

PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA ZA 2022. GODINU



PREGLED STANJA I TRENDVI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Booking.com proveo je dosad najopsežnije online istraživanje trendova za oporavak putovanja u narednoj godini. Istraživanje je provedeno na više od 24.000 ispitanika iz 31 zemlje, a rezultati istog govore o tome da u populaciji itekako postoji želja za putovanjima. Prema svemu sudeći, 2022. mogla bi biti godina u kojoj će se, kada krenu godišnji odmori, početi nadoknađivati izgubljeno vrijeme.

7 čimbenika povratka putovanja na velika vrata u 2022.:

1. Punjenje baterija na odmoru

Putovanja će u 2022. bitno više od meditacije i svakodnevnog vježbanja podrazumijevati da brinemo o sebi - čak 74% ispitanika potvrdilo je da im putovanja pomažu s mentalnim i emocionalnim zdravljem više od drugih oblika odmora i opuštanja. Nakon više od godinu dana strogih ograničenja putovanjima, ispitanici više cijene važan utjecaj putovanja na njihovo zdravstveno stanje. Više od pola ispitanika (54%) izjavilo je da nisu shvatili koliko su putovanja važna za njihovo zdravlje dok im nisu postala zabranjena, dok ih je 87% izjavilo da je planiranje odmora imalo pozitivan utjecaj na njihovo emocionalno zdravlje.

2. Resetiranje izvan (kućnog) ureda

S pojavom pandemije, domovi diljem svijeta zamijenili su uredske prostore i tako priuštiti novu stvarnost rada izvan ureda. No, u 2022. vidjet će se značajan porast želje za ponovnim preuzimanjem kontrole i uspostavom ravnoteže između poslovnog i privatnog života, pri čemu je 62% ispitanika odgovorilo da neće u 2022. sa sobom na odmor nositi posao, što nije uvijek bio slučaj u 2021., kada je granica između privatnog života i rada izvan ureda često bila nejasna. Usprkos fleksibilnosti koju donosi rad izvan ureda, 59% ispitanika radije bi manje vremena bilo na odmoru ako bi to značilo da se mogu u potpunosti isključiti, nego da više vremena provedu u nekom odredištu, ali da moraju miješati posao s odmorom.

3. Iskustvo prvog putovanja

Nakon što su se dugo osjećali „zarobljenima“, putnici će, umjesto da žure kroz svoje putovanje, uživati u svakom trenutku - pomno će napraviti selekciju pjesama za obilaske rent-a-carom i unaprijed će provjeriti *duty free* ponudu zračne luke na odredištu. Puko uzbuđenje i

iščekivanje početka putovanja najviše raduje 17% ispitanika, što govori o povratku na onaj poseban osjećaj *prvog* - leta, prelaska granice, boravka u hotelu.

Najobičnija iskustva putovanja će u 2022. biti trenuci za pamćenje i na neki način 'nova'. Većina putnika kaže da će im čak i male stvari poput osjećaja sunca na koži (83%) ili prvi pogled na neku vodenu površinu, odmah poboljšati raspoloženje (87%). Polovica ispitanika izjavila je da će uživati čak i u nesigurnosti koju sa sobom donosi snalaženje javnim prijevozom u novom gradu i na stranom jeziku.

4. Zajednica kao prioritet

Zbog ograničenja kretanja većina je bila prisiljena maksimalno iskoristiti ono što se nudi u neposrednoj blizini, a broj putovanja na daleke destinacije drastično je pao. U 2022. želja za autentičnim povezivanjem s lokalnom zajednicom prelit će se i na daleka putovanja jer će se drugačije gledati na odredišta i ljude koje će se posjećivati te će se nastojati da utjecaj posjeta bude pozitivan.

Nešto manje od polovice ispitanika (42%) slaže se da je važno da njihovo putovanje pozitivno utječe na lokalnu zajednicu u odredištu, a 47% njih htjelo bi da postoji aplikacija ili internetska stranica koja bi ih uputila u specifičnosti destinacije, pogotovo u smislu pozitivnog utjecaja turizma na lokalnu zajednicu. Nadalje, 70% ispitanika želi da se novac koji potroše na putovanju na neki način vrati lokalnoj zajednici, dok njih 68% želi doživjeti autentično iskustvo koje vjerno predstavlja lokalnu kulturu.

5. Širenje kruga poznanika

S obzirom na to da 56% ispitanika želi upoznati nove ljude na svojem putovanju, iz Booking.com-a očekuju da će putnici u 2022. više no ikad putovati kako bi proširili svoj krug poznanika. 57% ispitanika raduje se druženju na putovanju, a 41% želi boraviti negdje u blizini opcija za noćne provode kako bi mogli upoznati nove ljude.

6. Točan odgovor je - „može“

Nakon što su toliko dugo slušali samo o zabranama, ispitanici u 2022. žele razmišljati pozitivnije. Čak 68% ispitanika u drugi plan će staviti strukturirani odmor s puno aktivnosti i planiranja te će preferirati fleksibilnost i prepuštanje situaciji. Nadolazeća godina putovanja učiniti će se kao prilikom za improviziranje, pri čemu će se na svaki neočekivani obrat na putovanju odgovarati s „da, može...“

U skladu s navedenim, 76% ispitanika reklo je da su im prihvatljive sve opcije za odmor dok su unutar budžeta. No, novac nije problem kada su u pitanju putovanja za 35% ispitanika koji su štedjeli tako što nisu išli na velika putovanja od kad je počela pandemija. Polovica ispitanika (52%) otvorena je za novu vrstu odmora i odmak od onog što su preferirali prije pandemije, a za 68% njih nije bitno kamo će ići na odmor dok god je u pitanju odmor kakav žele – samo se žele maknuti iz kuće. Tehnologija će odigrati ključnu ulogu kada je u pitanju spontanost i dosegljivost brzih, fleksibilnih rezervacija kojima putovanja možemo prilagoditi svojim potrebama.

7. Prihvaćanje neizvjesnosti

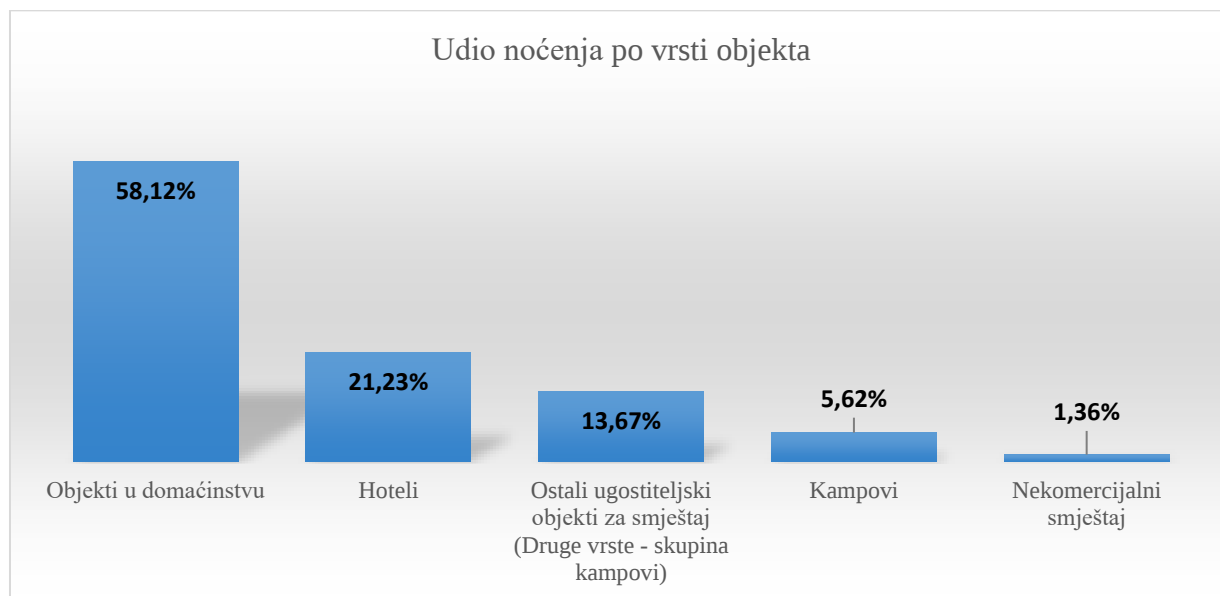
Nesigurnost će i u 2022. biti konstanta kada su u pitanju putovanja. Iako se ne može promijeniti ili predvidjeti svako iznenađenje koje dolazi može se samo prihvatiti. U proteklih godinu i pol na razne načine oslanjalo se na tehnologiju kako bi se ostalo povezano s drugima te pronašlo nadahnuće za dalje pa će i dalje aplikacije pomagati da se na putovanjima putnici nose s različitim nepoznicama - čak 49% ispitanika smatra da im tehnologija smanjuje nervozu povezanu s putovanjima. Dakle, može se očekivati još veća popularnost prediktivnih tehnologija koje putnicima na razne načine pomažu, osobito ako se uzme u obzir da 56% putnika zanimaju inovativne usluge koje bi mjesecima unaprijed mogle predvidjeti koje su zemlje sigurne za putovanja ili automatski predlagati odredišta koja je lako posjetiti s obzirom na mjere povezane sa suzbijanjem COVID-19 zaraze (51%). Bez obzira na to koliko su automatizirana predviđanja točna, kako bi svi u potpunosti prihvatili novo, nepredvidivo normalno, industrija putovanja i dalje mora prioritzirati fleksibilnost – to potvrđuju i odgovori ispitanika koji kao top tri prioriteta za putovanja navode sigurnost da neće izgubiti novac (53%), besplatno otkazivanja (48%) i mogućnost izmjene termina putovanja (39%).

Istraživanje UNWTO-a pokazuje da većina turističkih djelatnika očekuje danji oporavak uslijed zaostale potražnje za međunarodnim putovanjima 2022. godine, uglavnom tijekom drugog i trećeg tromjesečja. Gotovo polovica svih stručnjaka (45%) i dalje predviđa da će se međunarodni turizam vratiti na razinu 2019. tek 2024. godine ili kasnije, dok 43% ukazuje na oporavak 2023. Prema regijama, najveći udio stručnjaka ukazuje na povratak na razine 2019. godine 2024. godine. ili kasnije su u Aziji i na Pacifiku (58%), u Europi polovica ispitanika smatra da bi se to moglo dogoditi 2023., dok su predviđanja za Bliski istok najoptimističnija, gdje se potpuni oporavak očekuje do 2022. godine.

Ostvareni turistički rezultati u 2021. godini

Prema podacima sustava eVisitor u Splitu je od siječnja do listopada 2021. godine ostvareno 457.971 dolazaka i 1.678.218 noćenja. Riječ je o dva puta većem ostvarenom turističkom prometu u odnosu na 2019. godinu (indeks dolazaka 234, indeks noćenja 208). Najbrojniji su bili turisti iz Njemačke, Francuske i domaći turisti. U nastavku je prikazan turistički promet vodećih 10 emitivnih tržišta i udio ostvarenih noćenja po vrstama objekta.

Država	Dolasci	Usporedba dolasci	Indeks dolasci	Noćenja	Usporedba noćenja	Indeks noćenja
Njemačka	52.676	24.767	212,69	234.155	126.221	185,51
Francuska	52.482	16.838	311,69	187.958	64.147	293,01
Hrvatska	54.972	38.017	144,60	147.248	108.479	135,74
Poljska	25.015	16.412	152,42	136.188	93.768	145,24
SAD	42.459	6.301	673,85	120.564	33.235	362,76
Ujedinjena Kraljevina	30.669	17.226	178,04	110.751	66.443	166,69
Nizozemska	27.011	4.297	628,60	99.902	17.190	581,16
Češka	9.485	5.050	187,82	52.320	28.674	182,46
Austrija	10.533	3.987	264,18	40.913	16.743	244,36
Švicarska	12.125	4.772	254,09	40.851	18.126	225,37



STRATEŠKI CILJEVI

Dugoročni i kratkoročni strateški ciljevi i plan aktivnosti

Prilikom definiranja strategije i provedbenog plana Turističke zajednice grada Splita, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani Zakonom o turističkim zajednicama, pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja, u skladu s nacionalnom strategijom razvoja turizma.
- osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda.
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije.

Strateške smjernice definirane su Glavnim planom razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije(2017-2027), Strateškim marketinškim planom destinacije Split 2017-2022 i Strateškim planom brendiranja integriranog programa Splita kao grada sporta i kulture izrađenog u sklopu EU projekta Split – mjesto dodira sporta i kulture. Definirana je **željena slika grada** Splita kao turističke destinacije:

„Stabilnim, diversificiranim i održivim razvojem svih aspekata življenja, Split je prepoznat kao poželjan domaćin svojim građanima i gostima, 365 dana u godini.“

Kao **vrijednost daljnjeg razvoja** turizma grada Splita istaknuti su:

1. *Cjelogodišnji turizam -> bolja iskorištenost kapaciteta, veća profitabilnost, održivost;*
2. *Značajan multiplikativni efekt -> diversificirani razvoj, povećanje BDP-a grada, otpornost/elastičnost;*
3. *Odgovornost prema baštini, ukupnim resursima, lokalnom stanovništvu -> stabilnost i održivost.*

Glavni ciljevi za 2022. godinu i akcijski plan

1. Sustavno planiranje i kontrola razvoja destinacije

Prezentirati i zagovarati strateške smjernice pred Skupštinom TZ-a i gradskim tijelima (gradonačelnikom, GV-em, stručnim službama);

Poticati i sudjelovati u strateškom planiranju razvoja turizma i brendiranja destinacije, uz participaciju svih dionika;

Izrađivati godišnje planove - planirati i zagovarati osiguravanje potrebnih resursa (financijskih, ljudskih, tehnoloških, materijalnih...);

Provoditi redovnu kontrolu godišnjih aktivnosti i rezultata, te ciljeva strateškog razvoja destinacije.

2. Unaprijediti sustav informiranja, komunikacije i suradnje među grupama dionika

Na web stranici TZ-a uspostaviti podstranice za turiste, direktne dionike ponude (B2B) i stanovništvo;

Razvijati sadržaje/informacije obzirom na grupe dionika i preusmjeriti svu/najveći dio komunikacije s dionicima na web-podstranice;

Razvijati ostale oblike informiranja i komunikacije:

- razviti mobilnu aplikaciju
- provoditi daljnje obilježavanje ulica/objekata/sadržaja u cijeloj destinaciji, uz odgovarajuću turističku signalizaciju
- kontinuirano informirati i osposobljavati djelatnike TIC-eva
- organizirati redovne prezentacije
- slati redovne objave za medije i organizirati prigodne konferencije za medije

3. Jačati suradnju, umrežavanje i koordinaciju dionika

Jačati intenzitet i sustavnost suradnje TZ-a i direktnih dionika radi koordinacije/usklađivanja i pozicioniranja ponude destinacije;

Poticati i sudjelovati u aktivnom unutarsektorskom/horizontalnom umrežavanju i jačanju direktnih dionika (uz koordinaciju s postojećim udruženjima pri HGK-u i HOK-u);

Inicirati i sudjelovati u međusektorskoj (dijagonalnoj i vertikalnoj) suradnji (ugostitelja, agencija, kulture, sporta, zdravstva, sveučilišta, javnih tijela...) radi kreiranja, unapređivanja, interpretiranja i promocije turističkih proizvoda;

Jačati suradnju javnih tijela/dionika okolice, primarno TZ-ova (nadilazeći administrativne ingerencije), u razvoju, povezivanju i promociji turističkih proizvoda grada i okruženja;

U suradnji s gradskim službama i organizatorima manifestacija inicirati zajedničko upravljanje kalendarom svih manifestacija (kulturnih, zabavnih, sportskih, poslovnih) i sustavom potpora poticati vremensku i prostornu disperziju te međusobno povezivati javni i privatni sektor te organizatore manifestacija.

4. Unaprjeđivati ključna obilježja destinacije zajednička svim proizvodima

Razvijati pozitivnu percepciju prema turizmu i odgovoran stav prema gradskim resursima;

Provoditi kampanje podizanja svijesti o kompleksnosti, važnosti i učincima turizma za lokalnu zajednicu (medijskim istupima, objavama na web stranici, promocijom pozitivnih primjera iz prakse i sl.);

Komunicirati prema svim dionicima nužnost odgovorne valorizacije svih gradskih resursa (prostornih, kulturnih, prirodnih);

Organizirati i sufinancirati kontinuirane programe cjeloživotnog obrazovanja;

Poticati izvrsnost izborom i nagrađivanjem NAJ (u suradnji s institucijama koje provode slične izbore ili su nadležne za pojedine kategorije);

Provoditi stalno ocjenjivanje/izbor od strane turista i stanovništva;

Sudjelovati u aktivnostima daljnjeg unaprjeđenja zračne povezanosti van sezone (uključujući niskobudžetne letove), obzirom na strateške turističke proizvode, ciljne segmente i emitivna tržišta;

Unaprjeđivati smještajnu ponudu poticanjem (informiranjem, educiranjem, financijskim potporama i sl):

- Njegovati atmosferu i duh grada
- Komunicirati važnost očuvanja autentične atmosfere i duha grada (posebno u staroj gradskoj jezgri)

- Osmisliti nove i unaprijediti postojeće priče (storytelling) o Splitu, poznatim osobama, događajima, tradicionalnom načinu života i sl.
- Proaktivno podržavati razvoj autohtonih proizvoda i usluga

Komunicirati značaj lokalnog stanovništva i njihovog uključivanja u turističku potrošnju (osmisliti i poticati posebne aktivnosti za stanovništvo);

Razvijati i unaprjeđivati ponudu grada s ponudom okolice.

5. Provoditi sustavnu promociju destinacije

Kontinuirana promocija Splita kao zdravstveno sigurne destinacije.

Promovirati destinaciju u skladu sa strateškim smjernicama;

Usmjeriti promociju (prilagođenim porukama i kanalima) ciljnim segmentima i strateškim emitivnim tržištima;

Usmjeriti promociju (sadržaj i dinamiku) obzirom na željenu vremensku disperziju turističke potražnje/potrošnje u destinaciji;

U promociju integrirati jedinstvene vrijednosti: prepoznate pozitivne asocijacije -prirodne ljepote i kulturu, visoko ocijenjeno obilježje „atmosfera i duh“ u ozračju sigurnosti;

Promovirati ostala specifična obilježja i aktivnosti u skladu s integralnom marketinškom porukom;

Promovirati online kalendar svih manifestacija (kulturnih, zabavnih, poslovnih, sportskih);

Sustavno pristupiti promociji splitskog duha i stila života na otvorenom izbor slogana/simbola poput 'ko to more platit', grad tinel, picigin i sl.;

Provoditi ciljanu/tematsku promociju splitskih plaža;

Provoditi uzajamnu i zajedničku promociju proizvoda, manifestacija, atrakcija i tradicijskih elemenata s destinacijama u okruženju (kroz sve komunikacijske kanale);

Poticati i objavljivati blogove, video zapise, recenzije, fotografije turista (organizirati studijska putovanja za poznate blogere, natječaje za NAJ);

6. Sustavno razvijati nove proizvode

- **Zajedničke aktivnosti u razvoju novih proizvoda (poslovni, zdravstveni i sportski turizam)**

Uspostaviti specijalizirani ured/punkt za koordinaciju i promociju;

Sudjelovati na specijaliziranim sajmovima i organizirati studijske boravke za specijalizirane posrednike;

Raditi na otvaranju novih lokacija za uključivanje u ponudu poslovnog FTI turizma (ustanova, muzeja, galerija, povijesnih lokaliteta i sl.);

Baza kupaca: domaća i međunarodna udruženja, korporacije i PCO;

Razvijati suradnju i koordinaciju sa Sveučilištem po pitanju znanstvenih i stručnih skupova te studentske međunarodne razmjene;

- **Specifične aktivnosti u razvoju proizvoda zdravstvenog turizma**

Poticati elemente autentičnosti i tematsko profiliranje wellness ponude (npr. more, zrak, autohtono bilje);

- **Specifične aktivnosti u razvoju proizvoda sportskog turizma**

Uključivati prirodne resurse za bavljenje sportskim aktivnostima u ponudu (tematiziranje plaža, razvoj i tematiziranje biciklističkih staza, rekreacijski centri u prirodi i sl.);

U promociji proizvoda sportskog turizma valorizirati/ugrađivati sportske uspjehe/velikane grada;

Sudjelovati u organizaciji sportskih manifestacija i njihovoj optimalnoj vremenskoj disperziji (financijska potpora, suorganizacija, promocija);

Razvijati suradnju sa sportskim klubovima i savezima u organiziranju priprema i dobivanju domaćinstava natjecanja.

7. Unaprjeđivati postojeće proizvode

- **Unaprijediti postojeće i razvijati nove sadržaje kulturnog turizma**

Uvezati postojeću ponudu u tematske programe prema tematskom interpretativnom okviru;

Razvijati ponudu temeljenu na kulturi života i rada;

Unaprijediti prezentaciju i interpretaciju korištenjem suvremenih tehnologija;

- **Razvijati proizvod "eno-gastro" turizma**

U suradnji s udruženjima ugostitelja poticati raznolikost gastro ponude (primjeri dobre prakse, iskustva) i suorganizirati eno-gastro manifestacije različitih tematika;

U suradnji s udruženjima ugostitelja organizirati eno-gastro manifestacije i dane pojedinih vrsta tradicionalne hrane (npr. po „stađunima“, po blagdanima) te ih vezivati uz druge manifestacije;

Poticati umrežavanje i sudjelovati u radu udruženja ugostitelja i lokalnih proizvođača hrane;

U suradnji s udrugama ugostitelja, HOKom, HGK te TZSDŽ inicirati proces certificiranja objekata koji nude tradicionalnu dalmatinsku kuhinju;

U suradnji s udruženjem ugostitelja, raditi na uključivanju u međunarodne gastro vodiče;

U suradnji s Gradom i ostalim dionicima raditi na postizanju dogovora o kontinuitetu cjelogodišnjeg poslovanja ugostitelja.

- Unaprijediti proizvod "sunce i more"

Inicirati razvoj tematskih plaža (za različite tržišne segmente, različitih sadržaja), uz uvažavanje principa održivosti (u skladu s Planom održivog upravljanja plažama);

Inicirati stavljanje dijela plaža i sadržaja u funkciju tijekom cijele godine;

Poticati ispunjavanje uvjeta i prijavu za certificiranje što većeg broja gradskih plaža (npr. Plava zastava);

- Integrirati ponudu destinacije u yachting turizam

Ciljano komunicirati cjelovitu ponudu destinacije nautičarima u lukama, privezištima i sportskim lučicama.

PRIHODI

Polazne osnove za planiranje PRIHODA:

- **Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma**
- **Zakon o članarinama u turističkim zajednicama**
- **Zakon o turističkoj pristojbi**

koje je Hrvatski sabor donio na sjednici 9. svibnja 2019. godine.

Sukladno čl. 59. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, prihodi Turističke zajednice grada Splita su:

- turistička pristojba, sukladno posebnom propisu koji uređuje turističku pristojbu,
- članarina, sukladno posebnom propisu koji uređuje članarine u TZ,
- prihodi od obavljanja gospodarske aktivnosti,
- prihodi iz proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave,
- prihodi od drugih aktivnosti (sufinanciranja višeg i nižeg ustroja TZ),
- fondova Europske unije i drugih fondova.

Financijski plan Turističke zajednice grada Splita za 2022. godinu temelji se na ukupnim prihodima od 16.883.910 kuna, od čega temeljni prihod iznosi 13.483.910,00 kuna, a razliku predstavlja prijenos viška prihoda iz prethodnih godina. Financijski plan bazira se na prihodima od turističke pristojbe, članarine, prihoda iz proračuna Grada, prihoda od sustava TZ, prihoda iz EU fondova, prihoda od gospodarske djelatnosti i ostalih prihoda, uz preneseni višak prihoda. Ukupno planirani prihodi u iznosu od 2.873.910 kn su za 21% veći u odnosu na prihode temeljem izmjena i dopuna plana za 2021. godinu. Najveće učešće u strukturi izvora prihoda pripada prihodima od turističke pristojbe i članarine.

Polazne pretpostavke:

Prihodi od turističke pristojbe plaćaju se temeljem čl. 59 Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi kojim se uređuje obveza plaćanja turističke pristojbe, način utvrđivanja visine turističke pristojbe, raspoređivanje prikupljenih sredstava turističke pristojbe, rokovi i način naplate i uplate turističke pristojbe i druga pitanja. Turističke zajednice turističku pristojbu koriste za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada i financijskom planu. Po Zakonu o turističkoj pristojbi odluku o visini turističke pristojbe

donosi županijska skupština. Sredstva prikupljena turističkom pristojbom jedan su od najvažnijih prihoda sustava TZ usmjerena na financiranje promotivnih aktivnosti.

Pravilnikom ministar određuje minimalni i maksimalni iznos pristojbe, dok odluku o visini turističke pristojbe donosi županijska skupština. Županijska skupština Splitsko-dalmatinske županije na 38. sjednici, održanoj dana 14. prosinca 2020. godine, donijela je Odluku o visini turističke pristojbe na području Splitsko-dalmatinske županije za 2022. godinu. Najveći iznos turističke pristojbe ostvaruje se od noćenja u smještajnim objektima, koja po osobi iznosi 10,00 kn i godišnjeg paušalnog iznosa od 350,00 kn kojeg plaćaju privatni iznajmljivači po krevetu.

Raspodjela turističke pristojbe vrši se na način da se najprije izdvaja 1,0% za Crveni križ, zatim 3,5% za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i 2,0% za Fond za udružene turističke zajednice, a preostala sredstva dostavljaju se korisnicima:

- 65% sredstava Turističkoj zajednici grada Splita,
- 15% sredstava Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije i
- 20% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Od 65% sredstava Turističkoj zajednici grada Splita, 30% odmah se doznačuje na račun Grada Splita.

Sredstva turističke pristojbe za osobe koje koriste uslugu noćenja na plovnom objektu nautičkog turizma, HTZ uplaćuje turističkim zajednicama u kojima se ostvaruje promet u nautičkom turizmu, i to: 65% lokalnim turističkim zajednicama (od čega se 30 % sredstava doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana) za poboljšanje uvjeta boravka turista, 15% regionalnim turističkim zajednicama, a preostala sredstva HTZ će koristiti za promociju nautičkog turizma.

Sukladno navedenome, financijskim planom za 2022. godinu planiraju se prihodi od turističke pristojbe u iznosu od ukupno 5.722.910 kuna, što je za 24% više u odnosu na prihode planirane temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2021. godinu. Naime, uslijed odličnih rezultata turističke sezone, kao i posezone 2021., očekuje se nastavak pozitivnih trendova i u 2022. godini. Također, u 2021. godini Pravilnikom Ministarstva turizma i sporta privatni iznajmljivači su oslobođeni plaćanja pola godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe za glavni krevet i oslobođeni su plaćanja godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe za pomoćne krevete u cijelosti.

Prihodi od turističke članarine plaćaju se temeljem Zakona o članarinama u turističkim zajednicama kojim se uređuje obveza plaćanja članarine, osnovice i stope po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici, način plaćanja članarine, evidencija, obračun i naplata članarine te druga pitanja. Pravna i fizička osoba koja ima svoje sjedište, prebivalište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično, na području lokalne turističke zajednice koja je osnovana, koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavlja djelatnost koja ima korist od turizma, plaća članarinu turističkoj zajednici. Osnovicu za obračun članarine za pravne i fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dobit čine svi prihodi koje te osobe ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Osnovicu za obračun članarine za fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dohodak čine svi primici koje te osobe ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Visina članarine koju plaća pravna i fizička osoba ovisi o skupini u koju je razvrstana djelatnost kojom se pravna ili fizička osoba bavi te o pripadajućoj stopi za obračun i plaćanje članarine propisanoj Zakonom. Fizička osoba koja pruža ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaća godišnji paušalni iznos članarine za svaki krevet u sobi, apartmanu i kući za odmor, za svaku smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu te prema kapacitetu u objektu za robinzonski smještaj koji se koriste za pružanje usluga smještaja sukladno propisu kojim se uređuje obavljanje ugostiteljske djelatnosti. Poslove evidencije, obračuna i naplate članarine od pravnih i fizičkih osoba obavlja Porezna uprava, a u poslovnim knjigama turističke zajednice prihodi od turističke članarine evidentiraju se na temelju izvadaka sa žiro računa.

Raspodjela prihoda od turističke članarine vrši se na način da se najprije izdvaja 3,0% za Poreznu upravu, zatim 9,0% za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i 2,0% za Fond za udružene turističke zajednice, a preostala sredstva dostavljaju se korisnicima:

- 65% sredstava Turističkoj zajednici grada Splita,
- 15% sredstava Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije i
- 20% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Financijskim planom za 2022. godinu planiraju se prihodi od članarine u iznosu od 5.722.910 kuna, što je za 22% više u odnosu na ovu vrstu prihoda planiranu temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2021. godinu zbog očekivane veće gospodarske aktivnosti u 2022. godini.

Prihodi iz proračuna Grada planiraju se u iznosu od 1.000.000 kuna, što je za 47 posto manje u odnosu na izmjene i dopune plana za 2021. godinu. Spomenuta sredstva proračuna predstavlja potpora Grada Splita za realizaciju gradskih manifestacija kao i druge aktivnosti u skladu sa zajedničkim dogovorima i iskazanom suradnjom.

Prihode od sustava turističkih zajednica koji se planiraju u iznosu od 30.000 kuna uglavnom predstavljaju prihod od Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije za zajedničke promotivne nastupe (sajmovi, prezentacije...), sufinanciranje projekata, ostale potpore, participacije i sl. koje se provode na svim razinama sustava, sukladno odlukama, sporazumima i drugim načinima pisano regulirane suradnje.

Prihodi iz EU fondova

Turistička zajednica grada Splita partner je u strateškom projektu „Palača života - grad mijena“. Projekt „Palača života – grad mijena / Palace of life – City of changes“ financiran je sredstvima Europske unije a provodi se kroz ITU mehanizam Urbane aglomeracije Split. Korisnik je Grad Split, partneri su Turistička zajednica Grada Splita i Muzej grada Splita. Projekt „Palača života, grad mijena“, temeljen na obnovi, valorizaciji, prezentaciji i unaprjeđenju upravljanja UNESCO-ovim lokalitetom stare gradske jezgre s Dioklecijanovom palačom, uključujući pojedinačno zaštićena nepokretna kulturna dobra, kroz konzervatorsko-restauratorske i građevinske zahvate, interpretaciju, interaktivnu prezentaciju, poboljšanje pristupačnosti, edukaciju, održivo upravljanje posjetiteljima i resursom stare jezgre, marketingom, kao i uvođenjem primjerenih turističkih i ugostiteljskih sadržaja, doprinijeti će razvoju nove, disperzirane posjetiteljske infrastrukture te rasterećenju najopterećenijih lokaliteta stare gradske jezgre. Planirani prihodi od spomenutog projekta iznose 460.000,00 kn.

Prihodi od gospodarske djelatnosti odnose se na prihod od zakupa poslovnog prostora za bankomat PBZ-a u Stobreču i sponzorskih paketa za manifestacije.

Višak prihoda iz prethodnih godina ne prenosi se u prihode već se evidentira na posebnom računu 5221 – višak prihoda. Rezervirani višak prihoda može se koristiti za razne programe i aktivnosti sukladno odlukama TZ-a.

Ostali nespomenuti prihodi predstavljaju kamate na sredstva na računu i ostale neplanirane prihode od pravnih i fizičkih osoba. Ova vrsta prihoda planirana je u iznosu od 1.000 kn.

RASHODI- AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE PO VRSTAMA

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata:

- Studija turističkog prihvatnog kapaciteta grada Splita

Brzi rast turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji u zadnjih desetak godina je uz niz pozitivnih učinaka na gospodarstvo doveo i do negativnih posljedica, posebice prekomjernu gradnju i pritiske na prometnu i komunalnu infrastrukturu. Zbog toga je TZ Splitsko-dalmatinska županija 2018. inicirala izradu Studije prihvatnih kapaciteta u turizmu kako bi mogla uspješno upravljati izazovima vezanim uz prekomjerni rast turističkih aktivnosti i zasnivati svoj rast na načelima održivog razvoja. Takva načela sadržana su i u Glavnom planu razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017 – 2027). Budući da su problemi prihvatnog kapaciteta osobito izraženi u slučaju Grada Splita i njegove neposredne okolice, postoji potreba za izradom detaljnije studije prihvatnog kapaciteta koja bi bila fokusirana upravo na to područje. Kao osobito akutni problemi područja Grada Splita istaknuti u Studiji prihvatnog kapaciteta ističu se: • Najviša razina izgrađenosti u Županiji • Nezadovoljavajući kapacitet plažnog prostora u odnosu na potražnju • Podkapacitiranosti cestovne prometne infrastrukture i u kretanju i u mirovanju, uz istodobni prekomjerni rast pomorskog prometa u Gradskoj luci, što dovodi do konstantnih zagušenja u centralnoj zoni grada Splita • Rast razine netolerancije lokalnog stanovništva prema turistima • Zastarjelost važećeg GUP-a koji ne može odgovarajuće pratiti aktualni brzi turistički razvoj. • Nedostatak sadržaja namijenjenih turistima izvan prostora Dioklecijanove palače • Opterećenje sustava elektroopskrbe gotovo preko termičke granice prijenosa • Ugroženost sustava vodoopskrbe zbog ovisnosti o samo jednom izvoru (rijeka Jadro) i niskoj kvaliteti mreže • Podkapacitiranost kanalizacijske mreže i niska razina obrade otpadnih voda • Nefunkcionalnost sustava razdvajanja otpada u kombinaciji s nepostojanjem županijskog centra za gospodarenje otpadom odnosno izostankom saniranja odlagališta Karepovac.

Na potrebu posebnog pristupa Gradu Splitu kada je riječ o problemima prihvatnog kapaciteta upućuje i sve izraženiji proces gentrifikacije prostora Dioklecijanove palače, odnosno iseljavanja stalnog stanovništva, posebice kada je riječ o cijenama nekretnina i ugostiteljskih usluga. Stoga su u cilju što preciznijeg detektiranja ključnih problema i formuliranja učinkovitih mjera za njihovo rješavanje nužna i dodatna istraživanja poput utvrđivanja perioda 7 najvećih pritisaka na centralnu gradsku zonu na dnevnoj razini i ispitivanja stavova stanovnika pojedinih dijelova grada Splita i prigradskih područja. Glavni ciljevi Studije prihvatnog kapaciteta Grada Splita su precizno utvrđivanje ključnih opterećenja koje je uzrokovao prekomjerni turistički razvoj u zadnjih desetak godina te donošenje prijedloga prioriternih akcija koje bi doprinijele minimiziranju negativnih učinaka takvog razvoja na osnovi koncepta održivost kao opće prihvaćenog modela. Stoga bi ključno mjesto u ovoj studiji trebao imati prijedlog konkretnih akcija usmjerenih na postizanje održivosti razvoja Grada i njegove najbliže okolice, kao i jasno formulisane preporuke koje se odnose na učinkovito rješavanje prometne problematike, ekološki odgovorno ponašanje u području komunalne infrastrukture, odmicanje nepotrebnih sadržaja iz središnje urbane zone Grada i druga područja ugroza koja bi se trebala detektirati tijekom izrade ovog dokumenta.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Institut za turizam

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 150.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta:

- Istraživanje o digitalnim nomadima u Splitu i njihovim učincima na grad u 2022.

Polazište Digitalni nomadi su relativno neistražen segment potražnje. Kao nova ekonomska aktivnost, ali i novi kulturni fenomen, digitalni nomadi prepoznati su na turističkom tržištu kao katalizatori turističkog oporavka i jedno od rješenja za poticanje cjelogodišnjeg turizma. Grad Split i Splitsko-dalmatinska županija već su prepoznali dobrobiti i mogućnosti koje pruža gostoprimstvo digitalnim nomadima te su se aktivno uključili u privlačenje tog novog segmenta potražnje. U ožujku 2021. godine organiziran je panel pod nazivom Digitalni nomadi i njihov utjecaj na rastući trend dugoročnog najma privatnog smještaja, u svibnju je, uz suradnju s predstavnicima udruženja SplitTechCity organizirana hibridna konferencija pod nazivom Digitalni nomadi, splitska agencija VAJT dobila je nagradu IPRA Golden World

Award za projekt vize za digitalne nomade, neki smještajni objekti na području grada nudili su povoljne pakete za dugoročni boravak i slično. Danas, međutim, još uvijek nema jedinstvene i prihvaćene definicije digitalnih nomada, a slijedom toga niti relevantnih statističkih pokazatelja o veličini tog segmenta. Ovim projektom Grad Split bi među prvim destinacijama uspostavio sustav praćenja digitalnih nomada i njihovih učinaka na grad. Cilj studije je Razumijevanje pojma i fenomena "digitalni nomad" i "digitalno nomadstvo" kao životni stil • Utvrđivanje obilježja digitalnih nomada u svijetu i Europi • Utvrđivanje glavnih čimbenika odabira destinacije za digitalne nomade • Utvrđivanje trendova vezanih uz digitalne nomade • Utvrđivanje obilježja digitalnih nomada u Splitu • Utvrđivanje prednosti i nedostataka Splita kao destinacije za digitalne nomade • Procjena učinaka digitalnih nomada na grad

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Institut za turizam

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 70.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:

- Mediatoolkit

Mediatoolkit je alat za praćenje online medija u stvarnom vremenu. Pretražuje sadržaj na više od 100 milijuna web stranica i društvenih mreža te nalazi teme koje su bitne za poslovanje. Čim se nešto novo objavi, korisnici dobiju obavijest mailom ili preko mobilne aplikacije. Cilj korištenja ovog alata je pravovremena i kontinuirana analiza online objava u medijima o projektima

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Mediatoolkit

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Analiza učinkovitosti online oglašavanja

Kroz 2022. godinu biti će provedeno nekoliko online kampanja za čije praćenje će biti realizirana analiza učinkovitosti.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Stardigital do.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

- Projekt IQM Destination

Projekt IQM Destination (eng. integrated quality management) označava sustav integriranog upravljanja kvalitetom destinacije. Projekt je usklađen sa nacionalnim smjernicama, te Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, NPR 2020. Integralnim sustavom kvalitete u destinaciji konceptualno postavljenim na ovaj način želimo naglasiti i implementirati kvalitetu koja potiče kontrolirani i kontinuirani napredak u proizvodima i uslugama u destinaciji. Projekt IQM Destination se trenutno provodi na području: Grada Malog Lošinja, Grada Hvara, Grada Vodice, Lika destinacije sa NP Plitvička jezera, Grada Karlovca, na području Požeško-slavonske županije, te od ovog mjeseca Dunav i Srijem.

Standardi u destinaciji kod donošenja IQM prilagođavaju se autentičnosti i pozicioniranju destinacije. Tijekom implementacije standarda prate se promjene u kvaliteti, održavamo individualne i grupne koordinacije sa subjektima, proaktivno sudjelujemo u rješavanju izazova te inoviramo poslovna rješenja individualnim pristupom, u vidu preporuka za poboljšanje poslovanja. Koncept IQM Destination projekta prilagođen je potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu, te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom.

Ciljevi projekta su:

- podizanje kvalitete usluge u brojnim segmentima u turističkoj destinaciji
- edukacija prilagođena potrebama turističkih djelatnika i svih subjekata koji su umreženi u turizmu destinacije
- pozicioniranje i brendiranje destinacije
- mjerenje kvalitete i težnja napretku u inovacijama
- osnaživanje ukupnog brenda destinacije temeljenog na kulturi

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica Grada Splita, Grad Split, Privatni i javni sektor: hotelijeri, kampovi, privatni smještaj, restorani, lokalni proizvođači, turističke agencije, suvenirnice, trgovine, komunalna društva u destinaciji, odgojno-obrazovne ustanove, udruge, zadruga i sl.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 150.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti (druga faza): prosinac 2022.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

Bike&Bed oznaka kvalitete

„Central Dalmatia Bike & Bed“ je projekt koji je pokrenula Turistička zajednica Splitsko-Dalmatinske županije. Cilj projekta je podizanje kvalitete usluge turističke ponude cikloturizma, standardizacija kvalitete cikloturističkih usluga, postizanje bolje tržišne prepoznatljivosti, promocija na turističkom tržištu, te organizacija zajedničkih programa edukacije i pokretanje zajedničkih programa obuke.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica Splitsko- dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:

- Sudamja

Višestoljetna tradicionalna proslava blagdana svetog Dujma vjerski je, kršćanski blagdan, ali za Split on ima značenje gradskog rođendana. Organizacija se provodi u suradnji s Gradom Splitom, Splitsko-makarskom nadbiskupijom, udrugama i kulturno umjetničkim društvima. Program proslave sv. Dujma, splitskoga zaštitnika, jedinstven je, možda i najsplitskiji događaj koji posjetiteljima približava dugu i bogatu tradiciju feštanja u Splitu. Od ranoga jutra sve do kasnih noćnih sati više od sto tisuća građana Splita i njihovih brojnih gostiju iz cijele Dalmacije i Hrvatske uživat će u zabavnim sadržajima, kulturnim zanimljivostima, izložbama. Pučka fešta, klupska pjesma, folklor na Rivi, sportska natjecanja (regata Sveti Duje), okupljanje na Marjanu, u Varošu, samo su dio događanja koja se realiziraju kroz mjesec dana. U programu sudjeluje lokalno stanovništvo ali i brojni domaći i strani turisti.

Cilj manifestacije je promocija bogate materijalne i nematerijalne kulturne baštine te pružanje jedinstvenog doživljaja kako lokalnom stanovništvu tako i domaćim i stranim posjetiteljima. Ova manifestacija njeguje identitet i tradiciju a posebnu važnost ima u povezivanju i međusobnoj suradnji javnog i privatnog sektora.

Trošak se odnosi na troškove online kampanje manifestacije, tiska programskih letaka, organizacije programa (na Rivi, u HNK, Marjanu, Varošu), trošak pozornice, razglasa i rasvjete, angažman izvođača i trošak sufinanciranja dodatnih projekata vezanih za Sudamju.

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Split, Splitsko-makarska nadbiskupija, Turistička zajednica grada Splita, Spalatum DMC, kulturno- umjetničke udruge i institucije i ostali partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 500.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2022.

- Split Maraton

Manifestacija je tradicionalna manifestacija koja već 23. godine za redom postaje glavni motiv dolaska u Split u posezoni i značajno utječe na popunjenost smještanih kapaciteta. Cilj manifestacije je promocija Splita kao grada sporta i kulture te razvoj sportskog turizma kao jednog od vodećih turističkih proizvoda održivih na razini cijele godine. Dodatan cilj projekta je okupljanje i udruživanje javnog i privatnog sektora i međusobna koordinacija u razvoju cjelogodišnje turističke ponude. Manifestacija će se održati od 21. do 26 rujna 2021. godine. Financiranje će se realizirati temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije a trošak se odnosi na trošak promocije manifestacije i troškove staze (Razglas i LED ekran, brendiranje startnih vrata, elektronsko mjerenje rezultata, zaštitarska služba, trošak postavljača staze, trošak policijskog osiguranja, trošak tehničkog osoblja).

Nositelj aktivnosti i partneri: Maraton klub Marjan, Grad Split, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 300.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2022.

- Rimska događanja- Car Dioklecijan

Od svibnja do listopada jednom tjednom održavaju se antička događanja koja se realiziraju kroz pet precizno osmišljenih programa;

„Obraćanje cara Dioklecijana“ (Govor cara Dioklecijana, izlazak pretorijanske straže, formacije legije i borbe gladijatora), „Rimski marš“ (Šetnja po jezgri palače uz zaustavljanja i fotografiranja sa sugrađanima i posjetiteljima), „Uspomena na carski Split“ (Nezaboravna slika uz cara Dioklecijana i caricu Prisku te Pretorijansku stražu na Peristilu), „Praetorian“ (Fotografiranje u originalnoj replici kostima rimskog vojnika, težine do 17 kg), „Sapere aude – usudi se znati“, (Interaktivno-poučni program u kojem sudjeluju posjetitelji našeg Grada i car Dioklecijan), Pozdrav i obraćanje cara Dioklecijana, Sapere Aude/Usudi se znati, Rimski marš te Uspomena na carski Split.

Ova manifestacija ima za cilj interpretirati i oživiti kulturno- povijesnu baštinu kroz storytelling. Ovim projektom jača se suradnja s kulturnim institucijama i pruža jedinstven doživljaj turistima u destinaciji.

Troškovi se odnose na trošak izrade video spota, trošak online promocije, angažman fotografa, angažman glumaca i 24 pretorijanska vojnika, produkciju i tehničku produkciju, trošak redara.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, HNK Split

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 600.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2022.

- Koncertni program: Riva, trgovi grada, Podrumi

Manifestacija u organizaciji Turističke zajednice grada Splita, počinje sredinom lipnja i traje do sredine rujna. Sadrži razne događaje, kao što su: festival uličnih zabavljača, klasični koncerti u podrumima Dioklecijanove palače, kulturno zabavni koncerti na Rivi. Ponudom bogatog i raznolikog koncertnog programa Turistička zajednica grada Splita želi svima približiti turističku, kulturnu, povijesnu i gastro-enološku baštinu grada. Domaćoj publici i gostima iz dana u dan pjevati će muške i ženske klappe i nastupati brojna kulturno umjetnička društva. U 2021. godini ugostiti ćemo umjetnike iz cijeloga svijeta te ćemo omogućiti mladim bendovima da se predstave splitskoj publici.

Cilj projekta je promocija materijalne i nematerijalne baštine grada Splita te bogaćenje sadržaja s ciljem unaprjeđenja kvalitete boravka turista u destinaciji.

Troškovi se odnose na trošak marketinške kampanje, redizajn logotipa i snimanje promotivnog video spota, izradu plakata namijenjenih promociji, troškove angažmana

glazbenih izvođača; angažman voditelja programa; trošak pozornice, razglasa i rasvjete; troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana, piće i smještaj određenih sudionika).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 1.000.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2022.

- Revija urbane kulture-Evo ruke

Manifestacija Revija urbane kulture-Evo ruke nizom koncerata i performansa pretvara splitski Đardin u pravi sajam jazza, bluesa i rock&rolla. Cilj manifestacije je promocija Splita kao grada glazbe, unaprjeđenje ponude u destinaciji te suradnja sa lokalnim i stranim glazbenicima.

Financiranje će se realizirati temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije a trošak se odnosi na trošak promocije manifestacije, troškove angažmana glazbenih izvođača, trošak pozornice, razglasa i rasvjete.

Nositelj aktivnosti i partneri: Wolfman j.d.o.o., Turistička zajednica grada Splita, Grad Split.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2022.

- Advent u Splitu, Nova godina

Advent u Splitu manifestacija je koja godinama bogati turističku ponudu Splita u zimskim mjesecima. Božićnim sajmom, brojnim glazbenim nastupima, svjetlosnim instalacijama, izložbama, gastro događanjima i ostalim projektima, čini jedinstvenu manifestaciju koja traje 40 dana i postaje glavni motiv dolaska stranih i domaćih turista

Cilj manifestacije je generiranje turističkog prometa u posezoni, unaprjeđenje kulturno-zabavne ponude za lokalno stanovništvo te domaće i strane turiste. U projektu sudjeluju kulturne institucije, udruge, lokalni proizvođači, glazbenici, ugostitelji te predstavlja primjer suradnje javnog i privatnog sektoru na razvoju sadržaja s ciljem produljenja turističke sezone.

Trošak se odnosi na izradu koncepta, marketinšku kampanju, vizualni identitet, trošak fotografija i snimanje promotivnog video spota, izrada plakata namijenjenih promociji i najavi, troškovi izrade materijala i suvenira, angažmana glazbenih izvođača, tehnička

produkcija, izrada foto punktova, sufinanciranje adventskih projekata muzeja, trošak sufinanciranja adventske autobusne linije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Split, Turistička zajednica grada Splita, Žnjan do.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 1.000.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj 2023.

- Splitsko ljeto

Splitsko ljeto umjetnički je festival koji svoju nacionalnu i međunarodnu reputaciju gradi još od polovice 20. stoljeća. Uz Dubrovačke ljetne igre, to je festival s najdužom i najblistavijom tradicijom klasičnog spektra scenskih umjetnosti (opera, drama, balet, koncert...), koji s vremenom širi lepezu zbivanja: od jazz koncerata i filmskih revija, do izložbi, performancea i uličnog kazališta. Najustrajniji i najjači organizacijski nosilac festivala je HNK Split, nacionalno kazalište koje predstavlja nezaobilazno i ključno mjesto u kulturnom životu Splita i jednu od najvitalnijih točaka u kazališnom životu cijele Hrvatske.

Cilj projekta je očuvanje tradicije, promocija Splita kao grada kulture, suradnja s kulturnim institucijama, i pružanje jedinstvenog doživljaja lokalnom stanovništvu i turistima.

Nositelj aktivnosti je Hrvatsko narodno kazalište u Splitu a Turistička zajednica grada Splita sufinancirati će ovaj najznačajniji kulturni projekt temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: HNK Split, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2022.

- Smjena straže

Projekt pod vodstvom Hrvatskog narodnog kazališta Split, koji se pokazao kao jedna od glavnih atrakcija koja pruža jedinstven doživljaj turistima. I u 2022. godini svaki dan točno u 12 sati na carskom trgu Peristilu, sve okupljene pozdravljati će Car i Carica uz rimske pretorijance.

Cilj projekta je oživiti kulturno- povijesnu baštinu kroz storytelling i promocija bogate antičke povijesti Splita.

Troškovi se odnose na trošak promocije, angažman glumaca, pretorijanska vojnika, produkciju i tehničku produkciju, trošak redara.

Nositelj aktivnosti i partneri: HNK Split, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 300.000,00kn

- Splitski festival

Festival zabavne glazbe Split ili kraće Splitski festival jedan je od najpopularnijih festivala zabavne glazbe u Hrvatskoj, i već je više od 50 godina svojevrsni simbol našega grada. O njegovu značaju i popularnosti svjedoči i podatak da je dosad izvedeno više od 800 festivalskih pjesama najznačajnijih domaćih autora.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita temeljem objavljenog Javnog poziva za izbor organizatora manifestacije „Festival zabavne glazbe Split 2020 - 2022“, na sjednici Turističkog vijeća održanoj dana 29. kolovoza 2019. godine, donijelo je Odluku o prihvatanju ponude tvrtke Dalmacija koncert d.o.o., koja je ujedno jedina pristigla ponuda. Tvrtka Dalmacija koncert d.o.o. je odabrana za organizatora manifestacije „Festival zabavne glazbe Split 2020-2022“.

Cilj projekta je promocija Splita kroz glazbu, poticanje suradnje s umjetnicima i unaprjeđenje kulturno- zabavne ponude u Splitu.

Trošak se odnosi na trošak promocije, tehničke produkcije, trošak reprezentacije sudionika.

Nositelj aktivnosti i partneri: Dalmacija koncert d.o.o., Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 500.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2022.

- Mali Split

Mali Split tradicionalni je festivalu koji na Prokurativama okuplja više od 100 djece. Ovaj festival godinama bogati turističku ponudu i u Split dovodi djecu iz cijelog svijeta. Mali Split

već 29 godina za redom ima posebnu sociološku vrijednost u povezivanju djece Splita sa djecom iz cijelog svijeta i njihovog razvoja kroz glazbu i ples. Također, sigurna sam da će lijepe uspomene koje djeca ponesu sa sobom iz Splita, jednog dana biti motiv njihovog ponovnog dolaska u Split. Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita temeljem objavljenog Javnog poziva za izbor organizatora manifestacije „Dječji festival Mali Split 2020 - 2022“, na sjednici Turističkog vijeća održanoj dana 29. kolovoza 2019. godine, donijelo je Odluku o prihvaćanju ponude udruge Mali Split, koja je ujedno jedina pristigla ponuda. Udruga Mali Split je odabrana za organizatora manifestacije „Dječjeg festivala Mali Split 2020-2022“.

Cilj projekta je unaprjeđenje sadržaja za obitelji s djecom i promocija Splita kroz glazbu.

Nositelj aktivnosti i partneri: Udruga Mali Split, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2022.

- Ultra Europe

Festival Ultra Europe jedno je od najvažnijih glazbenih događanja u Europi jer donosi jedinstvenu kombinaciju najpopularnijih izvođača današnjice te nova imena koja privlače ljubitelje elektroničke glazbe iz svih dijelova svijeta. Ultra Europe velika je manifestacija koja daje dodatnu vrijednost postojećoj turističkoj ponudi Splita.

Organizator manifestacije je tvrtka MPG Live d.o.o. a Turistička zajednica grada Splita sufinancirati će projekt temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

Cilj manifestacije je povećanje turističkog prometa i turističke potrošnje te promocija prirodne i kulturne baštine Splita kroz glazbu.

Nositelj aktivnosti i partneri: MPG Live d.o.o., Grad Split, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 200.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2022.

- Gastro festivali

Festival Taste the Mediterranean jedinstveni je događaj u cilju promicanja mediteranske prehrane, naročito hrane, kulture, tradicije, proizvoda i načina života koji su se razvili tijekom stoljeća duž obala ovog čarobnog mora u srcu Europe. Iz godine u godinu Festival privlači brojne posjetitelje i turiste, te postaje nezaobilazno mjesto okupljanja međunarodnih F&B stručnjaka, chefova, proizvođača, nutricionista, novinara, te zaljubljenika u mediteransku hranu. Festival je idealno mjesto za razmjenu iskustava, za stvaranje poslovnih kontakata, te predstavljanje i promoviranje destinacije. Festival Taste the Mediterranean, kao kulturni i gurmanski događaj, predstavlja različite aspekte mediteranske prehrane kroz niz radionica, izložbi, okruglih stolova, jedinstvenih mediteranskih večera, kulinarskih prezentacija, vinskih degustacija i drugih događaja.

Split Gourmet Expo izložba je splitskih restorana, konoba i hotela koja se održava jednom godišnje uz podršku Turističke zajednice grada Splita. Riječ je o manifestaciji kojom se sustavno promovira Split kao cjelogodišnja gourmet destinacija izvrsnosti, a objedinjuje gastro izložbu biranih jela splitskih ugostiteljskih objekata na 30-metarskom stolu na splitskoj Rivi, natjecanje i promociju kroz medije te publikaciju o sudionicima s receptima. Gastro natjecateljske izložbe organiziraju se sa svrhom podizanja kvalitete ugostiteljske ponude i konkurentnosti. Projekt je započeo 2007. godine Miro Bogdanović sa suradnicima na području Dalmacije te je kasnije obuhvatio i razne gradove na području cijele Republike Hrvatske. Osim navedenih provodit će se i ostala gastro događanja u suradnji s ugostiteljima grada Splita.

Cilj projekata je razvoj gastro ponude, podizanje kvalitete ugostiteljske ponude, promocija autohtonih jela te i promocija Splita kao visoko kvalitetne turističke destinacije.

Trošak se odnosi na trošak promocije i izrade promotivnih materijala, tehničke produkcije, trošak reprezentacije sudionika, trošak angažmana kuhara.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, SKMER, Taste the Mediterranean, ugostitelji grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 300.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Uskrs u Splitu

Uskršnja događanja obuhvatit će niz projekata namijenjenih promociji lokalne tradicije i slavljenja Uskrsa u Splitu. Trošak obuhvaća trošak angažmana izvođača, nabave namirnica, trošak promocije i trošak tehnike.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2022.

- Zlatna penkala

Hrvatska turistička zajednica 2005. godine ustanovljuje nagradu «Zlatna penkala» s ciljem isticanja vrijednosti profesionalnog pristupa pisanju o Hrvatskoj i njenom turizmu, svjesna kako važan doprinos turističkom uspjehu daju i inozemni turistički novinari. Od tada do danas, svake se godine u sklopu projekta organizira studijsko putovanje uz svečanu dodjelu nagrada za predstavnike medija koji su objavili najbolje radove u godini ranije. Putovanje je izvrsna prilika da se pokaže nova destinacija u Hrvatskoj te da se ujedno zahvali novinarima, urednicima, ali i blogerima i influencerima za predstavljanje hrvatskih ljepota i turističkih posebnosti čitateljima, gledateljima i slušateljima u medijima u kojima rade. Nagrade se dodjeljuju za najbolje tekstove, radio i TV priloge o hrvatskom turizmu, za najbolju blog objavu te najbolju objavu na društvenim mrežama. Turistička zajednica grada Splita i Turistička zajednica Splitsko- dalmatinske županije domaćini su dodjele nagrade Zlatna penkala u 2022.godini.

Trošak obuhvaća trošak organizacije boravka novinara, troškove reprezentacije, program, stručna vođenja, troškove organizacije svečane dodjele i trošak promocije događaja.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Hrvatska turistička zajednica

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2022.

- Smotra klapa i sajam u Žrnovnici

Smotra klapa i sajam u Žrnovnici tradicionalno se organiziraju uz rijeku Žrnovnicu a nastupaju brojne muške i ženske klape i KUD-ovi. Cilj projekta je valorizacija nedovoljno turistički valoriziranih lokaliteta i promocija tradicionalnih proizvoda, jela i glazbe. Trošak se odnosi na trošak angažmana sudionika, reprezentacije, promocije i tehničke produkcije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Udruga Žrvanj

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 20.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2022.

- Slatinsko ljeto

Slatinsko ljeto manifestacija je koja obuhvaća niz koncerata zabavnog i kulturnog karaktera a koja se održava u ljetnim mjesecima. Cilj projekta je valorizacija nedovoljno turistički valoriziranih lokaliteta i promocija tradicionalnih proizvoda, jela i glazbe. Trošak se odnosi na trošak promocije, angažmana sudionika i tehničke produkcije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Mjesni odbor Slatine, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 20.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2022.

- Fešta sv. Lovre u Stobreču

Blagdan sv. Lovre je fešta gradića Stobreča koja slavi svog zaštitnika sv. Lovru, a održava se u kolovozu. Tijekom fešte posjetitelji mogu uživati u koncertnim večerima, smotrama klapa i kulturno-umjetničkim društvima, ribarskim noćima uz besplatnu ribu i vino, nogomet i odbojku na salbunu, mini plivački maraton, tenis, golf, i tradicionalni šahovski turnir. Trošak se odnosi na trošak angažmana sudionika, reprezentacije, promocije i tehničke produkcije. Cilj projekta je valorizacija nedovoljno turistički valoriziranih lokaliteta i promocija tradicionalnih proizvoda, jela i glazbe.

Nositelj aktivnosti i partneri: Mjesni odbor Stobreč, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2022.

- Praznik cvijeća

Cilj projekta je promocija umjetnosti i obrta na području Splita i kreativna valorizacija kulturne baštine.

Nositelj aktivnosti i partneri: Udruženje obrtnika Splita, Turistička zajednica grada Splita, Grad Split

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 200.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2022.

- Međunarodni šahovski turnir

Cilj projekta je razvoj sportskih sadržaja i promocija Splita kao grada Sporta.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, šahovski klubovi

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Europsko prvenstvo u vaterpolu

Cilj projekta je razvoj sportskih sadržaja i promocija Splita kao grada Sporta.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Grad Split, Hrvatski vaterpolski savez

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- ATP teniski turnir

Cilj projekta je razvoj sportskih sadržaja i promocija Splita kao grada Sporta.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Grad Split, organizatori manifestacije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Ljetni Krnjeval

Cilj projekta je razvoj zabavnih sadržaja u predsezoni.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 200.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Pričigin

Cilj projekta je razvoj edukativnih i zabavnih sadržaja koji promoviraju tradiciju i duh destinacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, organizator manifestacije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Izložba pasa

Cilj projekta je promocija Splita kao petfriendly destinacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, organizator manifestacije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 30.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2022.

- Festival mediteranskog filma Split

Cilj projekta je razvoj turističkih sadržaja u predsezoni i promocija Splita.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, organizator manifestacije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

- Cili svit u Split

Cilj projekta je razvoj zabavnih sadržaja u posezoni.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 200.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

2.5. Podrška turističkoj industriji:

- Javni poziv za projekte

Temeljem raspisanoga poziva i ponuđenih programa Turistička zajednica grada Splita sponzorirat će i pomagati realizaciju projekata i programa koji doprinose oporavku turizma i motiviraju turiste na dolazak. Kriteriji za dobivanje novčane potpore su: očuvanje sigurnosti sudionika, poticanje razvoja ključnih selektivnih oblika turizma, temeljne značajke, mjesto održavanja i trajanje, održivost, sudjelovanje interesnih subjekata javnog i privatnog sektora u organizaciji i realizaciji, promocija i medijska pokrivenost projekta, ekonomski i drugi učinci.. Odluku o potporama donosi stručno povjerenstvo.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 500.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Potpore po odluci Turističkog vijeća

Cilj podrške turističkoj industriji je razvoj turističke ponude i proizvoda održivih na razini cijele godine. U skladu s globalnom pandemijom, naglasak će biti na potpori projektima i manifestacijama koji omogućavaju fizičku distancu te onim projektima koji doprinose razvoju kulturnog, sportskog, zdravstvenog i gastro turizma te očuvanju kulturnih i prirodnih resursa.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 500.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Potpore po odluci direktora/ice

Cilj realizacije potpora je poticanje projekata i manifestacija koje utječu na razvoj cjelogodišnjeg i održivog turizma. Prilikom dodjele potpore projektima naglasak će biti na projektima koji unaprijeđuju ključna obilježja destinacije: atmosferu/duh; bogatstvo kulturno-povijesne baštine; vrijednost za novac; uređenost plaža (čistoća, sadržaji...); kvalitetu smještaja; gastronomsku ponudu.

Nositelj aktivnosti i partneri: Direktor/ica Turističke zajednice grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

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

Turistička zajednica grada Splita u 2022. godini redizajnirati će komunikacijske materijale i definirati *brend* destinacije. Trošak se odnosi na trošak izrade grafičkih standarda i kreiranja grafičkih rješenja.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 200.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022

- Strategija razvoja, pozicioniranja i promocije branda s komunikacijskom strategijom i knjigom grafičkih standarda

Strategija se izvodi u sklopu EU projekta „Palača života – grad mijena / Palace of life – City of changes“ koji se provodi kroz ITU mehanizam Urbane aglomeracije Split. Korisnik je Grad Split, partneri su Turistička zajednica Grada Splita i Muzej grada Splita.

Projekt „Palača života, grad mijena“, temeljen na obnovi, valorizaciji, prezentaciji i unaprjeđenju upravljanja UNESCO-ovim lokalitetom stare gradske jezgre s Dioklecijanovom palačom, uključujući pojedinačno zaštićena nepokretna kulturna dobra, kroz konzervatorsko-restauratorske i građevinske zahvate, interpretaciju, interaktivnu prezentaciju, poboljšanje pristupačnosti, edukaciju, održivo upravljanje posjetiteljima i resursom stare jezgre, marketingom, kao i uvođenjem primjerenih turističkih i ugostiteljskih sadržaja, doprinijeti će razvoju nove, disperzirane posjetiteljske infrastrukture te rasterećenju najopterećenijih lokaliteta stare gradske jezgre. Strategija sadrži smjernice za jedinstveno i usmjereno komuniciranje i brendiranje projekta pod jedinstvenim vizualnim identitetom. Troškovi za 2022.g. iznose 40,000 HRK (71, 69 % financira EU) koji se odnose na izradu plana kriznog komuniciranja za 2022.g. i troškove za odnose sa medijima,

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Grad Split, JUPŠM

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10,000.00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

3.2. Oglašavanje destinacijskog *branda*, turističke ponude i proizvoda:

U 2022. godini realizirati će se online i offline oglašavanje u medijima i na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije. Komunikacija će se realizirati na tržištima i kanalima definiranim Media planom. Trošak se odnosi na trošak zakupa medijskog prostora i kreiranje oglasa.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Star digital, mediji

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 800.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Oglašavanje EU projekta EU projekt „Palača života – grad mijena / Palace of life – City of changes“

U 2022. godini realizirat će se priprema i provedba aktivnosti predviđenih Komunikacijskim planom projekta: komunikacija s javnošću i ciljnim skupinama projekta, realizacija online i offline oglašavanja projekta (zakup medijskog prostora), izrada i priprema svih grafičkih prijeloma, nabava, tisak i dostava svih promotivnih materijala projekta na adresu naručitelja. Troškovi za 2022.g. iznose 500,000.00 HRK (71, 69 % financira EU)

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Grad Split, JUPŠM

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 150, 000.00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022

3.3. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR):

Organizacija studijskih putovanja za predstavnike medija biti će nastavljena i u 2022. godini. Naglasak će biti na medije s tržišta definiranih Media planom, a osim studijskih putovanja ostvarit će se i posebne suradnje s domaćim i inozemnim medijima i konferencije za medije. Trošak se odnosi na troškove organizacije studijskih putovanja, trošak zakupa medija, trošak organizacija konferencija za medije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Hrvatska turistička zajednica

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 200.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje:

Hrvatska turistička zajednica kao nacionalna turistička organizacija svojim promidžbenim aktivnostima želi podići svijest o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji tijekom cijele godine, te time ujedno utjecati na povećanje potražnje za hrvatskim turističkim proizvodima, povećanje turističkog prometa i opće potrošnje. Turistička zajednica grada Splita sudjelovat će u projektu udruženog oglašavanja i strateškim projektima u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko- dalmatinske županije, aviokompanijama i privatnim sektorom, a suradnje će se realizirati temeljem javnog poziva.

Nositelj aktivnosti i partneri: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 500.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

Realizacija prezentacije turističke ponude Splita na turističkim sajmovima velikim dijelom ovisiti će o globalnoj epidemiološkoj situaciji. Turistička zajednica grada Splita nastupiti će na sajmovima u koordinaciji s Turističkom zajednicom Splitsko- dalmatinske županije. Troškovi uključuju troškove organizacije, kotizacija, najma štanda, trošak promidžbenih materijala, troškovi putovanja predstavnika, a u planu je nastup na sljedećim sajmovima:

- ITB Berlin 09.03.2022. - 13.03.2022.
- MEETEX 2022 15.03.2022 - 17.03.2022.
- WTM London 07.11.2022. - 09.11.2022.

Nositelj aktivnosti i partneri: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije; Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:

I tijekom 2022. godine TZ Split nastavlja organizirati, provoditi i pružati podršku studijskim putovanjima turističkih agenata i pružati potporu organizaciji kongresa u destinaciji. Najveći dio studijskih putovanja ostvarit će se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i TZ Splitsko– dalmatinske županije. Trošak obuhvaća trošak reprezentacije i organizacije kulturno- zabavnog programa.

Nositelj aktivnosti i partneri: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije; Turistička zajednica grada Splita, novinari, organizatori putovanja i kongresa

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 300.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

U 2022. godini kreirati će se online i offline promotivni materijali. Izraditi će se i distribuirati postojeći informativni materijali (Welcome magazin, mape, brošure). U 2022. godini planira se javni poziv za izbor novih suvenira grada Splita. Trošak obuhvaća kreiranje sadržaja, grafički dizajn materijala i digitalnih oglasa, prilagodba oglasa, izrada i prijevod potrebnih tekstova, tisak materijala, distribucija materijala.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 500.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

3.8. Internetske stranice:

Važan dio komunikacije nastavlja se putem web stranice visitsplit.com. Trošak se odnosi na održavanje web stranice: razrada strukture stranice (definiranje potrebnih funkcija i načina rada); HTML5, CSS, Bootstrap, programiranje stranice povezivanje s CMS-om; GDPR prilagodba; SEO transition + SEO optimizacija; obrada, optimiziranje i kreiranje i punjenje sadržaja; integracija i povezivanje s socijalnim mrežama; testiranje stranice; nadgledanje rada stranice; dizajn i kreiranje landing pagea pojedinog projekta.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Nove vibracije d.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

U 2022. godini nastavljamo s ažuriranjem baze podataka o ponudi u destinaciji. Podatci o turističkoj ponudi biti će pripremljeni, sortirani i poslani Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije i Hrvatskoj turističkoj zajednici s ciljem snažnije zajedničke promocije destinacije. Glavni cilj je nadopuna baze fotografija ponude destinacije s naglaskom na fotografije turističke ponude i fotografije koje naglašavaju tradiciju i kulturu destinacije, te one turističke proizvode za kojima će biti povećanja potražnja u 2022. godini. U planu je izrada novih video razglednica. Trošak obuhvaća: otkup fotografija, izradu tekstova, izradu video razglednica.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 200.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

3.10. Turističko-informativne aktivnosti:

- Rad informativnih centara

Turistička zajednica grada Splita upravlja s 4 informativna centra na Rivi, Peristilu, Stobreču i Slatinama u kojima su dostupne informacije o turističkoj ponudi Splita, ali i cijele Splitsko-dalmatinske županije. Zdravstvena sigurnost jedna je od temeljnih preuvjeta za nastavak turizma u destinaciji. Osim pružanja informacija turistima, Turistička zajednica grada Splita u posebnom uredu za iznajmljivače informira sve pružatelje usluga smještaja o zakonskim obvezama i drugim informacijama važnim za poslovanje. Trošak se odnosi na trošak funkcioniranja informativnih centara u iznosu od 360.000 kn te trošak plaće zaposlenika u iznosu od 2.170.000 kn (trošak se odnosi na plaće zaposlenika informativnih centara turističke zajednica u iznosu od 1.950.000 kn, izdatke za prijevoz na posao i s posla planiraju se u iznosu od 40.000 kn te ostali pripadajući troškovi u koje se ubrajaju regres, dar djeci, topli

obrok, jubilarna nagrada zaposleniku (4 zaposlenika) te ostale naknade sukladno zakonskim propisima u iznosu od 180.000 kn).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 2.530.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Valorizacija sportske infrastrukture

U 2022. godini valorizirat će se biciklističke staze, odnosno razviti biciklistički proizvod na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad.

Trošak se odnosi na realizaciju biciklističke infrastrukture: označavanje MTB staza (izrada prometnih elaborata za postavljanje biciklističke signalizacije, označavanje biciklističkih MTB staza, standardizacija procedure čišćenja i održavanja staza i signalizacije, te grafičko oblikovanje biciklističke karte MTB staza – priprema za web i tisak).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica Splitsko- dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita, TOP SPORT EVENTS d.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:

- Aplikacija- Audioguide.hr

U 2021. godini predstavljena je aplikacija Audioguide.hr u koj su obrađene teme „Biografije i uspjesi splitskih olimpijaca“. U 2022. godini planira se nadogradnja aplikacije i obrada tema s naglaskom na kulturni turizam. Aplikacija je dizajnirana na načina da bude uporabljiva svim dobnim i interesnim skupinama, a za njezino korištenje dovoljne su osnovne vještine korištenja smartphone-a. Aplikacija je dostupna online i besplatna je za krajnjeg korisnika. Na ovakav način izbjegavamo čekanje na download i u mogućnosti smo je ažurirati u realnom vremenu. Pokreće se jednostavnim skeniranjem QR koda ili unosom željene web adrese. Također je moguće implementirati link na postojeću ustanovu koji vodi prema aplikaciji. Prilikom ulaska u aplikaciju birate jezik aplikacije odnosno jezik pripovjedača, nakon čega slijedite brojčani niz eksponata/sadržaja obilazaka. Sadržaje očitavate jednostavnim unosom broja ili QR skeniranjem. Korištenje mobilne tehnologije omogućuje upoznavanje umjetnosti i kulture na potpuno nov i jednostavan način. AUDIOGUIDE.hr u svega nekoliko klikova postaje interpretator baštine.

Trošak se odnosi na: Istraživački rad; Stručno lektoriranje tekstova; Najam studija uz asistenciju ton majstora; Usluga govornika na Hrvatskom jeziku; Usluga govornika na Engleskom jeziku; Usluga programera; Grafička priprema materijala; Trošak nabave i obrade HPL ploča; Usluge UV tiska; Montaža QR KOD pločica; Trošak marketinga i promidžbe; Intervalni foto-dokumentirani nadzor (12 nadzora unutar 1 godine); Reklamni banner naručitelja na aplikaciji i web str. (Turistička zajednica); Web hosting i naknada za korištenje aplikacije za obračunsko razdoblje od 1 godine.

Nositelj aktivnosti i partneri: Tour guide system d.o.o., Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

4.2. Stručni skupovi i edukacije

U 2022. godini provest će se ciklus edukacija namijenjen turističkim dionicima i djelatnicima TZ-a. Cilj edukacija je unaprijediti turističku ponudu i podizati kvalitetu turističkog kadra.

Trošak se odnosi na trošak najama dvorane, angažman edukatora i promociju.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica Splitsko- dalmatinske županije; Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Edukacije u sklopu projekta Palača života-grad mijenja/Palace of Life – City of Changes

Organizacija i održavanje edukacije vodiča, kojom se osigurava vidljivost projekta i osiguranje stručne prezentacije projekta. Trošak za 2022 iznosi 100,000.00 HRK (71, 69 % financira EU od toga 28,310.00 HRK vlastiti trošak).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Grad Split, JUPŠM

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 28,310.00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:

- Sustav nagrađivanja

Sustavom nagrađivanja potiče se pojedince i tvrtke na usavršavanje i podizanje kvalitete usluge. U 2022. godini podržati ćemo Godišnje turističke nagrade, projekt Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice i Hrvatske gospodarske komore te ćemo provesti lokalnu dodjelu nagrada pojedincima i tvrtkama za doprinos oporavku turizma grada Splita. Trošak se odnosi na trošak reprezentacije komisije, trošak dizajna, tiska i izrade plaketa, trošak izrade nagrada, trošak medijskog praćenja aktivnosti.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Ministarstvo turizma, Hrvatska turistička zajednica i Hrvatska gospodarska komora

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 20.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- **Projekt SplitCard**

Projektom SplitCard nudimo niz pogodnosti za turiste tekom cijele godine. Cilj ovog proizvoda je suradnja s privatnim sektorom i poticanje turista na potrošnju. SplitCard karticom potaknuli smo goste da posjete što veći broj muzeja, galerija, kulturnih atrakcija, da upoznaju kulturne i prirodne atrakcije koje nude izleti agencija, te uživaju u splitskoj gastro ponudi naših restorana uključenih u projekt. Trošak se odnosi na sufinanciranje ulaznica, grafički dizajn i izradu kartica, online promociju kartice.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, muzeji, turističke agencije, trgovine, restorani

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- **Projekt City Break**

CITY BREAK projekt obuhvaća besplatna vođenja i besplatne karte za predstave iz bogatoga opusa HNK Split. To je projekt u kojem već nekoliko godina zaredom sudjeluju brojni ugledni glazbenici a cijeli program doprinosi razvoju Splita kao europske City break destinacije s raznovrsnom kulturnom ponudom. SplitCard karticom potaknuli smo goste da posjete što veći broj muzeja, galerija, kulturnih atrakcija, te im ujedno osigurali niz pogodnosti. Trošak se odnosi na trošak stručnog vođenja subotom u 12 sati, trošak ulaznice za predstavu u HNK Split ili neku drugu predstavu, grafički dizajn i trošak promocije projekta.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, HNK Split, kazališta

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 200.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša:

- **Akcija čišćenje podmorja i plaža**

Jedan od trendova u ponašanju turista u destinaciji je i želja za sudjelovanjem u održivom razvoju destinacije. U 2022. godini organizirati ćemo akciju čišćenja podmorja i plaža s ciljem aktivnog uključivanja turista u očuvanju prirodnih resursa. Dodatni cilj je suradnja javnog sektora i udruga u održivom razvoju destinacije. Trošak obuhvaća angažman stručne službe (ronioca, čistača), cateringa i trošak promocije projekta na online kanalima i u tiskovnim medijima, trošak izrade medaljica zahvalnosti (suvenira).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Čistoća Split, ronilački klubovi

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 30.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- **Valorizacija kulturne baštine**

Projekt valorizacije kulturne baštine nastavlja se u 2022. godini. Cilj projekta je razvoj proizvoda kulture i suradnja u zajedničkoj obnovi kulturnih dobara koja nisu adekvatno valorizirana.

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Split, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- **Uređenje Slatina**

Projekt uređenja Slatina obuhvaća dovršenje uređenja parka. Trošak se odnosi na sustav automatskog navodnjavanja „kap po kap“, čišćenje spomenika, koji se nalazi u parku i dodatne aktivnosti, koje će biti potrebne da se park dovede u reprezentativno stanje.

Drugi dio projekta je uređenje mikro lokacije u lučici Slatine (ispod igrališta) gdje će biti rekonstruirana česma, a lokacija će biti dodatno uređena sadržajima kao što su držači za bicikle, sadržaji za potrebe kućnih ljubimaca i slično.

Trošak se odnosi na izradu i realizaciju projekta.

Nositelj aktivnosti i partneri: Parkovi i nasadi d.o.o., Mjesni odbor Slatine, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 200.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- **Projekti uređenja Stobreča**

U 2022. godini planirano je uređenje trga između novouređene česme i kamenih stepenica, te uređenje parkinga iznad Stobrečke plaže u Ivankovoj ulici. Trošak se odnosi na izradu

projekata i građevinskih radova za uređenje dviju lokacija, postavljanje adventskih dekoracija u Stobreču, održavanje pametne klupe u parku u Stobreču i hortikulture radove.

Cilj projekta je dodatna valorizacija mjesta i razvoj turističkih sadržaja.

Nositelj aktivnosti i partneri: Mjesni odbor Stobreč, Turistička zajednica grada Splita i izvođač radova

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 240.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Projekt uređenja staza na području Žrnovnice i Srinjina („Dioklecijanov put“ i „Put do Sv. Jure“)

U 2022. godini planirano je uređenje tematske staze „Dioklecijanov put“ i održavanje staze „Put do Sv. Jure“, projekta realiziranog u 2021. godini.

Cilj projekta je dodatna valorizacija mjesta i razvoj sportsko- rekreacijskih sadržaja.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 105.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Turistička zajednica grada Splita član je Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT). Udruga teži podizanju standarda usluga kod svojih članova, ali i svih ostalih subjekata iz sektora kongresnog turizma stalnim edukacijama, suradnjom, povezivanjem i uzajamnim djelovanjem s drugima. HUPKT stalno surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom, Hrvatskom gospodarskom komorom, javnim i privatnim sektorom na nacionalnoj i lokalnoj razini u razvoju Hrvatske kao značajnog međunarodnog odredišta za kongresni turizam. HUPKT je član Europske federacije kongresnih organizatora (EFAPCO) i povlašteni partner (Preferred Provider) Events Industry Councila-a (EIC) za provođenje edukacija potrebnih za pristup certifikacijskom programu CMP. Udruga je vlasnik i nositelj obrazovnog stručnog certifikata CCMEP (Certified Croatian Meetings & Events Professional). HUPKT je suvlasnik i su-osnivač prve hrvatske burze poslovnog turizma MEETEX (Croatian Meeting Experience Summit) koja se održava u ožujku u Zagrebu. Trošak se odnosi na trošak članarine.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, HUPKT

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 600,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

6. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI

6.1. Plaće

Trošak se odnosi na plaće zaposlenika Turističke zajednice grada Splita uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. Bruto plaće zaposlenika ureda turističke zajednice planiraju se u iznosu od 1.720.000 kn. Izdaci za prijevoz na posao i s posla planiraju se u iznosu od 25.500 kn.

U ostale pripadajuće troškove ubrajaju se regres, dar djeci, topli obrok, jubilara nagrada zaposleniku te ostale naknade sukladno zakonskim propisima. Navedeni troškovi planirani su iznosu od 154.000 kn.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Potreban iznos: 1.900.000,00kn

6.2. Materijalni troškovi

Trošak se odnosi na troškove funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.).

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Potreban iznos: 400.000,00kn

6.3. Tijela turističke zajednice

Trošak se odnosi na ukupne troškove koji se odnose na rad tijela TZ-a i to Turističkog vijeća i Skupštine: troškovi za najam prostora i eventualne opreme radi održavanja sjednica tijela turističke zajednice, naknade članovima TV, putni troškovi članova tijela turističke zajednice, troškovi reprezentacije, pripreme i distribucije materijala i ostali troškovi vezani uz rad tijela turističke zajednice. Za naknade članovima TV planira se izdvojiti 30.000 kn, a za troškove organizacije i rada Tijela (najam dvorana, ugostiteljske usluge, troškove reprezentacije, putne troškove i sl. troškove) planira se izdvojiti 120.000 kn.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Potreban iznos: 200.000,00kn

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA SPLITA

FINANCIJSKI PLAN 2022.

		PRIHODI	Plan za 2022. (u kn)	Replan 2021.(u kn)	Indeks	udio %
1.		Izvorni prihodi	11.922.910,00 kn	9.680.000,00 kn	123	70,62
	1.1.	Turistička pristojba	6.200.000,00 kn	4.980.000,00 kn	124	36,72
	1.2.	Članarina	5.722.910,00 kn	4.700.000,00 kn	122	33,90
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	1.000.000,00 kn	1.900.000,00 kn	53	5,92
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	30.000,00 kn	35.000,00 kn	86	0,18
4.		Prihodi iz EU fondova	460.000,00 kn	15.000,00 kn	3.067	2,72
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	70.000,00 kn	140.000,00 kn	50	0,41
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	3.400.000,00 kn	2.170.000,00 kn	157	20,14
7.		Ostali prihodi	1.000,00 kn	30.000,00 kn	3	0,01
		SVEUKUPNO	16.883.910,00 kn	13.970.000,00 kn	121	100,00

		AKTIVNOSTI	Plan za 2022. (u kn)	Replan 2021.	Indeks	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	240.000,00 kn	60.000,00 kn	400	1,42
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	150.000,00 kn	0,00 kn	-	0,89
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	70.000,00 kn	30.000,00 kn	233	0,41
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	20.000,00 kn	30.000,00 kn	67	0,12
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	7.330.000,00 kn	6.640.000,00 kn	110	43,41
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	150.000,00 kn	150.000,00 kn	100	0,89
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	10.000,00 kn	90.000,00 kn	11	0,06
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	6.070.000,00 kn	5.300.000,00 kn	115	35,95
	2.4.	Turistička infrastruktura	0,00 kn	100.000,00 kn	-	0,00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	1.100.000,00 kn	1.000.000,00 kn	110	6,52
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	5.590.000,00 kn	3.500.000,00 kn	160	33,11
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	210.000,00 kn	0,00 kn	-	1,24
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	950.000,00 kn	0,00 kn	-	5,63
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	200.000,00 kn	0,00 kn	-	1,18
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	500.000,00 kn	0,00 kn	-	2,96
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	100.000,00 kn	170.000,00 kn	59	0,59
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	300.000,00 kn	250.000,00 kn	120	1,78
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	500.000,00 kn	200.000,00 kn	250	2,96
	3.8.	Internetske stranice	100.000,00 kn	300.000,00 kn	33	0,59
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	200.000,00 kn	200.000,00 kn	100	1,18

	3.1 0.	Turističko-informativne aktivnosti	2.530.000,00 kn	2.380.000,00 kn	106	14,98
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	1.223.310,00 kn	1.450.000,00 kn	84	7,25
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	100.000,00 kn	120.000,00 kn	83	0,59
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije	128.310,00 kn	0,00 kn	-	0,76
	4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	320.000,00 kn	950.000,00 kn	34	1,90
	4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	675.000,00 kn	380.000,00 kn	178	4,00
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	600,00 kn	0,00 kn	-	0,00
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	2.500.000,00 kn	2.320.000,00 kn	108	14,81
	6.1.	Plaće	1.900.000,00 kn	1.720.000,00 kn	110	11,25
	6.2.	Materijalni troškovi	400.000,00 kn	500.000,00 kn	80	2,37
	6.3.	Tijela turističke zajednice	200.000,00 kn	100.000,00 kn	200	1,18
7.		REZERVA				
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				
		SVEUKUPNO	16.883.910,00 kn	13.970.000,00 kn	121	100,00

iznos u kunama

3	Prihodi	REPLAN 2021.	PLAN 2022.
31	Prihodi od pružanja usluga	110.000	40.000
32	Prihodi od članarina	4.700.000	5.722.910
33	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	4.980.000	6.200.000
34	Prihodi od imovine	30.000	30.000
35	Prihodi od donacija	1.915.000	1.460.000
36	Ostali prihodi	30.000	1.000
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	35.000	30.000

522	Korištenje prenesenog viška prihoda	2.170.000	3.400.000
-----	-------------------------------------	-----------	-----------

4	Rashodi	REPLAN 2021.	PLAN 2022.
41	Rashodi za radnike	3.320.000	3.500.000
42	Materijalni rashodi	8.927.000	11.660.910
43	Rashodi amortizacije	100.000	100.000
44	Financijski rashodi	20.000	20.000
45	Donacije	1.600.000	1.600.000
46	Ostali rashodi	3.000	3.000
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	0	0