbana oprema, rasvjeta, ozelenjivanje i upravljanje javnim prostorom) i ugostiteljske objekte (vanjski inventar, terase, suncobrani, stolice), kako bi se postigla usklađenost i kvaliteta kroz sve zone. Standardi trebaju uzeti u obzir potrebe stanara, poslovnih subjekata i posjetitelja.
- 2. Usklađivanje postojećih pješačkih zona** – uključuje prostorno i funkcionalno preoblikovanje ulica poput Tesline, Masarykove i Vlačke te vizualno i estetsko unaprjeđenje ulica poput Tkalčičeve i Bogovićeve kroz standardizaciju urbane opreme, sjenila i podnih obloga. Grad Zagreb je pokrenuo postupak pripreme dokumentacije za arhitektonsko - urbanističko uređenje Masarykove i Tesline te dijelova Preradovićeve i Gajeve ulice.
- 3. Planiranje novih pješačkih zona** – odnosi se na strateško definiranje novih koridora, primarno u centru grada (Gornji i Donji grad) koji bi omogućili lakše i sigurnije kretanje. Ovaj korak uključuje analizu potencijalnih lokacija, prometnih tokova i načina integracije novih zona u postojeću mrežu.

- 4. Sustavno upravljanje mrežom pješačkih zona** – predviđa jasne modele održavanja kako bi se osigurala dugoročna kvaliteta i funkcionalnost prostora, uz stalnu suradnju javnog i privatnog sektora.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Definiranje jedinstvenih standarda	2026. godina
Usklađivanje postojećih pješačkih zona	2026. i 2027. godina
Planiranje novih pješačkih zona	2026. i 2027. godina
Sustavno upravljanje mrežom pješačkih zona	2027. godina

Aktivnost I.7.2.

Unapređenje komunalnog uređenja i implementacija *city dressing* programa

Komunalno uređenje i *city dressing* program usmjereni su na podizanje kvalitete javnih prostora kroz uklanjanje vizualnog nereda i uvođenje standardiziranih elemenata koji doprinose uređenosti i atraktivnosti destinacije. Cilj aktivnosti je stvoriti prepoznatljiv, estetski usklađen i ugodan urbani ambijent koji podiže doživljaj posjetitelja i stanovnika te istodobno jača identitet Zagreba.

Za realizaciju cilja potrebno je poduzeti sljedeće ključne korake:

- 1. Kontrola i smanjenje vizualnog onečišćenja** – uklanjanje i sankcioniranje neprimjerenih grafita i reguliranje komercijalnog oglašavanja. To podrazumijeva smanjenje reklamnih površina na prometnicama i svjetlećih reklama na zgradama, uz jasne kriterije za postavljanje.
- 2. Standardizacija urbane opreme i infrastrukture** – uključuje uređenje i osjenčavanje stajališta javnog prijevoza, uvođenje drugih elemenata urbane opreme i osiguravanje konzistentnog vizualnog identiteta kroz sve javne prostore.
- 3. Standardizacija komunikacije radova** – uspostava jedinstvenih pravila i vizualnih elemenata kojima se građani i posjetitelji informiraju o infrastrukturnim i komunalnim radovima u gradu. To uključuje jasne i čitljive oznake na gradilištima, standardizirane poruke te konzistentan grafički dizajn.
- 4. Održavanje** – osigurava kontinuiranu provedbu programa kroz jasno definirane procedure održavanja, nadzora i ažuriranja vizualnih elemenata u javnom prostoru.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Kontrola i smanjenje vizualnog onečišćenja	2026. godina
Standardizacija urbane opreme i infrastrukture	2026. godina
Standardizacija komunikacije radova	2026. godina
Održavanje	2026. godina

Aktivnost I.7.3. Revitalizacija povijesne urbane cjeline grada Zagreba

Revitalizacija povijesne urbane cjeline grada Zagreba usmjerena je na revitalizaciju povijesne jezgre koja je nakon potresa i pandemije ostala djelomično prazna, zapuštena i nedovoljno iskorištena u turističkoj i društvenoj funkciji.

Cilj aktivnosti je vratiti život u ovaj prostor kroz kombinaciju kulturnih, komercijalnih i stambenih sadržaja, čime bi povijesna urbana cjelina ponovno postala atraktivno mjesto boravka za stanovnike i posjetitelje. Za ispunjenje cilja potrebno je poduzeti niz koraka:

- 1. Obnova i estetsko uređenje prostora** – sustavna sanacija i obnova oštećenih zgrada, fasada i javnih površina, uz naglašavanje kulturno-povijesne vrijednosti prostora.
- 2. Razvoj kulturnih i komercijalnih sadržaja** – poticanje otvaranja galerija, malih obrta, tematskih ugostiteljskih objekata i trgovina koje bi obogatile svakodnevni život i privukle posjetitelje tijekom cijele godine.
- 3. Poticanje događanja i manifestacija** – poticanje manjih kulturnih, glazbenih i društvenih događanja koji bi animirali prostor i osigurali njegovu kontinuiranu živost, a ne samo povremene festivalske vrhunce te koji bi bili pristupačni za posjetitelje grada, a ne samo za lokalno stanovništvo.
- 4. Poticanje povratka stanovništva i zajednice** – mjere i poticaji za rezidencijalno korištenje prostora, uz osiguravanje javnih i komunalnih sadržaja koji čine povijesnu urbanu cjelinu ugodnim mjestom za život.
- 5. Ograničenje prometa** – postepeno smanjivanje motoriziranog prometa unutar Gornjeg grada s prioritetom za stanovnike, dostavu i javni prijevoz malih kapaciteta.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb, kulturne ustanove i organizacije

Korak	Početak
Obnova i estetsko uređenje prostora	2026. godina
Razvoj kulturnih i komercijalnih sadržaja	2027. godina
Poticanje događanja i manifestacija	2028. godina
Poticanje povratka stanovništva i zajednice	2027. godina
Ograničenje prometa	2028. godina

Aktivnost I.7.4.

Akcijski plan razvoja noćne ekonomije

Akcijski plan razvoja noćne ekonomije usmjeren je na strukturiranje i unapređenje sadržaja i usluga koji čine noćni život Zagreba. Aktivnost obuhvaća koordinaciju kulturnih, ugostiteljskih i zabavnih programa s ciljem stvaranja atraktivne, sigurne i raznolike noćne ponude. Cilj je osigurati da noćna ekonomija postane dio turističkog i urbanog iskustva, koji istovremeno generira ekonomske koristi, podiže imidž destinacije i ostaje prihvatljiv lokalnoj zajednici. Kako bi se taj cilj ostvario, potrebno je provesti nekoliko ključnih koraka:

- 1. Analiza postojećih kapaciteta i potreba tržišta** – mapiranje postojećih lokacija i sadržaja noćne ponude te identifikacija praznina i prilika u odnosu na potrebe posjetitelja i lokalnog stanovništva.
- 2. Diversifikacija noćnih sadržaja** – poticanje razvoja različitih oblika noćnih programa, od kulturnih i glazbenih događanja do ugostiteljskih i kreativnih prostora, kako bi ponuda bila raznolika i privlačna različitim profilima posjetitelja.
- 3. Regulacija i standardizacija kvalitete** – definiranje pravila i standarda za sigurnost, radno vrijeme, razinu buke i prostorne uvjete, s ciljem postizanja ravnoteže između turističkih interesa i kvalitete života građana.
- 4. Promocija i brendiranje noćne ekonomije** – kreiranje komunikacijskog okvira kojim se zagrebačka noćna scena predstavlja kao dio identiteta grada, uz naglasak na sigurnost, kreativnost i jedinstvenu atmosferu.
- 5. Uspostava odgovornog tijela** – formiranje koordinacijskog tijela ili imenovanje posebnog predstavnika (poput noćnog gradonačelnika) koji bi imao zadatak strateški promišljati, pratiti i upravljati razvojem noćne ekonomije u suradnji s ključnim dionicima (lokalna samouprava, policija, ugostitelji, kulturne institucije i građani).

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Analiza postojećih kapaciteta i potreba tržišta	2027. godina
Diversifikacija noćnih sadržaja	2027. godina
Regulacija i standardizacija kvalitete	2027. godina
Promocija i brendiranje noćne ekonomije	2028. godina
Uspostava odgovornog tijela	2027. godina

Aktivnost I.8.1. Dekarbonizacija turističke mobilnosti

Aktivnost je usmjerena na smanjenje emisija povezanih s dolascima i kretanjem turista kroz poticanje dolazaka vlakom i zrakoplovom kao alternative dolascima osobnim vozilom, elektrifikaciju *shuttle* prijevoza, upravljanje prometom u užem centru te razvoj modela kompenzacije emisija.

Cilj je smanjiti emisijski otisak turističkih kretanja i istodobno unaprijediti kvalitetu javnog prostora, sigurnost i ambijent.

Ostvarenje cilja zahtijeva provedbu ključnih koraka:

- 1. Analiza turističkih tokova i emisijskog profila mobilnosti**, uključujući dominantne načine dolaska i kretanja po gradu te prioritetne točke presjedanja.
- 2. Promocija dolazaka vlakom i zrakoplovom**, uz razvoj jasnih informacija i *last mile* rješenja do smještaja i ključnih atrakcija.
- 3. Elektrifikacija *shuttle* vozila i prateće infrastrukture**, uključujući plan punionica, modele nabave i ugovaranja usluga.
- 4. Upravljanje prometom u centru grada**, kroz mjere ograničavanja prometa, poticanje pješaćenja i bicikliranja te jačanje park and ride rješenja.
- 5. Razvoj modela kompenzacije emisija**, primjerice kroz dobrovoljne programe i partnerske modele za posjetitelje i organizatore putovanja.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi, nacionalni programi, ulaganja prijevoznih operatera, privatni sektor

Nositelj provedbe

Grad Zagreb, prijevozni operateri i pružatelji *shuttle* usluga

Korak	Početak
Analiza turističkih tokova i emisijskog profila mobilnosti	2026. godina
Promocija dolazaka vlakom i zrakoplovom	2027. godina
Elektrifikacija <i>shuttle</i> vozila i infrastrukture	2026. godina
Upravljanje prometom u centru grada	2027. godina
Razvoj modela kompenzacije emisija	2028. godina

Aktivnost I.8.2. Energetska tranzicija smještaja

Aktivnost je usmjerena na smanjenje emisija i potrošnje energije u smještajnim kapacitetima kroz ugradnju solarnih sustava, povećanje energetske učinkovitosti i modernizaciju sustava grijanja, hlađenja i rasvjete. Cilj je postići mjerljive uštede, povećati otpornost na rast troškova energenata i podići standard održivosti destinacije. Provedbu primarno nose pružatelji smještaja, uz potporu Grada Zagreba i relevantnih dionika u dijelu informiranja, pripreme projekata i povezivanja s dostupnim financijskim instrumentima.

Ostvarenje cilja zahtijeva provedbu ključnih koraka:

- 1. Mapiranje i prioritizacija objekata**, prikupljanje osnovnih podataka o potrošnji i energentima, izrada jednostavnih energetske profila, rangiranje prema potencijalu ušteda, brzi paket mjera i preporuka po tipu objekta
- 2. Solarizacija smještaja**, ugradnja fotonapona gdje je tehnički i prostorno izvedivo, smjernice za dimenzioniranje i priključenje, modeli vlastite potrošnje i zajedničkih rješenja, priprema za punionice i druge potrošače
- 3. Energetska obnova i modernizacija sustava**, obnova ovojnice i zamjena stolarije, LED rasvjeta i upravljanje rasvjetom, učinkovitiji sustavi grijanja i hlađenja, primjerice dizalice topline, pametno upravljanje energijom i nadzor potrošnje
- 4. Financiranje i praćenje učinaka**, priprema prijava na pozive i dokumentacije, korištenje potpora i zelenih kredita, definiranje KPI pokazatelja, primjerice kWh po noćenju i procjena emisija, godišnje praćenje ušteda i izvještavanje

Izvor financiranja

Ulaganja pružatelja smještaja, EU fondovi, nacionalni programi, zeleni krediti i instrumenti, programi potpore Grada Zagreba

Nositelj provedbe

Pružatelji smještaja i strukovna udruženja, uz podršku Grada Zagreba, energetske i stručne institucije, ESCO partneri prema potrebi

Korak	Početak
Mapiranje i prioritizacija objekata	2026. godina
Financiranje i priprema projekata	2026. godina
Solarizacija smještajnih kapaciteta	2027. godina
Energetska obnova i praćenje učinaka	2028. godina

Aktivnost I.8.3. Niskougljična događanja

Aktivnost je usmjerena na smanjenje emisija i otpada povezanih s organizacijom događanja, uz podizanje standarda organizacije i vidljiv učinak na ambijent javnih prostora. Naglasak je na provedivim pravilima za organizatore i upravitelje lokacija, smanjenju potrošnje energije i emisija iz logistike, uklanjanju proizvoda koji sadrže plastiku te sustavnom smanjenju i odvajanju otpada. Provedbu nose organizatori i upravitelji prostora, dok Grad Zagreb pruža podršku kroz smjernice, koordinaciju dionika i poticajne modele.

Ostvarenje cilja zahtijeva provedbu ključnih koraka:

- 1. Smjernice i standardi za događanja** - izrada praktičnog vodiča i *check* liste, kriteriji za nabavu i dobavljače, minimalni standardi za energiju, mobilnost i otpad, jednostavan sustav označavanja i komunikacije prema posjetiteljima
- 2. Smanjenje emisija iz energije, mobilnosti i logistike** - planovi dolazaka i kretanja posjetitelja, poticanje javnog prijevoza i pješaćenja, optimizacija dostave i logistike, energetska učinkovitija rasvjeta i oprema, preferiranje lokalne nabave gdje je izvedivo
- 3. Izbacivanje plastike i prelazak na višekratna rješenja** - zabrana ili ograničenje jednokratne plastike, sustav višekratnih čaša i posuđa, rješenja za pitku vodu bez ambalaže, održive alternative za promotivne materijale i signalizaciju
- 4. Upravljanje otpadom i praćenje rezultata** - plan otpada po događanju, postavljanje i označavanje punktova za odvajanje, suradnja s komunalnim službama, mjerenje količina otpada i ključnih pokazatelja, godišnji pregled i preporuke za poboljšanja

Izvor financiranja

Organizatori događanja i sponzori, EU fondovi i natječaji, programi potpore Grada Zagreba, partnerski i koncesijski modeli prema potrebi

Nositelj provedbe

Organizatori događanja i upravitelji prostora, pružatelji usluga i dobavljači, uz podršku Grada Zagreba

Korak	Početak
Smjernice i standardi za niskougljična događanja	2026. godina
Pilot provedba na odabranim događanjima	2026. godina
Izbacivanje plastike i uvođenje višekratnih rješenja	2026. godina
Upravljanje otpadom i praćenje pokazatelja	2028. godina

Aktivnost I.8.4. Sustav praćenja emisija turizma

Aktivnost je usmjerena na uspostavu operativnog sustava za praćenje emisija stakleničkih plinova povezanih s turizmom, kako bi se mjere dekarbonizacije mogle planirati, pratiti i prilagođavati na temelju podataka. Sustav obuhvaća definiranje metodologije i izvora podataka za ključne emisijske izvore u turizmu, mobilnost, smještaj i događanja, te redovitu izradu godišnjih izvještaja. Fokus je na usporedivosti kroz godine i praktičnoj primjeni rezultata u upravljanju destinacijom, uz suradnju relevantnih dionika.

Ostvarenje cilja zahtijeva provedbu ključnih koraka:

- 1. Metodologija i obuhvat sustava** - definiranje granica, izvora emisija i ključnih pokazatelja, usklađenje s relevantnim metodologijama, (npr. GHG Protocol), odabir razine detalja koja je provediva i usporediva
- 2. Model prikupljanja podataka i uloge dionika** - utvrđivanje izvora podataka, formata i učestalosti dostave, dogovor o odgovornostima, minimalni skup podataka za privatni sektor, osiguranje zaštite podataka i kvalitete unosa
- 3. Izračun emisija i godišnji izvještaj** - izrada godišnjeg izvještaja o emisijama turizma i napretku mjera, interpretacija trendova, identificiranje najvećih izvora emisija i prioritarnih intervencija, usporedba kroz godine
- 4. Prikaz pokazatelja i korištenje rezultata** - razvoj jednostavnog *dashboarda* ili pregleda KPI pokazatelja, integracija u planiranje mjera, redovito informiranje dionika i javnosti kroz sažetke, preporuke za sljedeće cikluse

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi, nacionalni programi, doprinosi dionika kroz dostavu podataka i partnerske modele

Nositelj provedbe

Grad Zagreb i relevantni dionici iz turističkog sektora i event industrije, stručne institucije u metodološkoj ulozi

Korak	Početak
Metodologija i obuhvat sustava	2027. godina
Model prikupljanja podataka i uloge dionika	2027. godina
Prvi godišnji izvještaj o emisijama turizma	2028. godina
Prikaz KPI pokazatelja i redovno praćenje	2029. godina

2. Razvoj turističkog proizvoda i konkurentnosti destinacije

2.1. Kultura

Mjera se fokusira na razvoj kulturnog turizma kroz strateško planiranje i jače uključivanje kulturnih sadržaja u ponudu Zagreba, čime se osnažuje pozicioniranje grada kao atraktivne kulturne destinacije.

2.2. MICE

Mjera je usmjerena na jačanje kongresne ponude Zagreba kroz razvoj strateške infrastrukture, s ciljem podizanja kvalitete i konkurentnosti Zagreba na tržištu MICE-a.

2.3. Gastro

Mjera se fokusira na jačanje zagrebačkog gastro identiteta kroz evaluaciju ponude, razvoj novih koncepata i valorizaciju tradicijskih namirnica, s ciljem stvaranja autentične i konkurentne gastronomske ponude.

2.4. Aktivni odmor

Mjera je usmjerena na razvoj ponude koja potiče boravak na otvorenom i aktivan način života. Fokus je na boljem povezivanju gradskih četvrti, zelenih zona i prirodnog okruženja kroz šetnice i rekreacijske rute, čime se postojeći resursi pretvaraju u atraktivne proizvode.

2.5. Zdravstveni

Mjera se odnosi na istraživanje i razvoj potencijala zdravstvenog turizma u Zagrebu, s naglaskom na korištenje geotermalnih izvora i jačanje *wellness* i zdravstvene ponude destinacije.

2.6. Suradnja s privatnim sektorom

Mjera potiče jače uključivanje privatnog sektora u razvoj turističke ponude Zagreba kroz sustav poticaja koji podržava ulaganja i inovacije u turizmu te razvoj specifičnih znanja, kompetencija i vještina zaposlenika.

Aktivnost 2.1.1.

Jačanje kulturnog identiteta destinacije

Ova aktivnost usmjerena je na jačanje uloge kulture kao jednog od ključnih identitetskih elemenata Zagreba. U razdoblju intenzivne obnove kulturne infrastrukture otvara se mogućnost za ponovno oblikovanje kulturnog života grada i stvaranje novih kulturnih iskoraka. Aktivnost ima za cilj unaprijediti uvjete u kojima će se kulturni sadržaji nakon obnove moći kvalitetno razvijati, biti vidljiviji i bolje povezani s urbanim životom, čime kultura postaje važan komponentni element identiteta i atraktivnosti Zagreba.

Aktivnost obuhvaća sljedeće razvojne korake:

- 1. Poticanje ponovnog oživljavanja kulturnih prostora** – Raditi na stvaranju uvjeta u kojima će obnovljene institucije i kulturni prostori moći ponovno zaživjeti punim intenzitetom te zauzeti važnu ulogu u svakodnevnom životu grada. Naglasak je na podršci povratku kulturnih sadržaja i programskih aktivnosti.
- 2. Jačanje prisutnosti kulture u javnim i urbanim prostorima** – Kroz suradnju različitih gradskih i kulturnih dionika poticati integraciju kulturnih sadržaja u gradske prostore kako bi kultura bila vidljivija, dostupnija i prirodnije povezana s urbanim identitetom Zagreba.
- 3. Podrška novim modelima rada kulturnih institucija nakon obnove** – Stvarati preduvjete za razvoj novih organizacijskih, programskih i interpretacijskih modela koji će se pojavljivati kako institucije budu dovršavale obnovu. Cilj je osnažiti fleksibilnost kulturnog sektora i omogućiti mu da se prilagodi potrebama grada i publike.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba uz partnerstvo TZ grada Zagreba

Nositelj provedbe

Grad Zagreb, TZ grada Zagreba, kulturne ustanove i organizacije

Korak	Početak
Poticanje ponovnog oživljavanja kulturnih prostora	2027. godina
Jačanje prisutnosti kulture u javnim i urbanim prostorima	2027. godina
Podrška novim modelima rada kulturnih institucija nakon obnove	2027. godina

Aktivnost 2.2.1. Razvoj kongresnog centra

Aktivnost podrazumijeva razvoj novog kongresnog centra na površini pod upravljanjem Zagrebačkog Velesajma kao strateške infrastrukture koja će omogućiti privlačenje velikih međunarodnih skupova i događanja. Cilj je pozicionirati Zagreb među vodeće europske destinacije u segmentu MICE-a i stvoriti uvjete za organizaciju događanja nove generacije koja nadilaze kapacitete postojećih prostora. Prema prijedlogu projekta, kongresni centar predviđa korisnu površinu od oko 11.700 m², glavnu dvoranu kapaciteta oko 2.500 sjedećih mjesta, šest manjih i dvije veće dvorane, te podzemnu garažu za približno 600 vozila. Posebno se ističe energetska učinkovitost projekta te potencijal za kompenzaciju emisija CO₂.

Provedba aktivnosti temelji se na nekoliko ključnih koraka:

- Izrada studije najbolje namjene** – utvrđivanje kapaciteta, broja i tipologije dvorana, dodatnih sadržaja i tehničkih zahtjeva u skladu s međunarodnim standardima
- Provođenje urbanističko-arhitektonskog natječaja** za razvoj lokacije kongresnog centra, odabir najboljeg urbanističkog rješenja te odabir projektanta za kongresni centar
- Donošenje **urbanističkog plana uređenja** lokacije kongresnog centra
- Projektiranje i izgradnja** – izrada idejnog i glavnog projekta, izbor izvođača i realizacija objekta u skladu s definiranim rokovima.
- Operativni i promotivni model** – definiranje upravljačke strukture, planova privlačenja međunarodnih događanja i pozicioniranja na globalnom MICE tržištu.

Izvor: Horwath HTL, 2026.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, Zagrebački Velesajam d.o.o., EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb, Zagrebački Velesajam d.o.o.

Korak	Početak
Izrada studije najbolje namjene	Finalizirano
Provođenje urbanističko-arhitektonskog natječaja	2026. godina
Donošenje UPU-a za lokaciju	2027. godina
Projektiranje i izgradnja	2028. godina
Operativni i promotivni model	2029. godina

Aktivnost 2.3.1.

Razvoj gastro identiteta i urbanih gastro prostora

Aktivnost obuhvaća razvoj zagrebačke gastronomske ponude kroz identifikaciju elemenata gastro identiteta grada, njihovo oblikovanje u prepoznatljive simbole te stvaranje inovativnih urbanih gastro prostora koji omogućuju vidljivost i dostupnost takvih sadržaja široj publici.

Cilj je povezati autentične lokalne namirnice, proizvode, tradiciju i suvremene gastronomske formate te aktivirati gradske objekte i lokacije kao prostore za nova gastro iskustva. Implementaciju aktivnosti provode udruženja ugostitelja i obrtnika u suradnji s nadležnom podružnicom Zagrebačkog holdinga, uz podršku Grada Zagreba u dijelu koordinacije, omogućavanja preduvjeta i povezivanja s relevantnim gradskim politikama i lokacijama.

Provedba aktivnosti može se razvijati kroz sljedeće komponente:

- 1. Analiza postojeće ponude i identitetskih elemenata** – Sustavan pregled lokalnih namirnica, jela, proizvoda, tradicijskih koncepata i suvremenih trendova s potencijalom za razvoj zagrebačkog gastro identiteta, uključujući identifikaciju lokacija pogodnih za nove urbane gastro formate.
- 2. Definiranje prioriternih elemenata gastro identiteta** – Odabir proizvoda, jela i iskustava s najvećim potencijalom za prepoznatljive gastro simbole grada, uključujući koncepte prilagodljive urbanom kontekstu (*food market*, *craft zona*, tematske ponude).

- 3. Razvoj simbola, brendova i interpretacijskih modela** – Oblikovanje jedinstvenih gastro priča i vizualnih elemenata te definiranje modela interpretacije i predstavljanja kroz komunikacijske kanale i događanja u organizaciji dionika.
- 4. Aktivacija urbanih gastro prostora** - Razrada i aktivacija odabranih gradskih prostora, primjerice tržnica, hala, dvorišta i drugih lokacija, u funkciji dinamičnih i inkluzivnih gastro zona, uz operativnu ulogu nadležnih upravitelja prostora.
- 5. Pilot projekti i testiranje modela** – Pokretanje manjih inicijativa na odabranim lokacijama radi testiranja tržišta, prikupljanja podataka i optimizacije koncepta prije mogućeg širenja.
- 6. Promocija i širenje uspješnih koncepata** – Brendiranje i komunikacija razvijenih gastro prostora i identitetskih elemenata te poticanje širenja modela na lokacije s odgovarajućim interesom, kapacitetom i tržišnim potencijalom.

Aktivnost 2.3.1.

Razvoj gastro identiteta i urbanih gastro prostora

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, sredstva i doprinosi dionika, EU fondovi i drugi izvori, ovisno o pojedinačnim projektima

Nositelj provedbe

Udruženja ugostitelja i obrtnika, nadležna podružnica Zagrebačkog holdinga, uz podršku Grada Zagreba

Komponenta	Početak
Analiza postojeće ponude i identitetskih elemenata	2027. godina
Definiranje prioritetnih elemenata gastro identiteta	2027. godina
Razvoj simbola, brendova i interpretacijskih modela	2027. godina
Aktivacija urbanih gastro prostora	2028. godina
Pilot-projekti i testiranje modela	2027. godina
Promocija i širenje uspješnih koncepata	2028. godina

Aktivnost 2.4.1.

Razvoj integrirane mreže zelenih i rekreacijskih koridora

Aktivnost podrazumijeva oblikovanje Zagreba kao destinacije aktivnog turizma kroz uspostavu integrirane mreže ruta za pješčenje, trčanje, biciklizam i rolanje koje povezuje gradske četvrti, zelene zone i prirodno okruženje. Cilj je pretvoriti postojeće resurse u atraktivan turistički proizvod koji spaja zdravi način života, otkrivanje grada i doživljaj prirode.

Razvoj mreže obuhvaća više razina djelovanja:

- 1. Povezivanje urbanih i zelenih cjelina** – Projektiranje ruta koje spajaju gradske četvrti s parkovima, šumama i rekreacijskim zonama, čime se omogućuje jednostavno kretanje stanovnika i posjetitelja između središta grada i prirodnog okruženja.
- 2. Različite razine intenziteta i tematski sadržaji** – Kreiranje ruta koje nude širok spektar iskustava – od laganih šetnji kroz kvartove do zahtjevnijih biciklističkih i planinarskih dionica, s naglaskom na kulturne i povijesne punktove te svakodnevni život grada.

Razvojem atraktivnog zelenog koridora Zagreb bi oblikovao ponudu koja povezuje svakodnevni život grada s njegovim prirodnim okruženjem i izgradio prepoznatljiv urban *active outdoor* identitet destinacije.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, EU fondovi

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Povezivanje urbanih i zelenih cjelina	2027. godina
Različite razine intenziteta i tematski sadržaji	2027. godina

Aktivnost 2.5.1.

Izrada studije predizvodljivosti zagrebačkih termi

Aktivnost podrazumijeva izradu sveobuhvatne studije predizvodljivosti koja će procijeniti potencijale zagrebačkih geotermalnih izvora i mogućnosti razvoja termi kao baze za unapređenje zdravstvenog turizma u Zagrebu. Cilj je utvrditi izvodivost projekta s aspekta tržišne potražnje, prostorno-planske usklađenosti, tehničkih rješenja i financijske održivosti, kako bi se osigurala čvrsta podloga za daljnje odluke o ulaganju i razvoju. Studija će poslužiti kao strateški dokument za donošenje odluke o pokretanju projekta termi i definiranju modela realizacije.

Provedba aktivnosti temelji se na nekoliko ključnih koraka:

- 1. Analiza geotermalnih potencijala** – istraživanje postojećih podataka i procjena mogućnosti korištenja geotermalne energije u svrhu razvoja termi.
- 2. Istraživanje tržišta i potražnje** – analiza turističkih trendova, potreba posjetitelja i potencijala privlačenja novih segmenata (rekreativni, *wellness* i zdravstveni turizam).
- 3. Prostorno-planska i infrastrukturna analiza** – usklađivanje mogućih lokacija s urbanističkim planovima, prometnom dostupnošću i komunalnom infrastrukturom.
- 4. Izrada konceptualnog i financijskog modela** – definiranje funkcionalnih sadržaja (*wellness*, bazeni, smještaj, prateće usluge) uz procjenu troškova, prihoda i potencijalnih izvora financiranja, uključujući mogućnost javno-privatnog partnerstva.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Analiza geotermalnih potencijala	2027. godina
Istraživanje tržišta i potražnje	2027. godina
Prostorno-planska i infrastrukturna analiza	2027. godina
Izrada konceptualnog i financijskog modela	2028. godina

Aktivnost 2.6.1.

Uspostava sustava poticaja i olakšica za privatni sektor u razvoju turističkih proizvoda i inovacija

Aktivnost podrazumijeva uspostavu sustava financijskih instrumenata i administrativnih olakšica koji potiču privatni sektor na ulaganja u razvoj novih turističkih proizvoda i inovativnih koncepata. Cilj je smanjiti rizike i troškove privatnih poduzetnika te osigurati povoljnije okruženje za transformaciju turističke ponude Zagreba.

Javni sektor ima ključnu ulogu u oblikovanju i provedbi ovakvih instrumenata – definira okvir, osigurava transparentnost i usklađenost s razvojnim prioritetima destinacije. Međutim, najveći benefit ostvaruje privatni sektor koji dobiva konkretne poticaje, olakšane procedure i smanjene troškove poslovanja, što mu omogućuje brže i sigurnije investiranje. Sustav bi trebao biti transparentan, kriterijski jasan i usklađen s razvojnim prioritetima destinacije. Uspostavom ovakvog modela stvorilo bi se stabilno okruženje za ulaganja, u kojem privatni sektor može planirati i razvijati nove projekte uz manji rizik. Sustav poticaja i olakšica djelovao bi kao instrument destinacijskog upravljanja kojim se inovacije usmjeravaju prema prioritetima razvoja Zagreba, čime se osigurava stalna nadogradnja i prilagodba turističke ponude.

Predloženi sustav obuhvatio bi:

- 1. Razvoj financijske podrške** – razvoj subvencija i sufinanciranja projekata usmjerenih na razvoj inovativnih turističkih koncepata i sadržaja koji obogaćuju ponudu Zagreba tijekom cijele godine, s posebnim naglaskom na razdoblja izvan ljetnih mjeseci.
- 2. Kreiranje povoljnijeg administrativnog okvira** - uvođenje jednostavnijih i bržih postupaka za dobivanje dozvola te omogućavanje povlaštenih uvjeta korištenja javnih prostora za testiranje novih turističkih proizvoda i usluga.

Izvor financiranja

Proračun Grada Zagreba, Ministarstvo turizma i sporta RH, HBOR

Nositelj provedbe

Grad Zagreb

Korak	Početak
Razvoj financijske podrške	2026. godina
Kreiranje povoljnijeg administrativnog okvira	2026. godina

Aktivnost 2.6.2.

Provođenje sustavne edukacije osoblja za rad s osobama s invaliditetom i razvijanje standarda pristupačnosti

Ova aktivnost uključuje provođenje sustavne edukacije osoblja za rad s osobama s invaliditetom te razvijanje standarda pristupačnosti na razini destinacije. Cilj je jačanje kompetencija turističkih djelatnika, osiguravanje kvalitetnog korisničkog iskustva za sve posjetitelje i pozicioniranje Zagreba kao društveno odgovorne i inkluzivne destinacije. Sustavnim uvođenjem edukacije i standardizacije kod pružatelja usluga jačaju se kompetencije turističkih djelatnika i podiže razina pristupačnosti u destinaciji.

Provedba aktivnosti može obuhvatiti sljedeće komponente:

- 1. Uspostava standarda pristupačnosti** – Definiranje i usvajanje mjerljivih standarda primjenjivih na smještajne kapacitete, ugostiteljske objekte, atrakcije i ključne kontaktne točke u destinaciji, kroz suradnju HGK, strukovnih dionika i udruga osoba s invaliditetom, uz podršku Grada Zagreba u dijelu usmjeravanja i promocije.
- 2. Razvoj programa edukacije** – Oblikovanje specijaliziranih treninga za turističko i ugostiteljsko osoblje, u suradnji s udrugama osoba s invaliditetom i stručnim institucijama, usmjerenih na komunikacijske vještine, razumijevanje specifičnih potreba i prilagodbu usluga.
- 3. Pilot implementacija i certificiranje** – Testiranje standarda u odabranim objektima i uvođenje modela certificiranja za subjekte koji ispunjavaju kriterije pristupačnosti, uz provedbu od strane sudionika iz privatnog sektora i podršku HGK.
- 4. Praćenje i evaluacija** – Uspostava mehanizama praćenja provedbe standarda i evaluacije učinaka edukacije i poboljšanja pristupačnosti, uz koordinaciju relevantnih dionika i izvještavanje prema dogovorenom okviru.

Izvor financiranja

Sredstva pružatelja usluga, HGK, EU fondovi i natječaji nadležnih institucija, uz mogućnost potpore Grada Zagreba kroz programe i javne pozive

Nositelj provedbe

Individualni pružatelji usluga (hoteli, ugostitelji i drugi smještajni subjekti), HGK, uz potencijalnu podršku Grada Zagreba

Komponenta	Početak
Uspostava standarda pristupačnosti	2026. godina
Razvoj programa edukacije	2026. godina
Pilot implementacija i certificiranje	2026. godina
Praćenje i evaluacija	2027. godina

3. Destinacijski marketing



S obzirom da TZ grada Zagreba ima važeći dokument “Strateško operativni marketinški plan turizma 2024.–2028. Turističke zajednice grada Zagreba” koji definira operativne aktivnosti do 2028. godine, u predmetnom dokumentu Plana upravljanja destinacijom naglasak je na definiranju dodatne aktivnosti koja nije dio postojećeg dokumenta, a ima značajan utjecaj na pozicioniranje i konkurentnost destinacije.

3.1. Jačanje konkurentnosti kroz strateški marketing

Mjera predviđa jačanje pozicioniranja destinacije na međunarodnom turističkom tržištu kroz definiciju i provedbu marketinške kampanje za promociju *city break* turizma.

Aktivnost 3.1.1.

Razvoj marketinške kampanje za promociju *city break* turizma

Aktivnost obuhvaća razvoj marketinške kampanje usmjerene na jačanje pozicije Zagreba kao atraktivne *city break* destinacije tijekom cijele godine. Cilj je stvoriti jasnu i prepoznatljivu komunikacijsku poruku koja ističe posebnosti Zagreba, potiče kratka putovanja te usklađuje promociju s potrebama ključnih emitivnih tržišta. Kampanja će objediniti digitalne, vizualne i iskustvene elemente te koristiti suvremene marketinške alate kako bi se postigla veća vidljivost i privlačnost grada.

Provedba aktivnosti temelji se na sljedećim koracima:

- 1. Definiranje ciljnih tržišta i profila putnika** – Analiza glavnih emitivnih tržišta, putničkih navika i motivacija *city break* gostiju radi usmjeravanja poruka i kanala komunikacije. Poseban fokus na tržišta u dohvatu kraćih letova ili kraćih automobilskih putovanja.
- 2. Oblikovanje jasnog komunikacijskog koncepta** – Razvoj glavne ideje kampanje, ključnih poruka i vizualnog identiteta koje naglašavaju autentične prednosti Zagreba — kulturu, atmosferu grada, gastronomiju, događanja, kvartovska iskustva i urbani život.
- 3. Produkcija promotivnih materijala** – Izrada digitalnih vizuala, video formata, fotografija, *storytelling* sadržaja, kratkih formata za društvene mreže, kao i kreiranje posebnih *city break* itinerera koji se mogu koristiti u promociji.
- 4. Multikanalna implementacija kampanje** – Planiranje i provedba kampanje kroz digitalne kanale, *outdoor* oglašavanje na ciljanim tržištima, PR aktivnosti, suradnje s medijima i *influencerima*, te kampanje u suradnji s avioprijevoznicima i OTA platformama.

Izvor financiranja

TZ grada Zagreba

Nositelj provedbe

TZ grada Zagreba

Korak	Početak
Definiranje ciljnih tržišta i profila putnika	2026. godina
Oblikovanje jasnog komunikacijskog koncepta	2026. godina
Produkcija promotivnih materijala	2026. godina
Multikanalna implementacija kampanje	2027. godina

9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja



9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Grad Zagreb



Smjernice i preporuke za Grad Zagreb

Općenito

Grad Zagreb, kao jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, ima ključnu ulogu u provedbi Plana upravljanja destinacijom. Njegova odgovornost ogleda se u strateškom planiranju, regulativi i koordinaciji različitih dionika. Grad stvara institucionalni i infrastrukturni okvir koji omogućuje da mjere i aktivnosti definirane Planom budu provedene učinkovito i u skladu s načelima održivog razvoja.

Grad Zagreb treba usklađivati prostorne, prometne i razvojne politike s turističkim potrebama, osiguravati ulaganja u javnu i turističku infrastrukturu te voditi računa o ravnoteži između interesa posjetitelja i kvalitete života građana. Posebnu pažnju Grad mora posvetiti regulaciji razvoja privatnog smještaja, kako bi se spriječili pritisci na prostor, infrastrukturu i zajednicu.

Grad također ima zadaću poticati partnerstvo između turističke zajednice, privatnog sektora i lokalne zajednice te kroz regulativne i administrativne mjere omogućiti nesmetanu provedbu projekata koji proizlaze iz Plana.

Ključne smjernice za Grad Zagreb:

- Uskladiti prostorne, prometne i razvojne planove s mjerama i aktivnostima Plana upravljanja destinacijom
- Aktivno surađivati s nacionalnim i međunarodnim partnerima na razvoju i diversifikaciji avio mreže
- Aktivno poticati investicije u turizam kroz prilagodbu regulative, smanjenje administrativnih prepreka i promociju investicijskih prilika
- Upravljati daljnjim razvojem privatnog smještaja kroz uvođenje različitih mjera kontrole i nadzora
- Sustavno ulagati u javnu i turističku infrastrukturu (mobilnost, javni prostori, komunalna oprema)
- Osigurati očuvanje i održivo korištenje kulturne i prirodne baštine
- Postaviti zelene površine kao strateški resurs destinacije i upravljati njima dugoročno, u ravnoteži između potreba građana i turista
- Strateški revitalizirati neiskorištene prostore za razvoj društvenih, komercijalnih i turističkih sadržaja
- Koordinirati i administrativno podržavati provedbu mjera kroz suradnju s TZ-om i ostalim dionicima
- Sustavno jačati institucionalne i stručne kapacitete za upravljanje turizmom
- Ispitati mogućnost otvaranja Centra za kompetencije u turizmu u Zagrebu
- Aktivno uključivati građane i lokalnu zajednicu u proces planiranja i praćenja učinaka turizma

Smjernice i preporuke za Grad Zagreb

Klimatski aspekt

Grad Zagreb, kao jedan od gradova nositelja Oznake misije Europske unije (EU Mission Label) za klimatski neutralan i pametan grad, ima ključnu ulogu u integraciji klimatske neutralnosti i niskougličnog razvoja u upravljanje turizmom.

U tom kontekstu, turizam se treba promatrati kao sastavni dio urbane klimatske tranzicije, a ne isključivo kao gospodarska djelatnost.

Grad treba osigurati da razvoj turizma dugoročno doprinosi kvaliteti života građana, smanjenju emisija i otpornosti grada na klimatske izazove.

Ključne smjernice za Grad Zagreb:

- Integrirati ciljeve klimatske neutralnosti u sve relevantne odluke vezane uz razvoj turističke infrastrukture i prostora
- Poticati energetske učinkovitost i korištenje obnovljivih izvora energije u smještajnom i ugostiteljskom sektoru
- Unapređivati održivu mobilnost posjetitelja, osobito kroz razvoj pješačkih zona, jačanje javnog prijevoza i intermodalnih rješenja
- Uspostaviti sustav praćenja emisija i okolišnih učinaka turizma kao dio sustava upravljanja destinacijom.
- Usklađivati razvoj turizma s prostornim planovima i klimatskim dokumentima Grada, uz očuvanje zelenih površina i osjetljivih prostora



9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Grad Zagreb

9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Zagreba

Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Zagreba

Općenito

Turistička zajednica grada Zagreba, isto kao i Grad, ima centralnu ulogu u koordinaciji provedbe Plana upravljanja destinacijom. Kao ključni akter destinacijskog menadžmenta, turistička zajednica osigurava da se mjere i aktivnosti provode na usklađen i učinkovit način. Ona povezuje Grad Zagreb, privatni sektor i druge partnere, a kroz strateško upravljanje destinacijom, promociju i komunikaciju oblikuje percepciju Zagreba kao turističke destinacije.

Turistička zajednica je odgovorna za praćenje tržišnih trendova, razvoj i promociju turističkih proizvoda te za provedbu mjera usmjerenih na unapređenje turističkog iskustva. Njena zadaća nije samo promocija, već i osiguravanje ravnoteže između privlačenja novih posjetitelja i očuvanja kvalitete života lokalne zajednice. Turistička zajednica treba preuzeti ulogu „čuvara kvalitete“ destinacije, kroz praćenje učinaka turizma i suradnju sa svim dionicima u implementaciji održivih rješenja.

Ključne smjernice za Turističku zajednicu grada Zagreba:

- Koordinirati provedbu Plana upravljanja destinacijom među svim uključenim dionicima u suradnji s Gradom Zagrebom
- Osigurati transparentnu komunikaciju s Gradom Zagrebom, privatnim sektorom i građanima
- Preuzeti aktivnu ulogu u upravljanju destinacijom, kroz koordinaciju i iniciranje zajedničkih aktivnosti s dionicima
- Sustavno prikupljati i analizirati podatke o posjetiteljima te ih koristiti za strateške odluke
- Podupirati održivost destinacije kroz inicijative za kontrolu rasta privatnog smještaja
- Pratiti turističke trendove i usmjeravati razvoj novih turističkih proizvoda i tržišnih niša
- Aktivno surađivati s nacionalnim i međunarodnim partnerima na razvoju i diversifikaciji avio mreže
- Sustavno jačati interne kapacitete kroz razvoj stručnih timova, alata i znanja
- Razviti i dosljedno upravljati brendom Zagreba kao turističke destinacije
- Aktivno istraživati i razvijati nove tržišne segmente kako bi se diversificirala potražnja
- Razvijati i provoditi integrirane komunikacijske i promotivne kampanje
- Organizirati edukacije i radionice za destinacijske dionike radi jačanja kapaciteta i kvalitete usluge



9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Grad Zagreb

9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Zagreba

9.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Općenito

Ostali destinacijski dionici, uključujući gradska poduzeća, javne ustanove, kulturne i sportske institucije, privatni sektor (ugostiteljstvo, hotelijerstvo, organizatore događanja), udruge i lokalne proizvođače, imaju važnu ulogu u stvaranju raznolike i kvalitetne turističke ponude Zagreba. Njihova aktivna uključenost osigurava bogatstvo sadržaja i iskustava koji čine grad privlačnim i konkurentnim na tržištu.

Od tih se dionika očekuje da djeluju partnerski, u koordinaciji s turističkom zajednicom i Gradom Zagrebom, te da preuzmu odgovornost za aktivnosti koje su im povjerene. Poseban naglasak treba staviti na inovacije i kvalitetu usluga, kako bi se dugoročno očuvala konkurentnost destinacije. Transparentna komunikacija i pravovremeno izvještavanje o napretku i izazovima ključni su elementi uspješne suradnje.

Ključne smjernice za ostale destinacijske dionike:

- Aktivno sudjelovati u provedbi mjera i aktivnosti prema definiranim odgovornostima
- Razvijati inovativne proizvode, sadržaje i usluge koji obogaćuju turističku ponudu Zagreba
- Transparentno surađivati s TZ grada Zagreba i Gradom Zagrebom u planiranju i izvještavanju
- Graditi partnerske odnose s drugim dionicima, uključujući lokalnu zajednicu
- Imenovati osobu zaduženu za razvoj turizma i koordinaciju s drugim dionicima, uz redovite sastanke i forume za usklađivanje prioriteta i praćenje provedbe
- Unapređivati pristupačnost ponude, osobito za osobe s invaliditetom i druge ranjive skupine
- Ulagati u kvalitetu usluge i edukaciju zaposlenika u turizmu

Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Klimatski aspekt

Ostali dionici, uključujući hotelijere, ugostitelje, organizatore događanja, kulturne i sportske institucije, prijevoznike i druge partnere – imaju važnu operativnu ulogu u provedbi načela održivosti i niskougličnog razvoja.

Dugoročna konkurentnost destinacije ovisit će o spremnosti svih dionika da aktivno sudjeluju u tranziciji prema održivijem i klimatski odgovornom modelu razvoja.

Ključne smjernice za ostale destinacijske dionike:

- Ulagati u energetska učinkovitost objekata i smanjenje potrošnje resursa
- Primjenjivati principe kružne ekonomije, osobito u segmentu gospodarenja otpadom i nabave lokalnih proizvoda
- Poticati održivu mobilnost gostiju kroz informiranje i prilagodbu usluga
- Razvijati inovativne proizvode i događanja koji imaju manji okolišni otisak

10. Popis projekata



10. Popis projekata

10.1. Popis relevantnih projekata u implementaciji



Popis relevantnih projekata u implementaciji

1) Projekti u fazi realizacije, s očekivanim datumima završetka u 2026., 2027. ili tijekom 2028. godine (1/4)

U ovom poglavlju navedeni su projekti u Zagrebu koji su najavljeni ili u provedbi, a imaju izravan ili posredan utjecaj na razvoj turizma. Riječ je o projektima koji, iako nisu uvijek primarno turistički, doprinose atraktivnosti grada, kvaliteti života građana i jačanju pozicije Zagreba kao destinacije.

Projekti su razvrstani u tri skupine:

- 1) u fazi realizacije, s očekivanim datumima završetka u 2026., 2027. ili tijekom 2028. godine,
- 2) projekti za koje je započela priprema te
- 3) projekti u fazi programiranja budućeg sadržaja

Osim izdvojenih projekata, navedene su i kulturne institucije koje trenutno nisu otvorene za javnost te projekti unaprjeđenja infrastrukture javnog gradskog prijevoza.

Paromlin



Projekt predviđa obnovu i dogradnju zaštićenog kompleksa Paromlin, radi transformacije u multifunkcionalni javni prostor sa suvremenom knjižnicom i društveno-kulturnim centrom.

Projekt je vrijedan 95 milijuna eura i prvi je projekt u Hrvatskoj prepoznat od strane Europske investicijske banke kao „100% klimatski neutralan“.

Projekt na Medvednici



Projekt na Medvednici uključuje izgradnju nove četverosjedežnice umjesto zastarjele trosjedežnice na Crvenom spustu, obnovu i prenamjenu napuštene stanice žičare u informacijsko-edukacijski punkt za posjetitelje i centar za brdske bicikliste, izgradnju 10-kilometarske „flow“ biciklističke staze te niz drugih atrakcija.

Branimirova tržnica



Plan rekonstrukcije tržnice uključuje uređenje prostora od preko 5.000 m² te uvođenje koncepta "Tržnica+", koji uz primarnu prodajnu funkciju uvodi ugostiteljske i *food court* sadržaje, stvarajući prostor otvoren za kvart i posjetitelje grada. Cilj je zadržati zagrebačku tržničku tradiciju uz programsku nadopunu koja aktivira zgradu izvan standardnog radnog vremena, po uzoru na europske primjere u zgradama industrijske baštine. Zgrada se rekonstruira uz očuvanje povijesnog karaktera objekta.

Popis relevantnih projekata u implementaciji

1) Projekti u fazi realizacije, s očekivanim datumima završetka u 2026., 2027. ili tijekom 2028. godine (2/4)

Stadion Kranjčevićeva



Rekonstrukcija nogometnog stadiona Kranjčevićeva obuhvaća funkcionalno i oblikovno poboljšanje građevine te klasifikaciju sportske građevine kao stadiona UEFA 4. kategorije.

Moderna sportska građevina imat će kapacitet 11.163 mjesta, novi gradski trg i parkiralište. Projektom se dobiva arhitektonski vrijedan objekt i vrhunski prostor za sport i druge događaje te se potiče urbanistička obnova četvrti.

Dom sportova



Projekt obuhvaća rekonstrukciju i sanaciju krovne konstrukcije i pokrova dvorana, strojarske i elektroinstalaterske radove, energetska obnovu te redizajn pročelja i unutarnjeg uređenja, s ciljem osiguravanja bolje funkcionalnosti i uporabljivosti građevine.

Bazen Špansko



Projekt obuhvaća izgradnju modernog bazenskog kompleksa u naselju Špansko-Oranice. Investicija od 34 milijuna eura obuhvaća izgradnju bazena s raznim dodatnim sadržajima.

Očekuje se otvaranje bazena tijekom proljeća 2026. godine, a uključivat će i opremanje objekta s ciljem stvaranja multifunkcionalnog prostora za sve dobne skupine.

Kino Europa



Projekt uključuje rekonstrukciju i obnovu zaštićenog kulturnog dobra – Kina Europa, s ciljem prilagodbe za kulturne, društvene i filmske programe. Planirana je primjena energetska učinkovitih rješenja u skladu s principima očuvanja kulturne baštine.

Popis relevantnih projekata u implementaciji

1) Projekti u fazi realizacije, s očekivanim datumima završetka u 2026., 2027. ili tijekom 2028. godine (3/4)

Dom hrvatskih likovnih umjetnika



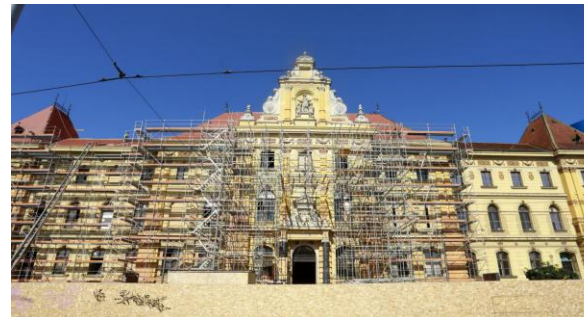
Obnovu objekta u vlasništvu Republike Hrvatske, provodi Hrvatsko društvo likovnih umjetnika. Ukupna vrijednost iznosi 20,6 milijuna eura, financiranih iz Mehanizma za oporavak i otpornost, Fonda solidarnosti EU te državnog proračuna posredstvom Ministarstva kulture i medija RH. Radovi su pokrenuti u siječnju 2025 te još traju. Obuhvaćaju statičko ojačanje i rekonstrukciju kupole, uvođenje klimatizacije i otvaranje međunarodnog umjetničkog rezidencijalnog centra.

Mimara



Ukupna vrijednost obnove Muzeja Mimara, objekta u vlasništvu Republike Hrvatske, iznosi 67,8 milijuna eura. Projekt je financiran posredstvom Ministarstva kulture i medija RH iz Fonda solidarnosti EU, državnog proračuna i NPOO-a. Radovi uključuju protupotresnu i energetska obnovu, povećanje pristupačnosti, konstruktivna ojačanja te obnovu krovništva i pročelja. Građevinski radovi završavaju u travnju, a stalni postav muzeja trebao bi biti otvoren do kraja 2026.

Muzej za umjetnost i obrt



Projektna investicija je planirana u iznosu od 56 milijuna eura te uključuje protupotresnu i energetska obnovu, modernizaciju tehničkih sustava kao i uređenje i opremanje novog stalnog postava, prostora za rad muzeja, galerijskog prostora za povremene izložbe, prostora za restauratorske radionice i čuvanja muzejske građe. Završetak faze radova i opremanja završava u lipnju 2026., nakon čega se nastavlja rad na provedbi ostalih aktivnosti u cilju da se obnovljen i opremljen muzej s novim stalnim postavom otvori krajem 2027.

Umjetnički paviljon



Projektna investicija je planirana u iznosu od 24 milijuna eura te uključuje protupotresnu i energetska obnovu, modernizaciju tehničkih sustava kao i uređenje i opremanje izložbenog prostora, prostor za rad djelatnika i drugih popratnih prostora za posjetitelje. Završetak faze radova i opremanja je u svibnju 2026., nakon čega se nastavlja rad na provedbi ostalih aktivnosti u cilju da se obnovljen i opremljen Umjetnički paviljon, s prvom velikom izložbom otvori krajem 2026.

Popis relevantnih projekata u implementaciji

1) Projekti u fazi realizacije, s očekivanim datumima završetka u 2026., 2027. ili tijekom 2028. godine (4/4)

Obnova groblja Mirogoj



Projektom je obuhvaćena cjelovita konstrukcijska obnova u svrhu sanacije šteta koje su posljedica potresa a u skladu s posebnim uvjetima zaštite kulturnog dobra. Projekt uključuje obnovu Crkva Krista Kralja, Male arkade, Sjeverne arkade, Južne arkade i Kolumbarijski zidovi. Završeni su radovi na južnom aneksu ogradnog i kolumbarijskog zida na groblju Mirogoj, čime je uređena južna granica groblja uz Arkade i osigurano 148 niša za ukupno 740 urni. Istodobno se planira proširenje kapaciteta na groblju Gaj urni u sklopu Krematorija Mirogoj, gdje bi izgradnjom novih grobnih polja trebalo nastati oko 6.000 dodatnih grobnih mjesta.

Izvor: Grad Zagreb, Društvo Arhitekata Zagreb (d-a-z.hr), Horwath HTL, 2026.

Grad mladih Granešina



Kulturno-povijesna cjelina Grada mladih, koja se prostire na 46 hektara šumovitog proplanka u Dubravi, zaštićeni je spomenik kulture i jedinstveni primjer naselja javne namjene u Zagrebu, visoke urbanističke i arhitektonske vrijednosti. Sam kompleks Grada mladih ukupne površine 6.502 m² obuhvaća četrdesetak objekata namijenjenih smještaju djece i mladih, odgojno-obrazovnim programima, sportu, rekreaciji i kulturnim sadržajima. Uključuje zgrade za boravak, učionice, sportsku infrastrukturu, ugostiteljske sadržaje, šumska igrališta, šetnice i pozornicu na otvorenome. Prepoznajući kulturnu vrijednost Grada mladih, njegovu ulogu kao integralnog dijela programa gradskih vrtića i škola, Grad Zagreb je pokrenuo projektiranje obnove Grada mladih. Cilj je cjelovita obnova i ponovno stavljanje u prvobitnu funkciju kao i proširenje ponude i sadržaja na lokaciji.

Popis relevantnih projekata u implementaciji

2) Projekti za koje je započela priprema

Stadion Maksimir



Projekt obnove stadiona Maksimir obuhvaća izgradnju novog natkrivenog stadiona kapaciteta oko 35.000 sjedećih mjesta, u skladu s najvišim UEFA standardima, te pratećih sadržaja poput 3 pomoćna nogometna terena i garaže od 800 mjesta. Poseban naglasak stavljen je na energetska učinkovitost i održivost, a projekt se provodi u partnerstvu Grada Zagreba i Vlade RH s planiranim završetkom 2030. godine.

SRC Svetice



Projekt uključuje izgradnju rukometnog doma (5.000 mjesta), multifunkcionalne dvorane za futsal i košarku (3.000 mjesta) te atletskog stadiona (2.000 mjesta) s vježbalištem na otvorenom. Uz bazenski kompleks i putnički terminal Borongaj, pješački će se povezati SRC Svetice i Park Maksimir. Ovaj suvremeni centar razvija se kao multidisciplinarni prostor s naglaskom na funkcionalnost, pristupačnost i održivost, planiran za dugoročnu upotrebu i razvoj sporta u Zagrebu.

Kongresni centar



Predviđa se razvoj kongresnog centra s hotelom i garažom kao ključne infrastrukture za jačanje MICE ponude Zagreba. Uz kongresni centar, na lokaciji se planira i razvoj infrastrukture za kulturne sadržaje, hotela i poslovnih prostora. Koncept obuhvaća suvremene kongresne dvorane i prateće sadržaje za organizaciju konferencija, sajmova i poslovnih događanja, uz osiguranje javnih kulturnih sadržaja za građane.

Zagrebački velesajam



Predviđa se aktivacija, prenamjena i urbana preobrazba područja Zagrebačkog velesajma radi formiranja središta Novog Zagreba, kao mješovitog područja gospodarskih, društvenih i kulturnih sadržaja. Cilj je redefinirati velesajamsku namjenu i potaknuti nove gospodarske aktivnosti, edukacijske i kulturne programe, poslovne zone, sport i rekreaciju te kvalitetne javne prostore, uz očuvanje zaštićenih elemenata i identiteta prostora.

Popis relevantnih projekata u implementaciji

3) Projekti u fazi programiranja budućeg sadržaja (1/2)

Gredelj



Projekt obuhvaća prenamjenu napuštenog industrijskog prostora bivše tvornice Gredelj u novo gradsko središte mješovite namjene, s javnim, kulturnim, društvenim, poslovnim, stambenim i sadržajima za slobodno vrijeme. Započeti su radovi na uređenju te su uklonjene postojeće ruševne građevine, osim dvije zgrade koje su valorizirane kao građevinski fond visoke spomeničke vrijednosti s posebnim mjerama zaštite te vodotoranj kao simbol TŽV Gredelj.

U sklopu uređenja izveden je i pješački pothodnik koji povezuje navedeni prostor s Trnjanskom cestom. Planirana je integracija s prostorima željezničke infrastrukture te povezivanje Donjega grada s Trnjem i južnim dijelovima grada, uz očuvanje i modernizaciju kulturne baštine.

Izvor: Grad Zagreb, Plan razvoja Grada Zagreba za razdoblje do kraja 2027. godine, Horwath HTL, 2026.

Zagrepčanka



Projekt uključuje modernizaciju i prenamjenu napuštenog kompleksa Gradske klaonice i stočne tržnice u Heinzelovoj ulici u održivi gradski prostor mješovite namjene (poslovne, stambene i javne). Poseban naglasak stavljen je na očuvanje povijesnog identiteta i zelenih površina. Prva faza obuhvaća reviziju konzervatorske podloge, urbanističko-arhitektonski natječaj, izradu plana uređenja i pripremu tehničke dokumentacije.

Sljeme u Sesvetama



Projektom se planira proširenje gradskog središta Sesveta južno od željezničke pruge, kroz prenamjenu napuštenog industrijskog prostora u zonu s javnim, društvenim poslovnim i inovacijskim sadržajima. U tijeku je projektiranje glazbene škole. Obuhvaća i izgradnju prometnog terminala, parkova, sportskih i rekreativnih zona te zelene pješačko-biciklističke poveznice. Prva faza uključuje pripremu i izradu urbanističkog plana uređenja i izradu tehničke dokumentacije za javne sadržaje i prostore.

Popis relevantnih projekata u implementaciji

3) Projekti u fazi programiranja budućeg sadržaja (2/2)

Park Novi Zagreb



Projekt obuhvaća uređenje parka površine oko 70 hektara pretežito neizgrađenog zemljišta u Novom Zagrebu, između stambenih zgrada Mamutica i Super Andrija. Investitor je Grad Zagreb, a projekt je dio urbanističke vizije zacrtane GUP-om iz 1971. godine, kojom je planirana mreža povezanih parkova u Novom Zagrebu. Trenutno je u tijeku izrada studije i programskih smjernica kao podloge za urbanističko-arhitektonski natječaj.

Izvor: Grad Zagreb, Horwath HTL, 2026.

Popis kulturnih institucija koje nisu otvorene za javnost



- Državni arhiv u Zagrebu
- Gliptoteka HAZU
- Hrvatski muzej arhitekture
- Hrvatski povijesni muzej
- Hrvatski školski muzej
- Hrvatski željeznički muzej
- HT Muzej – Muzej komunikacija
- Kabinet grafike HAZU
- Knjižnica HAZU
- Kuća Šenoa
- Muzej bl. Alojzija Stepinca
- Muzej Srpske pravoslavne crkve Mitropolije zagrebačko – ljubljanske Zagreb
- Nacionalni muzej moderne umjetnosti
- Riznica zagrebačke katedrale
- Strossmayerova galerija starih majstora HAZU

Popis relevantnih projekata u implementaciji

Projekti unaprjeđenja javnog gradskog prijevoza

Izgradnja punionice za električne autobuse, AS Podsused

U cilju dostizanja zelenog i održivog javnog gradskog prijevoza, nužno je osigurati potrebnu infrastrukturu za punjenje autobusa na čista goriva. Ovim projektom izgradit će se infrastruktura za punjenje minimalno 62 električna autobusa na lokaciji autobusnog spremišta Podsused. Projekt doprinosi ostvarenju ciljeva održive urbane mobilnosti, ispunjenju nacionalnih i EU strateških ciljeva dekarbonizacije te poticanju energetske tranzicije u javnom prijevozu.

Cilj projekta je unaprijediti kvalitetu, pristupačnost i održivost sustava javnog prijevoza kroz izgradnju infrastrukture za punjenje električnih autobusa na lokaciji AS Podsused.

Modernizacijom sustava javnog prijevoza povećat će se kvaliteta usluge, riješiti ključni problem neadekvatne pristupačnosti, starosti i ekološke učinkovitosti dijela voznog parka, a istovremeno će se smanjiti emisija štetnih plinova.

Obnova i rekonstrukcija tramvajskih pruga

Osnovni cilj je zamjena dotrajalih tračnica i tračničkih sklopova koje su na nekim dionicama stare desetljećima.

- Smanjenje rizika: Minimiziranje mogućnosti iskliznuća tramvaja i kvarova na infrastrukturi.
- Stabilnost sustava: Osiguravanje nesmetanog odvijanja prometa bez nepredviđenih zastoja uzrokovanih puknućem tračnica.

Modernizacijom se omogućuje brži protok vozila, što izravno utječe na točnost voznog reda. Nova podloga i bolja geometrija kolosijeka omogućuju tramvajima da postignu veće brzine na ravnim dionicama gdje je kolosijek u zasebnom tijelu. Smanjenje buke, vibracija i utjecaja lutajućih struja je od presudne važnosti za stanovnike zgrada koje se nalaze neposredno uz tramvajske koridore. Korištenje gumenih uložaka (reciklirana guma i punilo), novog načina zatvaranja tramvajskog kolosijeka koji onemogućuje ulazak vode u kolosijek, smanjuje buku, razinu vibracija i utjecaj lutajućih struja koje se prenose na okolne objekte. Projekt se naslanja na širu strategiju "zelenog" Zagreba.

Rekonstrukcija i modernizacija uspinjače

Projektom će se provesti sveobuhvatna obnova zagrebačke uspinjače u svrhu zaštite i očuvanja uspinjače kao kulturne baštine i turističkog simbola grada Zagreba. Revitalizacijom će se povećati sigurnost, udobnost i dostupnost uspinjače te smanjiti operativni troškovi i troškovi održavanja.

Zagrebačka uspinjača izgrađena je 1890. godine. To je uskotračna uspinjača u gradskom središtu te povezuje Donji i Gornji grad, najstarije je javno prijevozno sredstvo u Zagrebu i prepoznatljiv simbol grada. Od zadnjeg velikog ulaganja u cjelokupni sustav Uspinjače prošlo je 50 godina te su u tom periodu pojedini sustavi dotrajali, stoga je potrebno napraviti njenu cjelovitu revitalizaciju.

10. Popis projekata

10.1. Popis relevantnih projekata u implementaciji

10.2. Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije



Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Uvodne napomene

Metodologija definirana Pravilnikom o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, kojeg je propisalo Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, predviđa da se u okviru procesa izrade predmetnog Plana upravljanja identificiraju projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije. Radi se o strateškim infrastrukturnim zahvatima koji pridonose ostvarenju ciljeva razvoja turizma u destinaciji i imaju prednost pri sufinanciranju iz Fonda za turizam te ostalih namjenskih izvora financiranja, sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23).

Na stranicama u nastavku pružene su osnovne informacije o odabranim projektima, dok se ostale informacije o projektu nalaze u Excel dokumentu Plan upravljanja - Popis projekata, čiji je sadržaj definiran istim Pravilnikom. Navedeni Excel dokument dostavlja se izravno Ministarstvu te čini prilog predmetnog Plana upravljanja.

Niže su navedeni osnovni kriteriji selekcije projekata sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23):

1	2	3	4	5
Doprinos strateškom ili posebnom cilju definiranom aktima strateškog planiranja za razvoj turizma	Značajan i mjerljiv pozitivni financijski učinak na sektor turizma i povezane sektore	Provedba započinje u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom	Minimalno izrađena studijska ili projektna dokumentacija sukladno propisanim zahtjevima	Minimalna vrijednost projekta 1.000.000 EUR

Na popis je uvršteno ukupno 29 projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

I Kongresni centar na Zagrebačkom velesajmu

Kratki opis

Razvoj suvremenog kongresnog centra velikog kapaciteta predstavlja stratešku priliku za jačanje pozicije Grada Zagreba kao konkurentne i prepoznatljive kongresne destinacije u široj regiji. Za navedenu se lokaciju planira razvoj i urbana transformacija nekorištenog prostora te izgradnja suvremenog kongresnog centra s javnim, kulturnim i poslovnim sadržajima. U zoni GP-a Zagrebački velesajam – istok planiraju se sljedeći sadržaji: kongresni centar; sadržaji javne i društvene namjene (kazalište, prostori za kulturne programe i sl.), hotel, poslovni sadržaji (uredi, ugostiteljstvo, trgovina), infrastrukturne građevine, uključivo i garažno-parkirališne površine te javni prostori.

Opis svrhe

Projekt predstavlja integrirani model održivog urbanog razvoja jer istodobno unapređuje okolišne, prometne, društvene i gospodarske aspekte prostora te doprinosi kvaliteti života i konkurentnosti Zagreba.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2030.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100% (od iznosa javne gradske investicije)

Ukupna procijenjena vrijednost

Procijenjena vrijednost javne gradske investicije u kongresni centar iznosi 51.000.000 EUR bez PDV-a

#2 Rekonstrukcija i sanacija Doma sportova

Kratki opis	Rekonstrukcija i sanacija građevine s ciljem poboljšanja i povećanja funkcionalnosti te kvalitete doživljaja za sve korisnike; projekt obuhvaća rekonstrukciju i sanaciju krovne konstrukcije i pokrova dvorana, strojarske i elektroinstalaterske radove, energetska obnovu s preoblikovanjem pročelja te unutarnje uređenje.		
Opis svrhe	Rekonstrukcija i sanacija objekta s ciljem poboljšanja i povećanja funkcionalnosti te kvalitete doživljaja za sve korisnike; smanjenje potrošnje energije i troškova održavanja		
Nositelj	Grad Zagreb	Trajanje	2024. (faza I) – početak 2028.
Imovinsko pravni odnosi	Riješeni	Iznos vlastitog financiranja	100% (faza I)
Ukupna procijenjena vrijednost	Faza I – 30.000.000 EUR bez PDV-a, Faza 2 - u tijeku projektiranja nakon kojeg će se znati procjena vrijednosti		

#3 Stadion Maksimir

Kratki opis

Povijesni stadion uz park trenutačno je infrastrukturno zastario i oštećen potresom. Planira se novi stadion kapaciteta oko 35.000 gledatelja, s tri pomoćna terena od kojih je jedan s tribinom s 1.500 sjedalica te s podzemnom garažom s 800 garažnih parkirnih mjesta.

Opis svrhe

Izgradnja novoga stadiona u Maksimiru jedan je od najopsežnijih i najvažnijih prostornih zahvata u Zagrebu u posljednjih nekoliko desetljeća. Cilj je preoblikovati to simbolički i povijesno snažno mjesto, duboko ukorijenjeno u identitet zagrebačkog i hrvatskog nogometa. Iako je izvorni kompleks stadiona bio konceptualno snažno postavljen, desetljeća parcijalnih dogradnji i djelomičnih obnova znatno su narušila njegov arhitektonski integritet. Cilj je izgraditi suvremeni gradski stadion na kojem će se moći odvijati sportska natjecanja najviše razine, i koji će predstavljati novi urbani orijentir.

Nositelj

Grad Zagreb i Republika Hrvatska

Trajanje

2027. – 2030.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

50%

Ukupna procijenjena vrijednost

205.000.000 EUR bez PDV-a

#4 Školski umjetnički centar Vlačka 87

Kratki opis

Rekonstrukcijom i dogradnjom dvorišne zgrade u sklopu bivše Topničke vojarne, poslije Vojne bolnice u Vlačkoj 87, provest će se zaštita kulturnog dobra i izgradnja Školskog umjetničkog centra kojim će se osigurati jednosmjenska nastava za 70 učenika Škole za klasični balet, 415 učenika Glazbene škole Pavla Markovca i nastava opće-obrazovnih predmeta za umjetničke škole, s izvedbom i opremanjem više plesnih i muzičkih dvorana različitih veličina. Dvorane su predviđene za alternativno korištenje za društvene i kulturne programe škole, te turističke i lokalne zajednice.

Opis svrhe

- Aktivacija postojećih resursa prenamjenom zapuštenog prostora u prostor za potrebe građana Grada Zagreba;
- Rekonstrukcija doprinosi razvoju odgojno-obrazovnog i kulturnog sadržaja u Gradu Zagrebu.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2030.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

32.000.000 EUR s PDV-om

#5 Glazbena škola Zlatka Grgoševića u Sesvetama

Kratki opis

Rekonstrukcijom postojeće zgrade "Kockice" u sklopu kompleksa bivše tvornice "Sljeme" u Sesvetama, za potrebe Glazbene škole Zlatka Grgoševića, osigurati će se jednosmjenska nastava za 600 učenika osnovne i srednje škole, sa izgradnjom dviju izvedbenih muzičkih dvorana i jednodijelne školske sportske dvorane. Dvorane su predviđene za alternativno korištenje za sportske, društvene i kulturne programe škole, te turističke i lokalne zajednice. Uz objekt glazbene škole, urediti će se vanjska sportska igrališta.

Opis svrhe

- Aktivacija postojećih resursa prenamjenom zapuštenog prostora u prostor za potrebe građana Sesveta i cijelog Zagreba;
- Rekonstrukcija doprinosi razvoju obrazovnog i kulturnog sadržaja u Gradskoj četvrti Sesvete i time u Gradu Zagrebu.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

18.000.000 EUR s PDV-om

#6 Sportsko-rekreacijski centar Luka u Sesvetama

Kratki opis

Izgradnja novog centra za održavanje sportskih aktivnosti na otvorenom na površini od 18.670 m². Projektom je predviđena izgradnja atletske staze duljine 300 metara, s četiri trkačke staze u zavojima i šest staza na ravnom dijelu. Unutar obuhvata staze planirana su dva igrališta za rukomet/mali nogomet te dva košarkaška igrališta. Nadalje, predviđena su dva bočališta, stolovi za stolni tenis te vanjsko vježbalište opremljeno spravama za rekreativno vježbanje. U sklopu zahvata planira se i uređenje dječjeg igrališta na južnom dijelu parcele te zona paviljona na sjeveru. Uz potok Vuger osmišljena je zaštitna zelena zona s ciljem očuvanja krajobraznih vrijednosti.

Opis svrhe

Poboljšanje sadržaja za sport i rekreaciju na otvorenom u istočnom dijelu Grada Zagreba.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2027. – 2028.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

Projektantska procjena nije izrađena u trenutku izrade popisa.

#7 Kino Tuškanac

Kratki opis

Cjelovita obnova kina Tuškanac podrazumijeva konstruktivnu sanaciju, obnovu pročelja i krovništva, zamjenu svih instalacija te prilagodbu suvremenim sigurnosnim i energetske standardima. Posebna pažnja posvećuje se očuvanju izvornih arhitektonskih obilježja povijesne građevine, koja je upisana u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Opis svrhe

Cjelovita obnova kulturne baštine i revitalizacija kulturnog mjesta zagrebačke kulture.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2027.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

Radovi 6.000.000 EUR bez PDV-a (procjena); Oprema 1.000.000 EUR bez PDV-a (procjena)

#8 Kulturni centar u Gredelju - Muzički centar "Tesarna"

Kratki opis

U zaštićenom objektu bivše tesarne smjestit će se glazbeni centar, čiji će centralni dio biti koncertni prostor s pratećim ugostiteljskim sadržajem, u kojem će se odvijati večernji koncertni i klupski programi različitih žanrova suvremene urbane autorske glazbe (poput rocka, indie, elektronske i eksperimentalne glazbe te hip-hopa). Prostor će biti prikladan i za dnevno korištenje za razne aktivnosti poput održavanja radionica, skupova, promocija, ostalih kulturnih programa te za boravak posjetitelja. U cilju postizanja maksimalne samoodrživosti, u sklopu prostora smjestit će se i pripadajući ugostiteljski objekt s terasom. Na terasi će biti i prostor za smještaj manje mobilne ljetne pozornice. Centar je usmjeren prije svega mladoj populaciji, a lako je dostupan posjetiteljima bez obzira na jezičnu barijeru.

Opis svrhe

1. Širenje kulturne ponude
2. Revitalizacija, očuvanje i promicanje kulturne baštine
3. Doprinos urbanom razvoju

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

2.400.000,00 EUR s PDV-om

#9 Tehnički muzej, Projekt Teslino novo ruho – muzej znanosti i tehnike za 21. stoljeće

Kratki opis

Projekt „Teslino novo ruho – muzej znanosti i tehnike za 21. stoljeće“ usmjeren je na uređenje Tehničkog muzeja Nikola Tesla te unaprjeđenje prezentacije, pristupačnosti i komunikacije hrvatske graditeljske i znanstveno-tehničke kulturne baštine, a time i na poboljšanje usluge te društvenog i tržišnog pozicioniranja integriranog kulturnog proizvoda Grada Zagreba, kroz infrastrukturnu revitalizaciju muzejske zgrade i oplemenjivanje novim sadržajima. U sklopu projekta će se realizirati novi stalni postav koji će odgovoriti potrebama suvremenosti, prezentirati i promovirati hrvatsku tehničku baštinu i muzejski fondus sukladno suvremenim muzejskim praksama te promicati načela uključenosti i rodne ravnopravnosti, kao i zamijeniti zastarjelu i polufunkcionalnu opremu Planetarija.

Opis svrhe

Projekt usmjeren na održivo korištenje kulturne baštine iz tri aspekta:

1. Zaštita i očuvanje kulturne baštine
2. Povećanje društvene održivosti
3. Povećanje potencijala za ekonomsku održivost kulturne baštine

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

16.300.000,00 EUR s PDV-om

#10 Adaptacija i prenamjena Galerije Gradec (Emilijeve kuće) u kulturno – turistički centar Gradec

Kratki opis

U budućem kulturno-turističkom centru (Visitor centru) Gradec uspostaviti će se multimedijalni centar s informacijskim punktom i to na najznačajnijem dijelu Gornjega grada, najatraktivnijoj ulaznoj putanji u povijesnu jezgru Zagreba, nekoć zvanu Gradec. Riječ je o jugoistočnom uglu Gornjega grada s čijeg se bedemskog platoa pruža najljepši pogled na Kaptol i Katedralu te Donji grad. Tu, u obnovljenoj kući Gradec, koju je projektirao arhitekt Igor Emili i oblikovao njezinu vanjštinu sa slavim umjetnikom Raulom Goldonijem, u prizemnom će dijelu, multimedijalno vrhunski opremljenom, svi posjetitelji i turisti na jednom mjestu moći dobiti sve informacije o svim kulturnim zbivanjima.

Opis svrhe

Predmetni projekt provodi se u svrhu razvoja posjetiteljske infrastrukture, i to kroz rekonstrukciju neadekvatno korištene Galerije Gradec i njezine prenamjene u prvi multimedijalni centar s informacijskim punktom i mjesto prezentacije javnosti vrijedne kulturne baštine sadržane u umjetničkim zbirkama Grada Zagreba, što će povećati raznovrsnost turističke ponude Zagreba. Opći cilj predmetnog projekta je razvoj održivih oblika turizma i podizanje kvalitete destinacije kroz unaprjeđenje javne posjetiteljske infrastrukture. Specifični cilj je unaprjeđenje kulturno-turističkog aspekta Grada Zagreba kroz ulaganja u zelenu tranziciju postojeće i neadekvatno korištene javne infrastrukture i valorizaciju kulturne baštine.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2027. – 2030.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

7.800.000,00 EUR s PDV-om

II Palača Magdalenić – Drašković - Jelačić

Kratki opis

Projekt obnove Palače Magdalenić-Drašković-Jelačić uključuje smještanje vrijedne i u svijetu jedinstvene zbirke "Hrvatske slikarice" koja je u vlasništvu Grada Zagreba, a kojom upravlja Muzej grada Zagreba. Projekt obuhvaća rekonstrukciju kulturnog dobra i prezentaciju zbirke kao suvremenog otvorenog muzeja koji podrazumijeva stvaranje multifunkcionalnog i uključivog prostora koji će objединiti izložbene i istraživačke prostore, čuvaonice te prostore za edukaciju i rad sa zajednicom. Palača je naročito povijesno-kulturnog značenja, visoke arhitektonske vrijednosti, a odlikuje se i cjelovitošću povijesnih detalja. Zgrada je pojedinačno zaštićeno kulturno dobro.

Opis svrhe

1. Širenje kulturne ponude
2. Revitalizacija, očuvanje i promicanje kulturne baštine

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2027. – 2030.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

4.600.000,00 EUR s PDV-om

I2 Kulturno-umjetnički centar Pluto

Kratki opis

Cjelovita rekonstrukcija zgrade i prenamjena u međunarodni umjetnički centar u čijem je fokusu područje suvremenih vizualnih umjetnosti, uključujući i dizajn te interdisciplinarnu umjetničke prakse. Isto tako bit će omogućeno korištenje prostora za glazbene, izvedbene i druge programe. Prenamjena nekadašnjih prostora tvornice Pluto u suvremeni međunarodni umjetnički centar s velikim galerijskim prostorom. Transformacija u novi i atraktivni javni prostor sa sadržajima koji obogaćuju društveno kulturni život grada. Korištenje najnovije tehnologije s ciljem smanjenja potrošnje energije i troškova održavanja.

Opis svrhe

1. Širenje kulturne ponude
2. Revitalizacija i novo korištenje bivše industrijske gradnje
3. Doprinos urbanom razvoju

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2027. – 2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

10.600.000,00 EUR s PDV-om

13 Palača Grlečić-Jelačić (Markov trg 9)

Kratki opis	<p>Obnova palače obuhvaća konstrukcijsku obnovu, cjelovitu i energetska obnovu, restauratorske radove, osiguranje pristupa osobama smanjene pokretljivosti, opremanje prostora, a sve u svrhu nove namjene Palače kojom bi se na prvom katu rekonstruirao interijer reprezentativnog dijela palače, a u podrumu i prizemlju postavio interpretacijski centar Povijest Gornjega grada. Palača je naročito povijesno-kulturnog značenja, visoke arhitektonske vrijednosti, a odlikuje se i cjelovitošću povijesnih detalja. Zgrada je pojedinačno zaštićeno kulturno dobro. Projekt je financijski trenutno osiguran u dijelu izvođenja radova na konstrukcijskoj obnovi, a ostali zahvati koji slijede do stavljanja projekta u funkciju nisu pokriveni.</p>		
Opis svrhe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Širenje kulturne ponude 2. Revitalizacija i novo korištenje bivše industrijske gradnje 		
Nositelj	Grad Zagreb	Trajanje	2025. – 2029.
Imovinsko pravni odnosi	Riješeni	Iznos vlastitog financiranja	100% (u dijelu radova na konstrukcijskoj obnovi)
Ukupna procijenjena vrijednost	10.000.000,00 EUR s PDV-om (do sada osigurana sredstva za konstrukcijsku obnovu)		

I4 Uređenje Strossmayerovog šetališta – 2. faza

Kratki opis

Za planiranu izradu tehničke dokumentacije obnove Zakmardijevih stuba i Strossmayerovog šetališta istočni dio, zatražene su konzervatorske smjernice nadležnog Gradskog ureda za kulturnu baštinu i prirodu. Prema izdanim smjernicama izrađen je Elaborat stanja konstrukcije potpornih i ogradnih zidova na lokaciji Zakmardijevih stuba i Strossmayerovog šetališta istočni dio. Prema zaključku izrađenog Elaborata, uklonjeno je zelenilo sa zidova i ograda, kako bi se mogli izvesti geomehanički istražni radovi. Pokrenut je postupak nabave za geomehaničke istražne radove, izradu Geotehničkog elaborata i izradu projektnog zadatka za izradu glavnog projekta sanacije potpornih i ogradnih zidova uz Zakmardijeve stuba i Strossmayerovo šetalište – istok

Opis svrhe

Sanacija šetališta koje predstavlja turističku atrakciju Gornjega Grada.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2027.

Imovinsko pravni odnosi

U postupku rješavanja

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

2.200.000,00 EUR bez PDV-a (preliminarna procjena)

15 Obnova pješačke zone Masarykova i Teslina ulica

Kratki opis

Cjelovita obnova pješačke zone usmjerena je na dugoročno unapređenje kvalitete prostora kroz integrirani pristup koji obuhvaća i funkcionalne i estetske aspekte. U sklopu radova 2025. godine postavljene su nove plinske instalacije, kolnik je u cijelosti asfaltiran. U 2026. godini pokrenuta je izrada idejnog rješenja za cjelokupno uređenje nove pješačke zone, s rekonstrukcijom, odnosno, po potrebi izmjestanjem preostalih komunalnih. Po izradi idejnog rješenja pristupiti će se izradi ostale projektne dokumentacije. Projektom je predviđeno opločenje svih pješačkih površina u obuhvatu zahvata. Obnovljena pješačka zona bit će u cijelosti uređena i prilagođena svakodnevnom životu građana i boravku turista kao jedan od atraktivnijih dijelova gradskog središta.

Opis svrhe

Projekt uključuje uređenje i obogaćivanje javnog prostora zelenilom, kvalitetnijim površinama za boravak građana te stvaranje ugodnijeg i sigurnijeg okruženja. Poseban naglasak stavljen je na rekonstrukciju i modernizaciju komunalnih instalacija (vodovod, odvodnja, elektro i dr.), koje se prilagođavaju budućim potrebama korisnika. Time se osigurava dugoročna održivost infrastrukture i podiže standard komunalne opremljenosti. Obnovljena zona u potpunosti je prilagođena potrebama građana, ali i kvalitetnijem doživljaju za posjetitelje i turiste. S obzirom da se radi o cjelovitoj obnovi s podzemnom infrastrukturom, eliminira se potreba za ponovnim prokopavanjem, čime se osigurava trajnost rješenja i očuvanje uređenog prostora na duži rok.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2027.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

/

Ukupna procijenjena vrijednost

7.000.000 EUR bez PDV-a

16 Pješačko – biciklistički most Jarun

Kratki opis

Izgradnja pješačko-biciklističkog mosta na Jarunu omogućena je izmjenama GUP-a, kao dio unaprjeđenja održive mobilnosti i rekreacijske infrastrukture. Most, smješten istočno od Jaruna, povezivat će sportsko-rekreacijske zone (Arena, Mladost, SRC Jarun) s naseljima Jarun i Lanište te olakšati kretanje pješaka i biciklista. Nadopunjuje planirani zapadni Jarunski most za cestovni i tramvajski promet te je zamišljen kao sigurna pješačko-biciklistička veza. Realizirat će se putem projektnog natječaja radi dobivanja kvalitetnog i estetski vrijednog rješenja uklopljenog u prostor Jaruna. Most će osigurati sigurnu povezanost sjevernog i južnog dijela Zagreba, unaprijediti dostupnost nemotoriziranog prijevoza i povezati postojeće koridore. Nadovezuje se na koridor potoka Črnomerec te povezuje šire područje do zone Tomislavove ulice.

Opis svrhe

Unaprijediti povezanost između južnog i sjevernog dijela grada, osobito između naselja Lanište i Jarun te ključnih sportsko-rekreacijskih sadržaja u zoni jezera, ali i mnogu šire jer se nadovezuje na koridor uz potok Črnomerec. Most će omogućiti brže, sigurnije i izravnije kretanje pješaka i biciklista, čime se smanjuje ovisnost o automobilskom prometu. Projekt doprinosi razvoju održive mobilnosti, potiče aktivne oblike kretanja i rekreacije te podiže kvalitetu javnog prostora. Ujedno jača funkcionalnu i prostornu povezanost važnih gradskih sadržaja, čineći područje Jaruna pristupačnijim i ugodnijim za svakodnevno korištenje.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

3 godine

Imovinsko pravni odnosi

U postupku rješavanja

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

50.000.000-60.000.000 EUR

17 Greenway – državna glavna biciklistička ruta br. 2 – Faza III

Kratki opis	<p>Projektom „GREENWAY“ - državna glavna biciklistička ruta br. 2 planira se izgraditi biciklistička prometnica koja prati tok rijeke Save od granice sa Slovenijom do Lijevo Dubrovčaka ukupne duljine 121,6 km. Izgradnja prometnice podrazumijeva i dodatnu opremu koja uključuje: rasvjetu, punjače za e-bicikle (pedalece), odmorišta, parkirališta, info oznake i brojače prometa.</p> <p>Faza III. Greenway-a izvodi se nakon odrađenog pilot projekta V. faze te VI. faze i obuhvaća nastavak uređenja krune nasipa lijeve obale rijeke Save na dijelu od Podsuseda do Savskog mosta, duljine 12.7 km.</p>		
Opis svrhe	<p>Razvoj biciklističke infrastrukture na području Grada Zagreba.</p>		
Nositelj	Grad Zagreb	Trajanje	2026. – 2027.
Imovinsko pravni odnosi	Riješeni	Iznos vlastitog financiranja	100%
Ukupna procijenjena vrijednost	13.000.000 EUR bez PDV-a (procjena)		

18 3. faza sustava javnih bicikala “Bajs”

Kratki opis

S ciljem unapređenja kvalitete života građana, promicanja održive mobilnosti i smanjenja negativnog utjecaja prometa na okoliš, Grad Zagreb odlučio se na uvođenje sustava javnih bicikala - Bajs. Bicikli su postavljeni na 180 lokacija, blizu stanica javnog prijevoza, sportskih objekata i škola. Naglasak je na povezivanju područja bez dostupnog javnog prijevoza, omogućujući građanima da dođu do najbliže stanice javnog prijevoza, a zatim nastave putovanje biciklom po vrlo pristupačnoj cijeni. Uvođenje sustava odvijalo se u tri faze: 1. faza: postavljeno 500 bicikala na 40 lokacija, 2. faza: postavljeno 1.500 bicikala na oko 140 lokacija. Nakon provedene analize, treća faza kreće 1. rujna, postaviti će se još 1.000 bicikala, a implementacija će trajati još 32 mjeseca. U trećoj fazi, nakon što Grad Zagreb provede analizu korištenja sustava, postoji mogućnost postavljanja dodatnih 1.000 bicikala.

Opis svrhe

Svrha provedbe projekta javnih gradskih bicikala "Bajs" je povećanje broja putnika u sustavu javnog i dijeljenog prijevoza, što će se postići razvojem i unapređenjem sustava javnih bicikala i mreže biciklističke infrastrukture koja će omogućiti brže pristupanje stajalištima javnog prijevoza. Uvođenjem Sustava doprinosi se unapređenju biciklističkog prometa te općenito poboljšanju prometnog sustava na području Grada Zagreba.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

9/2026. – 9/2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

/

Ukupna procijenjena vrijednost

5.877.031,25 EUR (bez PDV-a)

#19 Park & ride zone

Kratki opis

Uspostava *Park & Ride* zona dio su strategije Grada Zagreba za povećanje prometne učinkovitosti i poboljšanje kvalitete života građana. *Park & Ride* sustav se razvija kako bi smanjio prometno opterećenje u središtu grada. U planu je izrada projektne dokumentacije za uređenje i unapređenje više lokacija na rubnim dijelovima grada, uključujući Podsused, Sesvete (Ninska ulica), Rotor Remetinec, terminal Dubec i Gračansko dolje. Ove lokacije bit će suvremena intermodalna čvorišta povezana s javnim prijevozom i sustavom bicikala Bajs, uz mogućnost korištenja jedinstvene karte za parkiranje i javni prijevoz. Cilj projekta je potaknuti vozače da osobna vozila ostave na ulazima u grad i nastave putovanje javnim prijevozom, čime se smanjuju gužve, poboljšava kvaliteta zraka i potiče održiva mobilnost.

Opis svrhe

Svrha projekta je omogućiti građanima i posjetiteljima Grada Zagreba da povoljno parkiraju na rubnim dijelovima grada, i s jedinstvenom kartom za parking i javni prijevoz, nastave svoje putovanje do destinacije javnim prijevozom. Na ovaj način se smanjuje prometno opterećenje u središtu grada, a građanima i posjetiteljima nudi jednostavna i praktična opcija.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2027. – 2028.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

/

Ukupna procijenjena vrijednost

3.000.000,00 EUR

#20 Projekt LoraWAN mreže

Kratki opis

Ovaj projekt omogućit će precizno i daljinsko očitavanje točne potrošnje energenta potrošača (očitanje vodomjera, plinomjera i električne energije) što će omogućiti dodatno unapređenje metodologije utjecaja turizma na destinaciju. Implementacijom navedenog projekta stvorit će se kvalitetna podatkovna baza koja će omogućiti sustavno upravljanje podacima, time ujedno doprinijeti u otklanjanju trenutnih ograničenja u izračunima i procjenama prihvatnih kapaciteta, naglašavajući pokazatelje kao što su potrošnja vode, električne energije i generiranje otpada. Projekt je planiran u 3 faze od kojih je završena faza 1) Projektiranje mreže (200.000 EUR), dok se tek trebaju realizirati faze 2) Montaža odašiljača (*gatewaya*) – 800.000 EUR te 3) Uspostava centralnog sustava za upravljanje mrežom (600.000 EUR).

Opis svrhe

Stvaranje kvalitetne podatkovne baze koja omogućuje sustavno upravljanje podacima, dugoročno može utjecati na smanjenje gubitaka i nepotrebnu potrošnju resursa.

Nositelj

Zagrebački holding d.o.o., Podružnica
Zagrebački digitalni grad

Trajanje

1. faza: 10/2025, 2. faza: 12/2026, 3. faza:
6/2026

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

1.400.000 EUR bez PDV-a

#21 Park Novi Zagreb

Kratki opis

Cilj projekta je urediti područje Parka Novi Zagreb koji se prostire na gotovo 70 ha površine u funkcionalnu, suvremeno oblikovanu i reprezentativnu zelenu cjelinu, uz modernu komunalnu infrastrukturu i primjenu rješenja temeljenih na prirodi, kao neophodnog temelja održivog gospodarenja prirodnim vrijednostima. Realizacijom ovog projekta postao bi najveća uređena zelena površina u Novom Zagrebu te bi, uz parkove Maksimir, Jarun i Bundek, činio dio sustava velikih gradskih parkova Zagreba. Od ukupno pet predviđenih faza, prve dvije: 1) provedba urbanističko arhitektonsko javnog natječaja te 2) izrada i donošenje UPU Park Novi Zagreb te ugovaranje i početak izrade projektne dokumentacije, planiraju se u razdoblju trajanja predmetnog Plana upravljanja.

Opis svrhe

Projekt Park Novi Zagreb ima za cilj urediti veliki neizgrađeni prostor između zgrada Mamutica i Super Andrija u suvremeni javni park koji će postati novi zeleni, rekreacijski i društveni centar Novog Zagreba. Park bi stanovnicima Novog Zagreba i cijelog grada, kao i turistima i posjetiteljima, trebao pružiti prostor za širok raspon aktivnosti, rekreaciju i odmor. Park bi trebao objediniti prirodne površine, prostore za sport i rekreaciju, kulturne i društvene sadržaje te mjesta za boravak i susrete građana. Time se želi podići kvaliteta javnog prostora, povećati dostupnost zelenih površina i stvoriti važan identitetski prostor za stanovnike Novog Zagreba i cijelog grada.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

Raspis natječaja: studeni 2026.
Početak radova 2032.

Imovinsko pravni odnosi

Neriješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

1.000.000,00 EUR bez PDV-a za provedbu urbanističko-arhitektonskog javnog natječaja, troškove izrade i donošenja UPU Park Novi Zagreb i ugovaranja te početka izrade projektne dokumentacije

#22 Tržnica Dolac

Kratki opis

Sanacija, cjelovita obnova i modernizacija najstarije zagrebačke tržnice, simbola grada. Kao i prema *Tripadvisoru*, tržnica Dolac spada u top 10 istaknutih gradskih atrakcija, riječ je o jednom od ključnih projekata za razvoj i pozicioniranje grada Zagreba kao turističke destinacije.

Opis svrhe

Modernizacija i obnova tržnice koja je simbol Grada Zagreba.

Nositelj

Grad Zagreb, Zagrebački holding -
Podružnica Tržnice Zagreb

Trajanje

2026. – 2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

/

Ukupna procijenjena vrijednost

25.000.000 EUR

#23 Tržnica Branimirova

Kratki opis

Rekonstrukcijom Branimirove tržnice pod nazivom „Tržnica +“ planira se zadržati osnovna funkcija tržnice, uz dopunu ugostiteljskim i poslovnim sadržajima, te sadržajima javne i društvene namjene. Provođenje arhitektonsko-urbanističkog natječaja za izradu idejnog rješenja za obnovu tržnice odabrat će se suvremeno, kvalitetno i održivo rješenje koje će dugoročno odrediti budući izgled i funkciju jedne od najstarijih gradskih tržnica. Program natječaja naglasaka stavlja na arhitektonsku kvalitetu, energetska učinkovitost i bolje otvaranje tržnice prema susjedstvu kako bi se snažnije integrirala u svakodnevni život grada. Planirana intervencija treba uspostaviti ravnotežu između očuvanja povijesne vrijednosti i suvremenog arhitektonskog izričaja.

Opis svrhe

Projekt rekonstrukcije Branimirove tržnice usmjeren je na dobivanje suvremenog, funkcionalnog i arhitektonski kvalitetnog rješenja koje će revitalizirati jednu od najstarijih zagrebačkih tržnica i važan javni prostor grada. Obnovom i modernizacijom prostora planira se zadržati osnovna funkcija tržnice uz uvođenje novih javnih i društvenih sadržaja te energetska i infrastrukturnu modernizaciju objekta.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

Raspis natječaja: 2026.
Mogući početak radova: 2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

15.000.000 EUR bez PDV-a

#24 Tržnica Utrina

Kratki opis

Modernizacijom i obnovom Tržnice Utrina razvit će se održiva, ekološki odgovornu i sadržajno bogata tržnicu koja primjenom obnovljivih izvora energije i suvremenih rješenja postaje primjer održivog urbanog razvoja te nadilazi klasičnu funkciju kupnje, istodobno šireći turističku ponudu izvan užeg središta grada.

Opis svrhe

Modernizacija i obnova, doprinos cilju razvoja gradskih tržnica kao javnih i društvenih prostora.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

6.000.000 EUR

#25 Obnova groblja Mirogoj

Kratki opis

Projektom je obuhvaćena cjelovita konstrukcijska obnova u svrhu sanacije šteta koje su posljedica potresa a u skladu s posebnim uvjetima zaštite kulturnog dobra. Projekt uključuje obnovu Crkva Krista Kralja, Male arkade, Sjeverne arkade, Južne arkade i Kolumbarijske zidovi. Završeni su radovi na južnom aneksu ogradnog i kolumbarijskog zida na groblju Mirogoj, čime je uređena južna granica groblja uz Arkade i osigurano 148 niša za ukupno 740 urni. Istodobno se planira proširenje kapaciteta na groblju Gaj urni u sklopu Krematorija Mirogoj, gdje bi izgradnjom novih grobnih polja trebalo nastati oko 6.000 dodatnih grobnih mjesta.

Opis svrhe

Groblje Mirogoj, kao središnje zagrebačko groblje koje se smatra i jednim od najljepših groblja u Europi, obnavlja se nakon potresa koji je zadesio Zagreb 2020. godine. Ujedno, zbog kroničnog nedostatka grobnih mjesta, proširit će se groblje Gaj urni u sklopu Krematorija groblja Mirogoj. Predviđena je izgradnja osam novih grobnih polja u tipu krematorijskog groblja za polaganje urni, a obuhvaćaju kaskadne terase s grobnim redovima kazeta za urne, potporne zidove između kaskadnih grobnih redova, kolumbarijske zidove za smještaj niša za urne, pristupne staze, zelenilo i šetnice između grobnih polja i redova.

Nositelj

Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2028.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

14.762.500,00 EUR s PDV-om

#26 Tomislavov dom

Kratki opis

Sljemenski Hotel Tomislavov dom predstavlja iznimno djelo arhitekture iz tridesetih godina prošlog stoljeća. Izgrađen 1937. godine prema ideji arhitekta Stjepana Planića, ovaj četverokatni objekt savršeno se uklapa u prirodni okoliš zahvaljujući inovativnom Y tlocrtu, koji je bio prvi takve vrste u Hrvatskoj i među prvima u Europi. Obnova hotela, restorana i wellnessa doprinosi razvoju hotelskog smještaja, planinarske infrastrukture kao i razvitku Medvednice što se u dokumentu spominju kao važne aktivnosti i mjere za razvoj Zagreba kao turističke destinacije te doprinose ostvarenju pokazatelja održivosti. Kao jedini hotelski smještajni kapacitet u Parku prirode Medvednica strateški je važan objekt za razvoj kompletne posjetiteljske infrastrukture Medvednice.

Opis svrhe

Obnova hotela, restorana i wellnessa doprinosi razvoju hotelskog smještaja, planinarske infrastrukture kao i razvitku i turističkoj aktivaciji Medvednice. U građevinskom dijelu, podrazumijeva radove na sljedećim komponentama: sanacija pokrova objekta sa svim radovima, zamjena vanjske drvene stolarije i sanacija (zamjena) vanjske fasadne drvene obloge, uređenje vanjske terase u parteru objekta, sanacija vanjskih stepenica. U strojarskom dijelu: zamjena postojećih osobnih i teretnih dizala, projekt za saune. Elektrotehnički dio: projekt videonadzora, vanjska elektro punionica auta, projekt za saune, vanjska rasvjeta oko objekta, Wi-Fi i *smart* TV u sobama, zamjena brava s magnetskim karticama na sobama, elektro grijači na vanjskim stepenicama, vatrodjova.

Nositelj

Zagrebački holding d.o.o., Grad Zagreb

Trajanje

2026. – 2028.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

8.000.000 – 10.000.000 EUR

#27 Snježna kraljica

Kratki opis

Snježna kraljica je turistički objekt smješten na samom vrhu Sljemena, u blizini skijaških staza. Obnova objekta doprinosi razvoju hotelskog smještaja, planinarske i skijaške infrastrukture, kao i razvitku Medvednice, a što se u dokumentu spominju kao važne aktivnosti i mjere za razvoj Zagreba kao turističke destinacije te doprinose ostvarenju pokazatelja održivosti. Kao jedini apartmanski smještajni kapacitet u Parku prirode Medvednica strateški je važan objekt za razvoj kompletne posjetiteljske infrastrukture Medvednice i čini temelj destinacijskog menadžmenta na Sljemenu

Opis svrhe

Obnova doprinosi razvoju hotelskog smještaja, planinarske infrastrukture kao i razvitku i turističkoj aktivaciji Medvednice. U građevinskom dijelu, projekt obuhvaća slijedeće komponente: sanacija krova objekta sa svim radovima, zamjena vanjske fasadne drvene obloge, uređenje vanjske terase u parteru objekta. U strojarskom dijelu: zamjena postojećih osobnih dizala, uređenje *wellnessa*. U elektrotehničkom dijelu: projekt videonadzora, vanjska elektro punionica auta, vanjska rasvjeta oko objekta, Wi-Fi i *smart tv* u sobama, zamjena brava sa magnetskim karticama na sobama, elektro grijači na vanjskim pristupnim putevima, vatrodojava.

Nositelj

Zagrebački holding d.o.o., Grad Zagreb

Trajanje

2027. – 2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

6.000.000 – 8.000.000 EUR

#28 Grad mladih Granešina

Kratki opis

Kulturno-povijesna cjelina Grada mladih, koja se prostire na 46 hektara šumovitog proplanka u Dubravi, zaštićeni je spomenik kulture i jedinstveni primjer naselja javne namjene u Zagrebu, visoke urbanističke i arhitektonske vrijednosti. Sam kompleks Grada mladih ukupne površine 6.502 m² obuhvaća četrdesetak objekata namijenjenih smještaju djece i mladih, odgojno-obrazovnim programima, sportu, rekreaciji i kulturnim sadržajima. Uključuje zgrade za boravak, učionice, sportsku infrastrukturu, ugostiteljske sadržaje, šumska igrališta, šetnice i pozornicu na otvorenome. Prepoznajući kulturnu vrijednost Grada mladih, njegovu ulogu kao integralnog dijela programa gradskih vrtića i škola, Grad Zagreb je pokrenuo projektiranje obnove Grada mladih. Cilj je cjelovita obnova i ponovno stavljanje u prvobitnu funkciju kao i proširenje ponude i sadržaja na lokaciji.

Opis svrhe

Obnova kompleksa Grada mladih s ciljem stavljanja u prvobitnu funkciju kao i proširenje ponude i sadržaja na lokaciji.

Nositelj

Grad Zagreb i Zagrebački holding d.o.o.

Trajanje

2026. – 2029.

Imovinsko pravni odnosi

Riješeni

Iznos vlastitog financiranja

100%

Ukupna procijenjena vrijednost

I. cjelovita obnova zgrade škole u 2027.: 5,400.000 EUR, 2. rekonstrukcija infrastrukturne mreže i odvodnje i osiguranje stabilnosti tla nestabilne zone puzišta/klizišta u 2027./2028.: 11.500.000 EUR, 3. cjelovita obnova objekata u 2027./2028./2029.: 25.000.000 EUR

#29 Izgradnja podzemne garaže u Klaićevoj ulici

Kratki opis	Planirana je izgradnja garaže od tri podrumске etaže, s 860 parkirališnih mjesta, uključujući i ona za osobe s invaliditetom, pri čemu će se voditi računa o suvremenom dizajnu, visokoj funkcionalnosti te usklađenosti s konzervatorskim uvjetima i okolnom gradnjom. Kolni i pješački pristupi bit će iz Klaićeve ulice i Ulice Izidora Kršnjavog, a pristupačnost osobama s invaliditetom i smanjenom pokretljivošću osigurat će se izvedbom rampi i dizala.		
Opis svrhe	Izgradnjom podzemne garaže u Klaićevoj ulici rasteretit će se ulična javna parkirališta u centru grada kao i unaprijediti urbani okoliš.		
Nositelj	Grad Zagreb i Zagrebački holding d.o.o.	Trajanje	2027. – 2028.
Imovinsko pravni odnosi	U postupku rješavanja	Iznos vlastitog financiranja	100%
Ukupna procijenjena vrijednost	26.000.000 EUR bez PDV-a		

11. Dodatak



Popis muzeja i galerija u Zagrebu (1/2)

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Klovićevi dvori	Gornji grad - Medveščak	galerija
Rimac Automobili - Izložba automobila	Podsused - Vrapče	galerija
Galerija Paravan	Donji grad	galerija
G.E.A. Gallery	Gornji grad - Medveščak	galerija
Galerija Buljat	Gornji grad - Medveščak	galerija
Galerija Mirko Virius	Gornji grad - Medveščak	galerija
Knjižnica Vladimira Nazora	Črnomerec	galerija
Atelijeri Žitnjak	Peščenica Žitnjak	galerija
Mali zeleni kiosk	Donji grad	galerija
Hrvatsko Društvo Likovnih Umjetnika	Donji grad	galerija
Medvedgrad (Centar za posjetitelje Medvedgrad)	Črnomerec	muzej
Tehnički muzej	Trešnjevka - sjever	muzej
Arheološki muzej	Donji grad	muzej
Muzej Mimara	Donji grad	muzej

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Muzej za umjetnost i obrt	Donji grad	muzej
Muzej grada Zagreba	Gornji grad - Medveščak	muzej
Hrvatski muzej naivne umjetnosti	Gornji grad - Medveščak	muzej
Muzej prekinutih veza	Gornji grad - Medveščak	muzej
Umjetnički paviljon	Donji grad	muzej
Muzej iluzija	Gornji grad - Medveščak	muzej
Hrvatski prirodoslovni muzej	Gornji grad - Medveščak	muzej
Muzej Prigorja	Sesvete	muzej
Muzej suvremene umjetnosti	Novi Zagreb - istok	muzej
Muzej čokolade Zagreb	Donji grad	muzej
Zagreb 80-ih	Gornji grad - Medveščak	muzej
Muzej selfija i uspomena Zagreb	Gornji grad - Medveščak	muzej
Zbirka - Stan arhitekta Viktora Kovačića	Donji Grad	muzej
Memorijalni prostor Miroslava I Bele Krleža	Gornji grad - Medveščak	muzej

Popis muzeja i galerija u Zagrebu (2/2)

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Zbirka Dr. Ivana Ribara i Cate Dujšin-Ribar	Gornji grad - Medveščak	muzej
Memorijalni centar raketiranja Zagreba 1991./1995.	Gornji grad - Medveščak	muzej
Etnografski muzej	Donji grad	muzej
Muzej gljiva	Gornji grad - Medveščak	muzej
Centar za tradicijsku kulturnu baštinu	Novi Zagreb - istok	muzej
Memorijalna zbirka Joso Kljaković	Gornji grad - Medveščak	muzej
Hrvatski školski muzej	Donji grad	muzej
Hrvatski muzej arhitekture	Gornji grad - Medveščak	muzej
Hrvatski povijesni muzej	Gornji grad - Medveščak	muzej
Hrvatski poštansko - telekomunikacijski muzej	Donji grad	muzej
Lovački muzej Hrvatskog lovačkog saveza	Gornji grad - Medveščak	muzej
Hrvatski državni arhiv	Donji grad	muzej
Hrvatski športski muzej	Donji grad	muzej
Hrvatski muzej medicine i farmacije HAZU	Donji grad	muzej

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Muzej blaženoga Alojzija Stepinca	Gornji grad - Medveščak	muzej
Muzejsko memorijalni centar Dražen Petrović	Donji grad	muzej
Tiflološki muzej	Donji grad	muzej
Hrvatski željeznički muzej	Trnje	muzej
Muzej torture	Gornji grad - Medveščak	muzej
Muzej mamurluka	Donji grad	muzej
Muzej Anke Gvozdanović	Gornji grad - Medveščak	muzej
Ambijentalna zbirka profesora Roberta Frangeša Mihanovića	Gornji grad - Medveščak	muzej
Memorijalna zbirka i stan arhitekta Viktora Kovačića	Donji grad	muzej
Zbirka Vjenceslava Richtera i Nade Kareš-Richter	Črnomerec	muzej
Muzej Franje Schneidera	Donji grad	muzej
Memorijalni stan Marije Jurić Zagorke	Gornji grad - Medveščak	muzej
Backo Mini Express	Donji grad	muzej
Zbirka Zlatka Strugara	Sesvete	muzej
Institut Tom Gotovac	Donji grad	muzej

Popis spomenika i skulptura u Zagrebu

Naziv	Gradska četvrt
Spomenik Petru Preradoviću	Donji grad
Spomenik fra Andriji Kačiću Miošiću	Gornji grad - Medveščak
Mogila	Maksimir
Ruka prijateljstva	Peščenica - Žitnjak
Trodimenzionalni strip	Peščenica - Žitnjak
Mali princ	Peščenica - Žitnjak
Aleja skulptura	Trnje
Spomenik Mariji Jurić Zagorki	Gornji grad - Medveščak
Sunčani sat	Gornji grad - Medveščak
Brončano poprsje Augusta Cesarca	Gornji grad - Medveščak
Spomenik prostitutki	Gornji grad - Medveščak
Fontana s tučkom	Novi Zagreb - istok
Školjka	Novi Zagreb - istok
Mladenci	Novi Zagreb - zapad
Bumbina livada	Novi Zagreb - zapad
Piramida Granit koji pamti	Novi Zagreb - zapad
Zdenac života	Donji grad
Spomenik Sveti Juraj ubija zmaja	Donji grad
Spomenik kralju Tomislavu	Donji grad
Stup proizvodnje	Novi Zagreb - zapad
Obojeni čelik i veliki plameni cvijet	Novi Zagreb - zapad
Sjedeća figura	Novi Zagreb - zapad
Spomenik banu Josipu Jelačiću	Gornji grad - Medveščak

Naziv	Gradska četvrt
Manduševac	Gornji grad - Medveščak
Skulptura kumice Barice	Gornji grad - Medveščak
Zagreb pozdravlja - maketa grada	Gornji grad - Medveščak
Skulptura Blažene Djevice Marije s 4 anđela	Gornji grad - Medveščak
Spomenik I. gardijske brigade Tigrovi	Novi Zagreb - istok
Spomenik prosinačkim žrtvama	Gornja Dubrava
Spomenik dubravskih branitelja	Gornja Dubrava
Arheološki lokalitet Kuzelin	Sesvete
Spomenik branitelja Sesvete	Sesvete
Kupač pod tušem	Novi Zagreb - zapad
Granica ilirskih pokrajina	Novi Zagreb - zapad
Šestinska pralja	Podsljeme
Spomenik Anti Starčeviću	Podsljeme
Otisak Tom Gotovac	Gornji grad - Medveščak
Spomenik Matiji Gubecu	Podsused - Vrapče
Spomenik Domovini	Trnje
Spomenik dr. Franji Tuđmanu	Trnje
Spomenik kardinalu Alojziju Stepincu	Novi Zagreb - istok
Spomenik kardinalu Franji Kuhariću	Novi Zagreb - istok
Spomenik kardinalu Alojziju Stepincu	Novi Zagreb - zapad
Spomenik žrtvama fašizma	Brezovica
Zagrebački kit	Podsused - Vrapče
Zbirka skulptura akademskog kipara Zlatka Zlatića	Maksimir

Popis kina, kazališta, koncertnih dvorana i centara za kulturu u Zagrebu (1/2)

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Centar Knap	Peščenica - Žitnjak	centar za kulturu; kazalište; galerija
Kulturni centar Dubrava	Gornja Dubrava	centar za kulturu; kazalište; galerija
Kulturni centar Multimedija	Trešnjevka - sjever	centar za kulturu; kazalište; galerija
Kulturni centar Travno	Novi Zagreb - istok	centar za kulturu; kazalište; galerija
Centar za kulturu Trešnjevka	Trešnjevka - sjever	centar za kulturu; kazalište; galerija
Centar za kulturu i informacije Maksimir	Maksimir	centar za kulturu; kazalište; galerija
Kulturni centar Travno	Novi Zagreb - istok	centar za kulturu; kazalište; galerija
Francuski institut	Donji grad	centar za kulturu; kazalište; galerija
Kulturni centar Dubrava	Gornja Dubrava	centar za kulturu; kazalište; galerija
KUD Bosiljak	Gornja Dubrava	centar za kulturu; kazalište; galerija
Centar za mlade Ribnjak	Gornji grad - Medveščak	centar za kulturu; kazalište; galerija
Mali centar kulture Micek	Novi Zagreb - zapad	centar za kulturu; kazalište; galerija
Centar za kulturu i obrazovanje Susedgrad	Podsused - Vrapče	centar za kulturu; kazalište; galerija
Društveno-kulturni centar "Šesnaestica"	Trešnjevka - sjever	centar za kulturu; kazalište; galerija
Blok baza	Trešnjevka - sjever	centar za kulturu; kazalište; galerija
Tematski park R'N'R	Donji grad	centar za kulturu; kazalište; galerija
Autonomni Kulturni Centar Medika	Donji grad	centar za kulturu; kazalište; galerija

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Hrvatsko narodno kazalište	Donji grad	kazalište
Teatar Exit	Črnomerec	kazalište
Zagrebačko gradsko kazalište "Komedija"	Gornji grad - Medveščak	kazalište
Zagrebački plesni centar (ZPC)	Gornji grad - Medveščak	kazalište
Zagrebačko gradsko kazalište "Komedija"	Gornji grad - Medveščak	kazalište
Gradsko dramsko kazalište Gavella	Donji grad	kazalište
Zagrebačko gradsko kazalište Komedija	Gornji grad - Medveščak	kazalište
Zagrebačko kazalište mladih	Donji grad	kazalište
Satiričko kazalište Kerempuh	Donji grad	kazalište
Gradsko kazalište Trešnja	Trešnjevka - sjever	kazalište
Zagrebačko kazalište lutaka	Donji grad	kazalište
Gradsko kazalište Žar ptica	Maksimir	kazalište
Teatar &TD	Donji grad	kazalište
Dječje kazalište Dubrava	Donja Dubrava	kazalište
Histrionski dom Zagreb	Gornji grad - Medveščak	kazalište
Kazalište KNAP	Peščenica - Žitnjak	kazalište
Kazalište Mala scena	Gornji grad - Medveščak	kazalište

Popis kina, kazališta, koncertnih dvorana i centara za kulturu u Zagrebu (2/2)

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Scena Ribnjak	Gornji grad - Medveščak	kazalište
Scena Vidra	Donji grad	kazalište
Teatar EXIT	Črnomerec	kazalište
Gorgona - Polivalentna multimedijalna dvorana Gorgona	Novi Zagreb - istok	kazalište
Žar ptica	Maksimir	kazalište
Luda Kuća	Donji grad	kazalište
Centar Knap	Peščenica - Žitnjak	kazalište
Teatar Exit	Črnomerec	kazalište
Luda Kuća - Ludilište	Donji grad	kazalište
Dječje kazalište Dubrava	Donja Dubrava	kazalište
Ljetna pozornica Tuškanac	Gornji grad - Medveščak	kino
Dokukino KIC	Donji grad	kino
Kino Europa	Donji grad	kino
Kino Croatia	Donji grad	kino
Art kino Grič	Donji grad	kino
Kino Tuškanac	Gornji grad - Medveščak	kino
Kino SC - Studentski centar	Donji grad	kino

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Kino Forum	Trešnjevka - jug	kino
Kino Cinestar Branimir Centar	Donji grad	kino
Kino Cinestar Avenue Mall	Novi Zagreb - zapad	kino
Cinestar Arena IMAX	Novi Zagreb - zapad	kino
Kaptol Boutique Cinema	Gornji grad - Medveščak	kino
Kinoteka	Donji grad	kino
Ljetna pozornica Tuškanac	Gornji grad - Medveščak	kino
SKUC Pauk	Trešnjevka - jug	kino
Kinoteka	Gornji grad - Medveščak	kino
Ljetno kino Tuškanac	Gornji grad - Medveščak	kino
Kino Kinoteka	Donji grad	kino
Koncertna dvorana Vatroslava Lisinskog	Trnje	koncertna dvorana
Hrvatski glazbeni zavod	Donji grad	koncertna dvorana
Koncertna dvorana Vatroslav Lisinski	Trnje	koncertna dvorana
Koncertna dvorana Blagoje Bersa	Donji grad	koncertna dvorana
Kulturno informativni centar	Donji grad	kulturno informativni centar
POGON Jedinstvo	Trnje	kulturno informativni centar

Popis sakralnih objekata u Zagrebu (1/2)

Naziv	Gradska četvrt
Katedrala Uznesenja Blažene Djevice Marije i svetih Stjepana i Ladislava	Gornji grad - Medveščak
Crkva sv. Katarina	Gornji grad - Medveščak
Crkva sv. Marko	Gornji grad - Medveščak
Crkva Sv. Mirka (šestinska) i groblje	Podsljeme
Grkokatolička konkatedrala sv. Ćirila i Metoda	Gornji grad - Medveščak
Sveta Mati Slobode	Trešnjevka - jug
Uznesenja Blažene Djevice Marije	Maksimir
Crkva Preobraženja Gospodnjeg	Donji grad
Marijanski put	Sesvete
Crkva Svih svetih	Sesvete
Antunovski hodočasnički put	Sesvete
Raspelo iz 1941.	Sesvete
Crkva Sveto Trojstvo	Sesvete
Kapelica Krista Kralja	Sesvete

Naziv	Gradska četvrt
Kapela kraljice mira	Sesvete
Kapela gospe Bistričke	Sesvete
Crkva sv. Franje	Gornji grad - Medveščak
Crkva Navještenja Gospodinova	Trešnjevka - jug
Marije Pomoćnice	Trešnjevka - jug
Kapela Svetog Križa	Trešnjevka - jug
Crkva Isusa Krista svetaca posljednjih dana	Trešnjevka - jug
Bezgrešno Srce Marijino	Maksimir
Crkva sv. Jeronima	Maksimir
Crkva Blaženog Augustina Kažotića	Peščenica - Žitnjak
Zagrebačka džamija	Peščenica - Žitnjak
Crkva sv. Ivana apostola i evanđelista	Novi Zagreb - istok
Sv. Marko	Novi Zagreb - istok
Crkva sv. Ana	Brezovica
Kapela sv. Ivan Krstitelj	Brezovica

Popis sakralnih objekata u Zagrebu (2/2)

Naziv	Gradska četvrt
Crkva Sv. Antun Padovanski	Črnomerec
Crkva Sv. Roka	Gornji grad - Medveščak
Kapelica Presvetog trojstva	Sesvete
Crkva Corpus Domini	Trešnjevka - sjever
Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije	Stenjevec
Crkva sv. Antun	Stenjevec
Staro Katoličko Groblje Stenjevec	Stenjevec
Crkva Sv. Mihaela	Donja Dubrava
Crkva Leopopla Mandića	Gornja Dubrava
Crkva Blažene djevice Marije	Gornja Dubrava
Crkva rođenja Blažene djevice Marije	Gornja Dubrava
Kapelica Majke Božje	Gornji grad - Medveščak
Crkva Sv. Jurja	Gornji grad - Medveščak
Raspelo iz 1941.	Sesvete

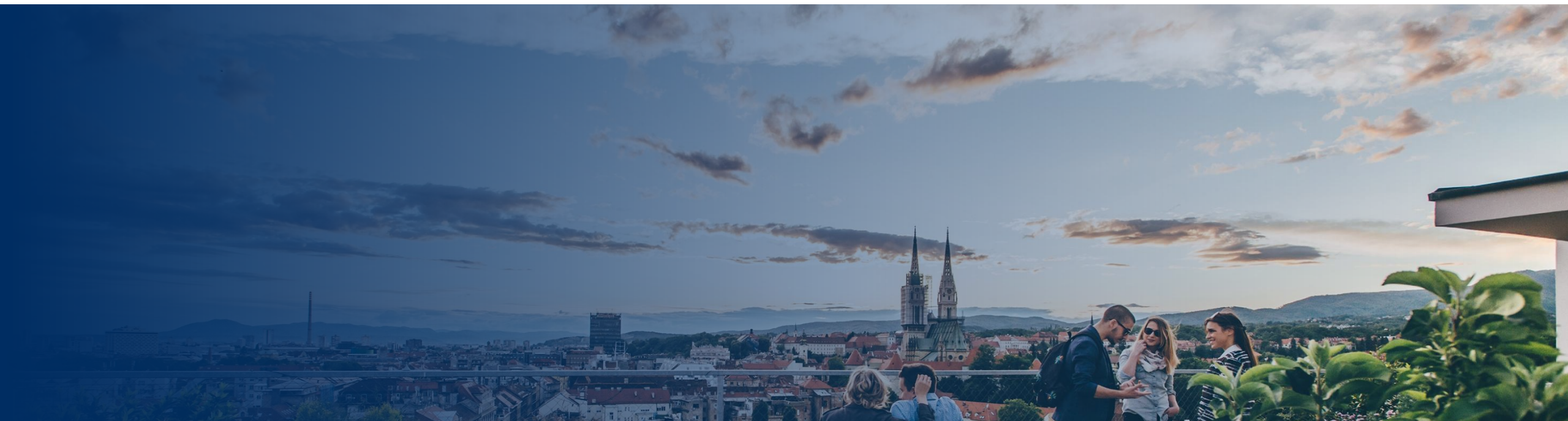
Naziv	Gradska četvrt
Kapelica Krista Kralja	Sesvete
Kapela kraljice mira	Sesvete
Kapela gospe Bistričke	Sesvete
Crkva svetog križa	Novi Zagreb - zapad
Crkva Svetog Jurja	Novi Zagreb - zapad
Kurija s perivojem i kapela u Botincu	Novi Zagreb - zapad
Crkva Sv. Šimuna i Jude Tadeja	Podsljeme
Crkva Sv. Mihaela	Podsljeme
Kapelica Sv. Roka	Podsljeme
Crkva Sv. Barbare	Podsused - Vrapče
Crkva u Stenjevcu	Stenjevec
Crkva Josipa radnika	Podsused - Vrapče
Kapela Sv. Martina	Podsused - Vrapče
Crkva Sv. Ivana Bosca	Podsused - Vrapče

Popis prirodnih resursnih osnova u Zagrebu

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Bundek	Novi Zagreb - istok	jezero
Jezera Soblinec	Sesvete	jezero
Prvo jezero	Maksimir	jezero
Drugo jezero	Maksimir	jezero
Treće jezero	Maksimir	jezero
Četvrto jezero	Maksimir	jezero
Peto jezero	Maksimir	jezero
Jezero Ontario	Novi Zagreb - zapad	jezero
Dubravica	Stenjevec	jezero
Botanički vrt	Donji grad	park
Zrinjevac	Donji grad	park
Trg kralja Tomislava	Donji grad	park
Park Bele IV	Gornji grad - Medveščak	park
Park Grič	Gornji grad - Medveščak	park
Park Ribnjak	Gornji grad - Medveščak	park
Park za pse Jarun	Trešnjevka - jug	park
Roštilj park	Trešnjevka - jug	park
Park mladenaca	Novi Zagreb - zapad	park
Park Vjekoslava Majera	Novi Zagreb - zapad	park
Glavni ulaz u Park Maksimir	Maksimir	park
Dječje igralište	Maksimir	park
Piknik zona	Trnje	park
Piknik zona	Trnje	park
Goranec	Sesvete	park
Savica	Peščenica - Žitnjak	park

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Botanički vrt FBF-a	Gornji grad - Medveščak	park
Park u Jurjevskoj 27	Gornji grad - Medveščak	park
Mallinov park	Gornji grad - Medveščak	park
Park u Jurjevskoj 30	Gornji grad - Medveščak	park
Park kralja Tomislava	Donji grad	park
Park Josipa Jurja Strossmayera	Donji grad	park
Park uz dvorac Junković	Podsused - Vrapče	park
Perivoj srpanjskih žrtava	Gornji grad - Medveščak	park
Park kralja Petra Krešimira IV.	Donji grad	park
Park Opatovina	Gornji grad - Medveščak	park
Park kralja Petra Svačića	Donji grad	park
Leustekov park	Podsljeme	park
Moslavački park	Peščenica - Žitnjak	park
Perivoj Središće	Novi Zagreb - istok	park
Park dr. Franje Tuđmana	Črnomerec	park
Park mladenca	Novi Zagreb - zapad	park
Park Betlehem	Novi Zagreb - zapad	park
Park Jeruzalem	Novi Zagreb - zapad	park
Park hrvatskih Pavlina	Stenjevec	park
Park Martinovka	Trnje	park
Retencija Jazbina	Maksimir	park
Sveučilišna livada	Trnje	park
ribnjak Brezovica	Brezovica	park
Park Tomislava Ivčića	Donja Dubrava	park
Reto Centar	Donja Dubrava	park

Naziv	Gradska četvrt	Kategorija
Perivoj I. Brlić Mažuranić	Donja Dubrava	park
Park šuma Tuškanac	Gornji grad - Medveščak	park
Cmrok	Gornji grad - Medveščak	park
park 102. brigada	Novi Zagreb - zapad	park
Gagarinovo šetalište	Trešnjevka - sjever	park
Fallerovo šetalište	Trešnjevka - sjever	park
Park šuma Dotrščina	Podsljeme	park šuma
Činovnička livada	Podsljeme	park šuma
Grmošćica	Črnomerec	park šuma
Park šuma Dotrščina	Podsljeme	park šuma
Park šuma Garešina	Gornja Dubrava	park šuma
Park šuma Miroševečina	Gornja Dubrava	park šuma
Potok Črnomerec	Črnomerec	potok
Šetnica uz potok reku	Gornja Dubrava	potok
Vrapčak	Stenjevec	potok
Potok Štefanovec	Gornja Dubrava	potok
potok Črnomerec	Črnomerec	potok
potok Vrapčak	Trešnjevka - jug	potok
potok Kustošak	Trešnjevka - sjever	potok
Špilja Veternica	Podsljeme	spilja
Strossmayerovo šetalište	Gornji grad - Medveščak	šetalište
Savski nasip Trešnjevka	Trešnjevka - jug	šetalište
Savski nasip Žitnjak	Peščenica - Žitnjak	šetalište
Odašiljač Sljeme	Podsljeme	vidikovac
Podsusedski repetitor	Podsused - Vrapče	vidikovac



Siniša Topalović, ISHC

Partner i Direktor Horwath HTL Hrvatska | Globalni direktor turističkog savjetovanja

Email: stopalovic@horwathhtl.com

Matko Marohnić

Partner | Voditelj odjela turističkog savjetovanja

Email: mmarohnic@horwathhtl.com

Horwath HTL Croatia

Slavonska avenija 1b, Matrix Business Park, Building B, 5th floor

10000 Zagreb – CROATIA

Tel. +385 (0)1 4877 200

www.horwathHTL.com