

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU
PROGRAMA RADA S IZVJEŠĆEM
UREDA DIREKTORICE I
FINANCIJSKIM IZVJEŠTAJEM**
Turističke zajednice grada Splita
za 2020. godinu



UVODNA RIJEČ DIREKTORICE

2020. godina počela je nastupom na sajmu New York Times Travel Show i nikad većim interesom za Split i Hrvatsku. Svi pokazatelji upućivali su na to da je ispred nas najuspješnija turistička godina. Početak epidemije bolesti COVID-19, uzrokovane virusom SARS-CoV-2, u potpunosti nas je prisilila da brzo reagiramo i mijenjamo planove. Turizam je, uvjetno rečeno, grana gospodarstva na koju je pandemija ostavila najveće posljedice i još jednom nam pokazala da je prilagodljivost jedna od osnovnih vještina koju moraju posjedovati turistički djelatnici i menadžeri u turizmu. Vjerujem da je turistički sektor Hrvatske i Splita pokazao da smo zajedno spremni prilagoditi se, te da smo uspješno i agilno odgovorili na izazove koje je 2020. godina stavila pred nas.

Sva iskustva stečena u 2020. godini, dobri su temelji za daljnju borbu protiv pandemije. Koristim priliku da svima zahvalim na suradnji i trudu koji ste uložili kako bi turizam Splita izdržao teret pandemije, i vjerujem da ćemo nastavkom dobre suradnje uspješno graditi održivi turizam, odgovorniji prema lokalnom stanovništvu i prirodnoj i kulturnoj baštini.

Moj tim i ja sigurni smo da će nam se želje, upućene Grguru Ninskom, ostvariti!



mr.sc. Alijana Vukšić

Direktorica

STATISTIKA

Globalni turizam pretrpio je najgoru godinu, međunarodni dolasci pali su za 74% prema najnovijim podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO). Odredišta širom svijeta ostvarila su milijardu manje međunarodnih dolazaka u 2020. godini nego prethodne godine, zbog nezabilježenog pada potražnje i brojnih ograničenja putovanja. 2020. godinu stručnjaci uspoređuju s padom od 4% zabilježenim tijekom globalne ekonomske krize 2009. godine. Prema najnovijem Svjetskom turističkom barometru UNWTO-a, kolaps međunarodnih putovanja predstavlja procijenjeni gubitak od izvoznih prihoda od 1,3 bilijuna USD -11 puta veći gubitak od onoga zabilježenog tijekom globalne ekonomske krize 2009. godine. Kriza je dovela u opasnost između 100 i 120 milijuna izravnih turističkih poslova, od kojih su mnogi u malim i srednjim poduzećima.

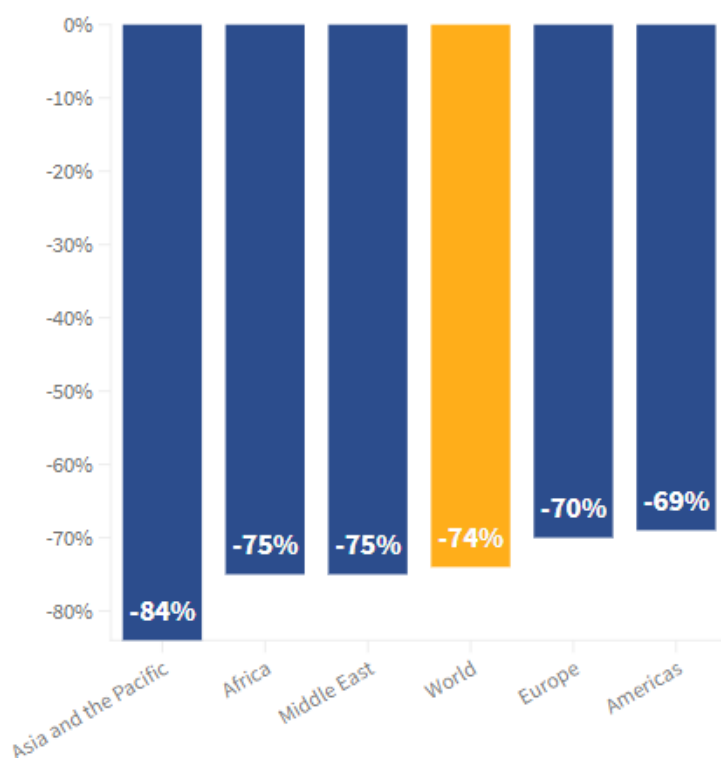
Zbog razvijanja prirode pandemije, mnoge zemlje sada ponovno uvode stroža ograničenja putovanja. To uključuje obvezno testiranje, karantenu i u nekim slučajevima potpuno zatvaranje granica, a sve to važi za nastavak međunarodnih putovanja. Istodobno, očekuje se da će postupno uvođenje cjepiva COVID-19 pomoći vraćanju povjerenja potrošača, pridonijeti ublažavanju ograničenja putovanja i polako normalizirati putovanja tijekom godine koja je pred nama.



Sve svjetske regije pogođene su utjecajem pandemije. Azija i Tihi ocean (-84%), prva regija koja je pretrpjela utjecaj pandemije, zabilježila je najveći pad dolazaka u 2020. godini (300 milijuna manje). I Bliski Istok i Afrika zabilježili su pad od 75%. Europa je zabilježila pad dolazaka od 70%, usprkos malom i kratkotrajnom oživljavanju u ljeto 2020. Regija je pretrpjela najveći apsolutni pad, s više od 500 milijuna manje međunarodnih turista u 2020. godini. Amerike su zabilježile pad od 69% u međunarodnim dolascima, slijedeći nešto bolje rezultate u posljednjem tromjesečju godine.

Većina stručnjaka ne vidi povratak na pretpandemijske razine prije 2023. Zapravo, 43% ispitanika ukazuje na 2023., dok 41% očekuje povratak na razinu iz 2019. godine 2024. godine ili kasnije.

Change (%) 2020, by region



Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 4. siječnja 2021., u razdoblju siječanj-prosinac 2020. broj dolazaka stranih turista u Hrvatskoj iznosio je 6.110.529 (indeks 33,43), dok je istovremeno ostvareno 1.651.188 dolazaka domaćih turista (indeks 68,02). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 43.062.137 noćenja stranih turista (indeks 45,41), kao i 11.332.673 noćenja domaćih turista (indeks 81,89).



Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

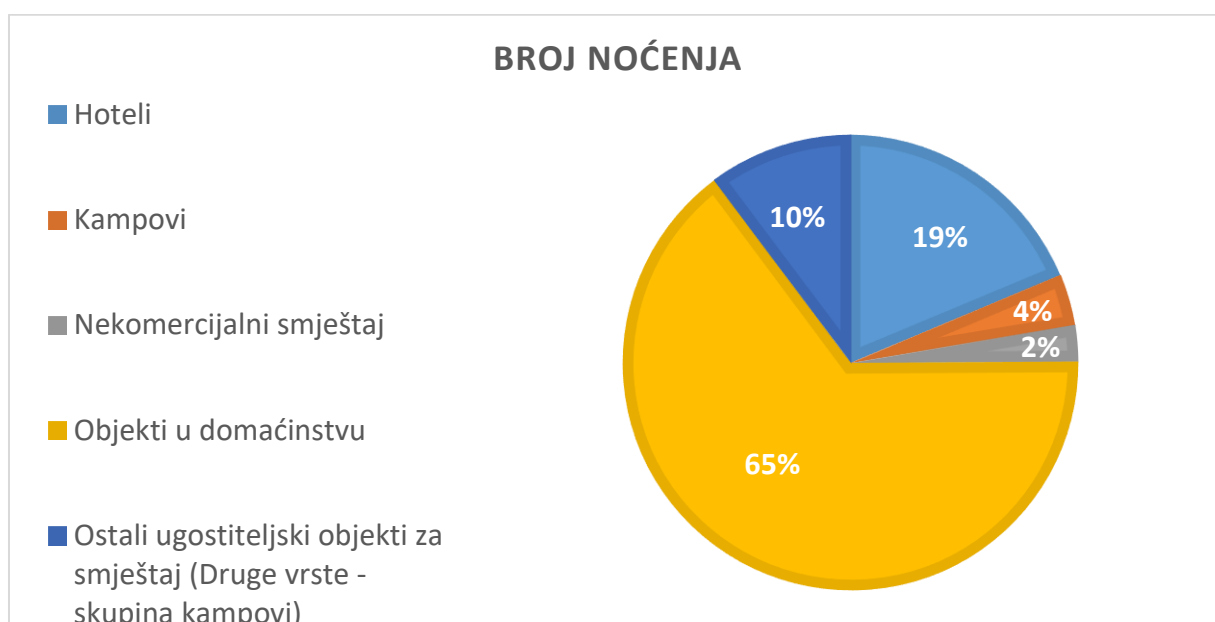
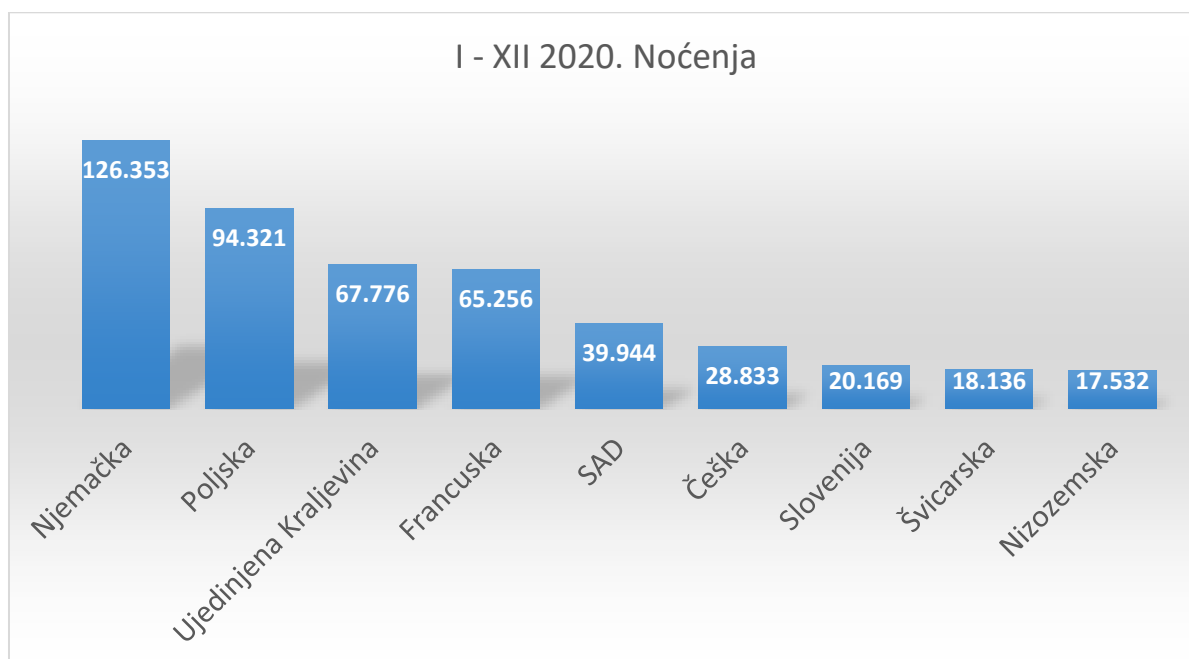
Obiteljski smještaj ostvario je 54%, kampovi 21%, a hoteli 17% noćenja. Kao posljedicu globalne pandemijske krize, Hrvatska u razdoblju siječanj-prosinac bilježi pad turističkog prometa sa svih najznačajnijih emitivnih tržišta. Tijekom razdoblja siječanj-prosinac najveći udjel u ukupnim noćenjima ostvaruje tržište Njemačke, a zatim slijedi domaće tržište te tržišta Slovenije, Poljske i Češke.

Tijekom razdoblja siječanj-prosinac, Istra je zabilježila najveći broj noćenja u nacionalnim okvirima, ispred Kvarnera i Zadarske županije. Splitsko-dalmatinska županija nalazi se na trećem mjestu po broju dolazak i četvrtom mjestu po broju noćenja ostvarenih u 2020. godini.

	Dolasci	Noćenja
Istra	1.877.081	13.515.310
Kvarner	1.464.210	11.056.399
Zadarska	980.785	9.847.931
Splitsko-dalmatinska	1.351.781	9.269.071
Šibensko-kninska	485.598	4.033.376
Dubrovačko-neretvanska	487.773	2.875.253
Ličko-senjska	290.899	1.862.476
Grad Zagreb	344.677	806.742
Karlovačka	105.207	212.632
Krapinsko-zagorska	90.022	205.125
Osječko-baranjska	47.813	119.244
Zagrebačka	43.396	106.519
Međimurska	40.975	105.897
Varaždinska	45.694	92.437
Vukovarsko-srijemska	32.360	57.291
Bjelovarsko-bilogorska	13.277	55.762
Sisačko-moslavačka	14.683	50.197
Koprivničko-križevačka	9.230	39.562
Brodsko-posavska	17.678	37.900
Požeško-slavonska	10.875	28.288
Virovitičko-podravka	7.703	17.398

Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Prema podacima sustava eVisitor u razdoblju siječanj-prosinac 2020. broj dolazaka stranih turista u Splitu iznosio je 159.558 (indeks 18,37), dok je istovremeno ostvareno 43.183 dolazaka domaćih turista (indeks 56,86). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 868.514 noćenja stranih turista (indeks 27,22), kao i 75.951 noćenja domaćih turista (indeks 72,77). Ukupno je na području Splita u 2020. godini ostvareno 202.741 dolazaka (indeks 21,47) i 944.465 noćenja (indeks 29,98). Pad je vidljiv na svim emitivnim tržištima, a najveći broj noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke, Poljske, domaći turisti, te turisti iz Ujedinjene Kraljevine i Francuske. Najveći broj noćenja ostvaren je u objektima u domaćinstvu što je dodatno potvrdilo važnost personalizirane usluge u uvjetima pandemije.



PRIHODI

Godišnje financijsko izvješće usklađeno je sa Zakonom i standardima u sustavu turističkih zajednica, s poslovnim knjigama TZG Splita, i pokazuje ispravno stanje.

Tijekom 2020. godine TZG Splita ostvarila je 11.590.506 kuna prihoda i 9.874.938 kuna rashoda.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2020.	OSTVARENJE	indeks	struktura
1.	Prihodi od turističke pristojbe	2.500.000	2.634.764	105	22,73
2.	Prihodi od turističke članarine	6.050.000	6.444.112	107	55,60
3.	Prihodi iz proračuna grada za gradske manifestacije	1.600.000	1.799.412	112	15,52
4.	Prihodi od turističke pristojbe nautičara	173.000	518.762	300	4,48
5.	Prihodi od drugih aktivnosti	150.000	154.298	103	1,33
6.	Ostali nespomenuti prihodi (HTZ, TZSDŽ)	16.000	39.158	245	0,34
	SVEUKUPNO PRIHODI	10.489.000	11.590.506	111	100,00

Prihodi iz proračuna Grada Splita za manifestacije čine donacije sljedećih iznosa za organizacije sljedećih manifestacija: 300.000 kuna za Splitski karneval, 350.000 kuna za Splitski festival, 50.000 kuna za Festival Mali Split, 800.000 kuna za Zimski akvarel 2020./2021., a, zbog potreba knjigovodstvenog knjiženja i razgraničenja troškova po godinama, prihodi su viši od planiranih u iznosu od 299.412 kuna koje se odnose na manifestaciju Zimski akvarel 2019./2020. i dio koncerta Doček Nove godine 2020. (razdoblje od 01.01. do 07.01.2020.).

Prihod od turističke pristojbe nautičara čini uplata temeljem Pravilnika o visini, načinu plaćanja i raspodjeli turističke pristojbe za čarterska plovila, brodove za višednevna kružna putovanja i osobe koje borave na plovilu (nautičari) te način plaćanja turističke pristojbe za brodove na kružnom putovanju u međunarodnom pomorskom prometu i međunarodnom prometu na unutarnjim vodama. Naplaćena sredstva na računu raspoređuju se korisnicima prema odredbi Pravilnika. U 2020. godini TZGS doznačeno je ukupno 518.762 kuna.

ADMINISTRATIVNI RASHODI

I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI (1. + 2. + 3. + 4.)	4.264.000	4.261.895	100
1.	Rashodi za radnike i troškovi Turističkog ureda	2.530.000	2.524.946	100
1.1.	Rashodi za radnike - Turistički ured	1.930.000	1.929.133	100
1.2.	Troškovi Turističkog ureda	600.000	595.813	99
2.	Rashodi za radnike i troškovi TIC-eva	1.676.000	1.683.645	100
2.1.	Rashodi za radnike - TIC Split	1.160.000	1.168.308	101
2.2.	Troškovi TIC Split	220.000	218.244	99
2.3.	Rashodi za radnike - TIC Stobreč	220.000	219.756	100
2.4.	Troškovi TIC Stobreč	40.000	40.677	102
2.5.	Rashodi za radnike - TIC Slatine	16.000	15.975	100
2.6.	Troškovi TIC Slatine	20.000	20.685	103
3.	Rashodi za radnike - Lučka kapetanija (HTZ)	18.000	17.263	96
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	40.000	36.041	90

U administrativne troškove ubrajaju se svi poslovi Ureda turističke zajednice i ostali poslovi nužni za ostvarivanje Programa rada, a određeni Zakonom i statutom Turističke zajednice. Administrativni troškovi uključuju rashode ureda turističke zajednice, troškove TIC-a i troškove rada tijela TZ. Sukladno Programu rada i financijskom planu za 2020. godinu, sredstva su utrošena za bruto plaće i ostala materijalna primanja radnika, izdatke za prijevoz i ostale rashode za radnike prikazane u Financijskom izvješću. Turistički ured pružao je sve važne informacije turističkom sektoru i informirao turiste u kriznoj godini obilježenoj pandemijom uzrokovanom koronavirusom. Osim provedbe poslova i aktivnosti, sukladno Programu rada, Turistički ured u 2020. godini proveo je usklađivanje svih dokumenata s novim Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji je stupio na snagu 01.01.2020.godine.

DIZAJN VRIJEDNOSTI

II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	3.780.000	3.469.810	92
1.	Manifestacije	3.610.000	3.304.617	92
	Nova godina - adventska događanja	900.000	784.915	87
	Splitski maraton	300.000	300.000	100
	Karneval	300.000	300.000	100
	Glazbeni akvarel	500.000	485.067	97
	Sudamja	60.000	58.546	98
	Splitski festival	350.000	350.000	100
	Koncertni program: Riva, trgovi grada, Podrumi	300.000	126.329	42
	Antička događanja	150.000	150.510	100
	Splitsko ljeto	100.000	100.000	100
	Festival Mali Split	50.000	50.000	100
	Festival Evo ruke	200.000	200.000	100
	Potpore po odluci vijeća TZ	400.000	399.250	100
2.	Incentivi i promidžbeni alati	20.000	15.265	76
	Split Card kartica	10.000	6.945	69
	City Break program	10.000	8.320	83
3.	Potpore podizanju kvalitete turističke ponude	150.000	149.928	100

Troškovi dizajna vrijednosti obuhvaćaju troškove manifestacija i dodatnih projekata i programa koji podižu kvalitetu turističke ponude. Temeljem Programa rada za 2020. godinu, Turistička zajednica grada Splita objavljuje JAVNI POZIV Za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2020. godini. Zbog situacije izazvane pandemijom virusa COVID 19, Javni poziv za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2020. godini je stavljen van snage, te je od strane Turističkog vijeća Turističke zajednice, na sjednici održanoj 16.ožujka 2020. godine, donesena Odluka da se odgode sva financiranja. Tradicionalne velike manifestacije financirale su se temeljem Programa rada, a dodatne manifestacije i programi temeljem odluka Turističkog vijeća. S obzirom na važnost dodatnog jačanja slike Splita kao grada sporta, i važnost jačanja svijesti o očuvanja zdravlja kroz sport, od strane Turističkog vijeća podržane su sljedeće manifestacije - Dalmatinsko cup, ATP Challenger Tour i Festival športa i hrane.



U 2020. godini, više nego ikada bila je važna iskonska povezanost između ljudi kako bismo se nosili s neizvjesnom svakodnevicom kojoj su mnogi diljem Hrvatske još uvijek izloženi. Upravo je to bila i misao vodilja ovogodišnjeg Adventa u Splitu pod sloganom „Ljubav nas spaja”. Od 28. studenog do 6. siječnja Split je postao izvor nove nade oslanjajući se upravo na ljubav koja svaku osobu spaja s najmilijima, čak i kada nam je, uslijed pandemije, oduzeta prisnost i mogućnost zagrljaja. Ljubav kao glavna misao ove se godine na Adventu mogla primijetiti i u nizu humanitarnih gesti, pa je on tako započeo i završio velikodušnim donacijama.

15. listopada raspisan je Javni poziv za prikupljanje ponuda za izbor ponuditelja za najam klizališta u Strossmayerovom parku (Đardin) u sklopu manifestacije „Zimski akvarel-



adventske i božićne svečanosti u Splitu 2020./2021.“ Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita novac predviđen za klizalište u Đardinu prenamijenilo je u kupnju pet novih uređaja za terapiju visokim protokom kisika AIRVO 2 za splitski KBC, a na samome kraju, Grad Split odlučio je sva sredstva za novogodišnji vatromet preusmjeriti za pomoć područjima Sisačko-moslavačke županije, stradalima u potresu.

Kako i priliči, Advent je otvoren tradicionalnim sjajem prve adventske svijeće nade u Đardinu, a narednih su se tjedana na velikom adventskom vijencu palile svijeće simbolizirajući mir, radost i ljubav.



Jedan od najupečatljivijih dijelova Adventa u Splitu bile su i vizualne atrakcije na čak tri lokacije u gradu. Na Rivi su prikazivane atraktivne multimedijalne projekcije *WaterScreen* na moru i *WaterWall* na Fontani, a zatim i multimedijalna 3D *mapping* atrakcija na bedemu Trga Gaje Bulata.



Advent u Splitu dokazao je kako nas ljubav može spojiti čak i kada smo u potpunosti odvojeni, pružajući nam praćenje manifestacija te glazbenih i kazališnih izvedbi uživo. Tako se svake adventske nedjelje uživo putem YouTubea prenosio i popularni Gastroadvent, donoseći spoj turizma, blagdanskog duha i zdrave mediteranske kuhinje u domove, a vrhunske gastronomske delicije prezentirao nam je i



Festival Split Gourmet Expo, objedinjujući 15. Biser mora i 6. Grand Gourmet, u organizaciji Šefova kuhinja mediteranskih i europskih regija (ŠKMER).



Za djecu je, u suradnji s Gradskim kazalištem lutaka, organiziran online prijenos predstave Snjegović Poštar i to na sam Badnjak. Istoga dana, ljubitelji klasike mogli su uživati u prijenosu nastupa sastava Music Forever koji je organizirala TZ grada Splita.

Na samome kraju 2020. uživali smo i u jazz zvucima dua Sara & Jappa koji su svoj nastup posvetili stanovnicima Petrinje, Siska i okolnih naselja pogođenih u razornome potresu toga dana. Kao božićni poklon, splitski HNK i TZ grada Splita omogućili su građanima besplatne ulaznice za čak dvije izvedbe predstave Laponija.



Neizostavan su dio Adventa i božićne jaslice, koje su i ovoga Božića krasile kapelicu sv. Arnira.



U posebnom ozračju Došašća, uz pomoć Splitskog skautskog zbora, u splitsku katedralu sv. Dujma ovoga Adventa ponovno je pristiglo i Betlehemsko svjetlo, dok su sreća, ljubav i izmjenjivanje nježnih emocija na ulicama Splita bili glavni motivi izložbe fotografija „Okreni na ljubav“ u kojoj smo uživali prolazeći Marmontovom ulicom. Na raznovrsnom glazbenom programu vikendima na Rivi nisu bili zaboravljeni ni oni najmlađi. U sklopu dječjeg programa, Rivom su prošetali sv. Luce i Djed Božićnjak koji su mališanima podijelili darove i zaželjeli sreću



poštujući sve epidemiološke mjere i potrebnu distancu. Mališani su ove godine uživali i u poklonima svetoga Nikole koji se osuvremenio te, putem društvenih mreža, dodijelio slatke poklon pakete malim umjetnicima i umjetnicama s područja grada i okolice Splita. Također, jednim emotivnim opisom najljepše božićne uspomene u akciji *Zagrli srcem*, dječji dom Maestral primio je donaciju od 5.000 kuna od Turističke zajednice grada Splita i autorice teksta. Još jedan atraktivan natječaj bio je onaj pod nazivom Sandučić lijepih želja s tri vrijedne glavne nagrade i tri utješne. Na društvenim mrežama Adventa u Splitu pratili smo i tri kruga nagradne igre *Fotografiju odvoji i ručak osvoji* u sklopu koje je čak troje kreativaca nagrađeno poklon bonom za dostavu u vrijednosti od 250,00 kuna. Jedna od najljepših priča ovogodišnjeg Adventa u Splitu zasigurno je akcija *Cima ljubavi*. TZ grada Splita u suradnji s Modrim kavezom, Facebook grupom u kojoj su okupljeni brojni pomorci i zaljubljenici u more i brodove, pozivala je splitske pomorce i njihove obitelji da u svoj rodni grad šalju video materijale s porukama o vlastitom doživljaju blagdana koje nerijetko provode na brodu. Cjelokupni koncept ovogodišnjeg Adventa u Splitu bio je baziran na četiri adventske svijeće kao simbolima predbožićnog vremena čiji je plamen istaknut čak i na logotipu. Temeljna vrijednost utkana u sve aktivnosti, ljubav, spajala je ljude na različitim dijelovima svijeta, pomogla nadići sve izazove, a najbolje se iskazivala brigom za druge i za sebe, kako bismo već sljedeći Božić dočekali svi zajedno.



SPLITSKI MARATON

Od 21. do 23.02. održana je manifestacija 20. SPLIT MARATON koja se sastojala od:

- sportskog sajma „ST sport EXPO“ (od 21.02. do 23.02. u SC Gripe),
- utrke "dm dječje milje" (22.02. za djecu uzrasta 6 do 15 god.),
- „Trofej Slobodne Dalmacije“ - utrke na 5 KM (22.02.),
- utrke polumaratona, maratona i štafetnog maratona (23.02.),
- dodjele medalja (23.02.).



Sportski sajam „ST sport EXPO“ je bio otvoren za posjetitelje od 21.02.2020. do 22.02.2020. od 09:00 do 20:00, u velikoj dvorani ŠC Gripe. Na sajmu je izlagao više desetaka izlagača te su organizirana tematska predavanja i humanitarna natjecanja. Ulaz na sajam i na predavanja nije se naplaćivao. U prostoru velike dvorane ŠC Gripe je organizirana i podjela startnih brojeva sa startnim paketima i pasta party. Utrka „dm dječje milje“ održana je u subotu 22.02.2019. na splitskoj rivi. U utrkama koje su podijeljene u 4 uzrasne kategorije (TIĆI A – 6,7,8 godina; TIĆI B – 9,10 godina; REPCI – 11,12 godina i GRDELINI – 13,14,15 godina) sudjelovalo je 450 djece. Sponzor dm dječjih milja, dm-drogerie markt, osigurao je nagrade za najbolje dječake i djevojčice u svakoj od kategorija.

U subotu 22.02.2020. u 16.00 sati na splitskoj Rivi startala je utrka Trofej Slobodne Dalmacije u sklopu manifestacije 20.SPLIT MARATON. Na utrci je sudjelovalo 500 trkača iz 23 zemlje svijeta (Velika Britanija, Poljska, Švedska, Italija, Brazil, Belgija, Njemačka, USA.....).

23.02.2020 u 9.00 sati na prepunoj splitskoj Rivi startao je 20. splitski polumaraton i prvi maraton u organizaciji MK Marjan s AIMS certifikatom. Znak za start dao je gradonačelnik Grada Splita, g. Andro Krstulović Opara. Prizor na suncem okupanoj Rivi gdje je 3000 trkača iz 42 zemlje svijeta prolazilo kroz startna vrata duže od 4 minuta bio je veličanstven.



SPLIT MARATON je manifestacija koja ne promiče samo sport, već i zdrav način života, u psihičkom i fizičkom smislu, dok dizajn i ruta Split maratona spajaju sport i kulturu kako bi trkači upoznali našu povijest i uživali u prekrasnim vizurama.

Manifestacija uključuje i djecu kako bi ih potakli na trčanje, sport i boravak u prirodi tijekom cijele godine. Čist i očuvan okoliš je preduvjet za kvalitetan i zdrav život te je 20. Split maraton napravio prvi korak prema #greenstrun. U suradnji s Vodovodom i kanalizacijom Split jednokratne plastične čaše su zamijenjene papirnatim, a zahvaljujući Čistoći Split osigurano je odvojeno prikupljanje otpada na cjelokupnoj manifestaciji.

SPLITSKI KRNJEVAL



I u 2020. godini Splitski krnjeval bio je u znaku ljubavi i plesa pod organizacijskom palicom Centra plesa. Program je otvoren nastupom Cubisma na Rivi koji je rasplesao i zabavio sve prisutne.

Nakon koncerta otvaranja, vraćen je ključ Grada Splita iz Irske, a za meštre Krnjevala odabrani su ljubavni posrednik iz Imotskog Gangster i ruskinja Natali-teta kako bi poradili na natalitetu, vratili tradiciju *gonjanja* i plesanja da spase Hrvate od izumiranja. Ako se i jedno dijete napravi dok smo mi na vlasti, već smo puno napravili, poručili su. Program se nastavio kroz cijeli tjedan besplatnih plesnih radionica, a od ostalog programa valja istaknuti: *Dičji krnjeval* u Đardinu, *Love Carnival Rave* u Central The Club, Krnjeval vrtića na Gripama i pokladni utorak u Đardinu. Nakon prošlogodišnjeg prepunog Đardina organizatori su i 2020. postavili program *Dičjeg krnjevala* u *Čarobnu šumu*. *Dičji krnjeval* je namjenjen uzrastu osnovnih i srednjih škola, a za vrtićku dob organiziran je Krnjeval vrtića.

Nakon predstave *Čarobni disco* organizirane su plesne animacije ekipe iz Centra plesa te plesni nastupi dječjih skupina. Krnjeval vrtića tradicionalno se održao u velikoj dvorani ŠC Gripe. Love Carnival Rave 2020 – Central the club, najbolji zimski party pod maskama, organiziran je u klubu Central. Maškare na struju rasplesali su gostujući DJ-evi: Dj Sonic iz Pariza, Pero Full House i Yelle. Pokladni utorak u Đardinu obilježila je Šentenca, Krnje, te koncerti Kreše Bengalke i Mladena Grdovića.



KONCERTNI PROGRAM: RIVA, TRGOVI GRADA, PODRUMI

- Ljetne čari klasične glazbe

Program festivala Ljetne čari klasične glazbe održao se tijekom srpnja i kolovoza te na samom početku rujna. Ljetne čari klasične glazbe dugogodišnji su ljetni festival splitske Glazbene mladeži koji je postepeno prerastao u važan kulturni događaj u gradu Splitu. Ove godine zbog posebnih okolnosti vezanih uz pandemiju korona virusa Festival je održan u ponešto skraćenom izdanju te se koncepcijski nastavlja na prvu bitnu odrednicu, a to je upravo suradnja s mladim glazbenicima (na Festivalu nastupa preko 25 mladih glazbenika). Ljetne čari klasične glazbe ove godine ugostio je Ciklus koncerata mladih glazbenika mo.Vinko Lesić koji je prekinut

9.

Ljetne
čari
klasične
glazbe

16. 7. - 10. 9. 2020.

Summer Magic of Classical Music

ENTRANCE
FREE
4 ALL EVENTS

Summer Magic of Classical Music

Srpanj

16.

Zvezdan Vojvodić*
klavir
Mladi pianist Zvezdan Vojvodić u prvom dijelu koncerta obilježava 250. godinu rođenja Ludwiga van Beethovena.
📍 **Gotička dvorana Muzeja grada Splita, Split**

Srpanj

28.

JM Jazz World Orchestra & Luis
Jazz u Solinu
Najbolji i mladi jazz glazbenici iz cijelog svijeta nastupaju pod okriljem Međunarodne organizacije glazbene mladosti pod vodstvom američkog trombonista Luisa Bonilla.
U suradnji sa Solinskim Kulturnim Ljetom.
📍 **Bašta Gašpić, Solin**

Kolovoz

13.

Papandopulo kvartet
Nikola Fabijanić (sopran saksofon), Goran Tudor (alt saksofon), Tomislav Zrnak (kontrabas), jedan od najboljih hrvatskih ansambala, predvođenja i čeliku nas nose skladbe Petra Orahovića i Gordana Zlatića.
📍 **Podrumi Dinkovljevanove palače - Zupani**

Kolovoz

17.

Karla Križanić*
flauta
Hautistica Karla Križanić predstavlja program koji je često čuli. Uživajmo u suvremenoj glazbi za solo flautu.
📍 **Gotička dvorana Muzeja grada Splita, Split**

Kolovoz

21.

Divna Šimatović* (gitara)
Hannah Kandinsky* (violina) & A. (violončelo)
gitara & duo Luna
U prvom dijelu koncerta predstavlja se mlada, naga Divna Šimatović. Drugi dio koncerta rezerviran je za duo Luna koji će nas kroz dijalog violine i violončela, nekoliko glazbeno putovanja.
📍 **Gotička dvorana Muzeja grada Splita, Split**

Rujan

10.

Petar Čulić
gitara
Nakon pratnje na ovogodišnjem Omis gitar festivalu, Petar Čulić nastupa u prvom dijelu koncerta. U drugom dijelu koncerta nastupa Sergio Assad (Brazil), Dorian (SAD/Srbija/Svizzera), Ernesto Cordero (Portoriko), Polina, Angelo Gilardino (Italija), Stephen Scott (Kraljevstvo), Vojislav Ivanović (Bosna i Hercegovina), Prancijska, Aleksandar Ivanović (Francuska), Nuccio D'Angelis (Italija), Jurek M. Zeman (Brazil), Nuccio D'Angelis.
📍 **Gotička dvorana Muzeja grada Splita, Split**

marina Vukobratović
KLASIKARSKI I KLASIČNI KONCERTI

* Natječu se za nagradu iz Obiteljske koncertne mladosti

Hrvatski Radio

Muzička škola

Festival

Solin

Split

Poseban događaj bila je suradnja sa Solinskim kulturnim ljetom (Javna ustanova u kulturi Zvonimir Solin) koja je u goste dovela JM Jazz World Orchestra & Luis Bonilla (SAD).

- Piano Loop festival

Piano loop festival je međunarodni festival pijanizma koji se održava tijekom kolovoza u Splitu. Osim koncertne produkcije, festival organizira brojne seminare renomiranih pijanističkih pedagoga tijekom cijele godine. Sedmi po redu Piano Loop Festival održao se od 16. do 20. kolovoza 2020. u Splitu.

Organizatori festivala Udruga

Piano Projekt, usprkos pandemiji koronavirusa, ponudili su izuzetno kvalitetan i raznolik program te ugostili četiri vrhunska glazbenika: Martinu Filjak, Gorana Filipeca, Ivana Krpana i Kemala Gekića, kao i brojne mlade pijaniste, a sve to u podrumima Dioklecijanove palače u Splitu. Festival se održavao kroz dva segmenta: koncerte i Masterclass radionice. Valja spomenuti i program MASTERCLASS koji se održao od 14. do 21. kolovoza 2020. uz poznate mentore: Kemal Gekić, Grigory Gruzman, Andreas Frölich, Lev Natochenny i Ruben Dalibaltayan.



- Šala, La chanson 2020

U drugom izdanju zabavnog mozaika Šala, La chanson 2020 velikom pozornicom Hrvatskog narodnog kazališta Split prodefilirali su brojni šansonijeri i glumci s namjerom da publici bar nakratko izmame smijeh. „Smijeh je lijek za koji ne trebate čekati red pred ambulantom, koji možete uzimati u neograničenim količinama i to bez participacije HZZO-u a kontraindikacije nisu poznate“- bila nam je glavna misao vodilja u kreiranju programa u suradnji s umjetničkim direktorom Igorom Brešanom. 2019. godini začeta je i realizirana ideja da Split u karnevalske dane dobije prepoznatljiv prigodni glazbeno-humoristički program, stoga se i ove godine nastojao sačuvati kontinuitet. Na programu su bile zaboravljene, smetnute ili čak zbog svojih sadržaja zaboravljene pjesme koje su, uz neizostavne duhovite opaske, izvodili Andrej Baša, Igor Brešan, Arijana Čulina, Dean Dvornik, Ksenija Erker, Vivien Galetta, Elis Lovrić, Mladen Medak Gaga, Vedran Mlikota, Duško Mucalo, Alen Nižetić, Ana Opačak, Orkestar HRM, Ivo Perkušić, Đorđi Peruzović, Nikša Sviličić i „Mjesni odbor“. Sve izvođače pratio je orkestar Aleksandra Saše Valenčića, a moderatori su bili Mladen Medak Gaga, Day Antunović i Tonči Banov. Vizualni identitet realizirao je zadarski karikaturista i lutkar Mojmira Mihatova. Valja napomenuti da je ovo izdanje *Šale* posvećeno preminulom Damiru Mihanoviću Čubiju, sudioniku prve *Šale*.



- Teatar pod zvijezdama

„Teatar pod zvijezdama 2020.“ projekt je koji je usklađen s novonastalim uvjetima pandemije i organizacije manifestacija na otvorenom. U najavi je bilo 10 zabavnih i glazbenih projekata. Komedija „Ne daj se Njofra“, komedija „Udavače“, „Lijevo, desno glumac“, dječji mjuzikl „Mi o vuku“, najnovija komedija „Men' se čini da je meni najgore“, koncert Haria Rončevića, Uršule Najev, 4 tenora, Tomislava Bralića i klape Intrade, samo su dio programa koji se, nažalost, nije uspio u potpunosti realizirati zbog epidemiološke situacije. Posjetitelji su ipak imali priliku uživati u dijelu programa.



Popularna glumica Ecija Ojdanić s najnovijim cabaretom Ivana Lea Leme 'Vla-Vla-Vlajland' oduševila je brojne posjetitelje. Riječ je o novoj predstavi Kazališta Moruzgva koja je, zapravo, nastavak hit koprodukcije kazališta Kerempuh i Kazališta Moruzgva cabaret 'Preko veze'.



Osim navedenih programa, održani su i ostali manji koncerti i programi na Rivi poput zumba fitness maratona. Jedanaest zumba fitness instruktora izmjenjivalo se u nedjelju, 8. ožujka, od 12.00 do 13.30 sati povodom Dana žena na bini, dok su svi prisutni imali priliku vježbati uz nove ritmove i plesne korake. Također su realizirani i tradicionalni programi, kao što je tradicionalna pučka fešta „Dani Matejuške“.



SUDAMJA



Tradicionalna fešta povodom blagdana svetog Dujma godinama je budila u nama duh zajedništva i pripadnosti. Vođeni upravo porukom zajedništva kampanje #TogetherInSplit, mnogi su se uključili u kreiranje projekata i svojim sugrađanima poklonili drugačiju proslavu Dana Grada. Grad Split i Turistička zajednica Grada Splita u suradnji s Dalmacija koncertom i uz sponzorstvo OTP banke Splićanima i Splićankama povodom blagdana svetog Dujma darovali su koncert Petra Graše koji se za ovu priliku snimao u ponedjeljak na praznom Peristilu. Koncert optimizma, svjetla i slavlja emitirao se na blagdan svetog Dujma u četvrtak, 7. svibnja, na drugom programu Hrvatske radiotelevizije.





Balkon fešta Sv. Duje donijela je mnoštvo osmijeha na lica građana, a projekt je rezultat uspješne suradnje Fabrique puba, agencije Apodos, foto studija Smile i Turističke zajednice grada Splita. Od 17 do 20 sati pokretna pozornica obilazila je splitske kvartove na kojoj je Marko Pecotić Peco sa svojim bandom pjevao dalmatinske hitove. U online obilježavanje blagdana sv. Dujma uključili su se i Muzej grada Splita, Hrvatsko narodno kazalište Split, KUD Jedinstvo, Glazbena mladež Split, Etnografski muzej, Centar za kulturu i cjeloživotno obrazovanje Zlatna vrata, Collegium Split kroz povijest i mnogi drugi koji su svoje objave posvetili upravo prisjećanju na važnost tradicije za očuvanje jedinstva i identiteta jednog grada.

SPLITSKI FESTIVAL



Festival zabavne glazbe Split 2020. održao se 11. i 12. srpnja na Prokurativama. U programu su sudjelovala renomirana autorska i pjevačka imena iz Hrvatske. Prva, retrospektivna večer festivala pod nazivom „Nima Splita do Splita“, bila je posvećena obilježavanju 60. obljetnice Splitskog festivala. Omiljeni pjevači izvodili su brojne evergreene zlatnih godina Splitskog festivala. Festivalske evergreene pjevali su Tedi Spalato, Zorica Kondža, Doris Dragović, Marko Tolja, Mladen Grdović, Ivana Kovač, Goran Karan, Alen Nižetić, Kićo Slabinac, Neno Belan, Ante Gelo, Mia Dimšić, Domenica, Petar Dragojević, Giuliano i brojni drugi. Bila je to noć u kojoj smo se prisjetili pjesama koje su obilježile dosadašnjih šezdeset godina festivala, večer u kojoj smo uživali slušajući „Dalmatinsku elegiju“, „Galeb i ja“, „Konobo moja“, „Zar je voljeti grijeh“, „Pismo ćali“, „Dugo toplo ljeto“, „Teret ljubavi“, „Kome bi šumilo more moje sinje“ i mnoge druge pjesme koje diraju dušu i srce. U finalnoj večeri festivala, poznati hrvatski izvođači izveli su nove 22 pjesme uz veliki festivalski orkestar te isključivo pjevanje i svirku uživo. Show program finalne večeri s odličnom ekipom glazbenika bio je posvećen pjesmama Tea Trumbića. U ovoj večeri nastupili su *Tomislav Bralić i klapa Intrade, Hari Rončević, Giuliano, Neno Belan, Marko Tolja, Mladen Grdović, Goran Karan, Tedi Spalato, klapa Rišpet*,... te mnogi mladi perspektivni izvođači čije vrijeme tek dolazi. Obje večeri bile su u izravnom televizijskom prijenosu na 1. programu HRT-a od 21.30 - 01.30 sati te na 2. programu Hrvatskog radija i Radio Splita.

Ovogodišnje jubilarno izdanje bilo je posebno osmišljeno ekskluzivnim scenskim izgledom, a gledalište je bilo prilagođeno propisanim mjerama s obzirom na pandemiju koja nas je zadesila. Pozornica je smještena ispred istočnih arkada čime se postigla intima između izvođača i publike

te se još više naglasila ljepota kamenih kolonada na Prokurativama, koje su posebnim osvjetljenjem uz sjajnu scenografiju Davora Antolića Antasa poprimile jedan sasvim novi izgled. Odgovarajućom medijskom kampanjom Festival zabavne glazbe Split 2020. najavili smo na svim nacionalnim tv postajama (kroz priloge i direktna javljanja u informativnim emisijama - HTV, RTL i NOVA), a uspješnom realizacijom projekta s izvrsnim ocjenama glazbene kritike osigurali smo prostor Splitskom festivalu u svim tiskanim i elektroničkim medijima (Slobodna Dalmacija, Jutarnji list, HTV Dnevnik 3, In Magazin-NOVA TV, Dobro jutro Hrvatska-HTV, Večernji list, Gloria, Story, Dalmacija danas, Dalmacijanews.hr, Radio Dalmacija, Radio Brač ...).

ANTIČKA DOGAĐANJA

Još od 2004. godine i pojave prva dva rimska vojnika na Peristilu u oskudnim tunikicama i plastičnim oklopima nismo ni slutili da nekada ideja jednoga dana može postati stvarnost, svakodnevnica u ponudi našega grada. Tada, ti „prvi hrabri momci“ stvarali su prve trenutke budućnosti koji su kulminirali od formiranja Pretorijanske straže preko Dioklecijanove legije do današnje cijele Careve vojske. Danas grad Split ponosno u svojoj ponudi ima reprezentativne sadržaje koji pružaju barem sličicu naše povijesti. Smjena straže/Pozdrav cara Dioklecijana ove godine bilježi 17 godina neprekidne tradicije od svoje prve izvedbe na Peristilu. Program koji svakog dana u podne raduje kako brojne sugrađane tako i sve posjetitelje našeg grada. Kroz mnoge promjene u ulozi cara Dioklecijana istinski smo mogli uživati u povicima „AVE, AVE, AVE“ gdje je publika uvijek s oduševljenjem ispraćala cara i njegovu stražu. Iz godine u godinu projekt je rastao, uvijek

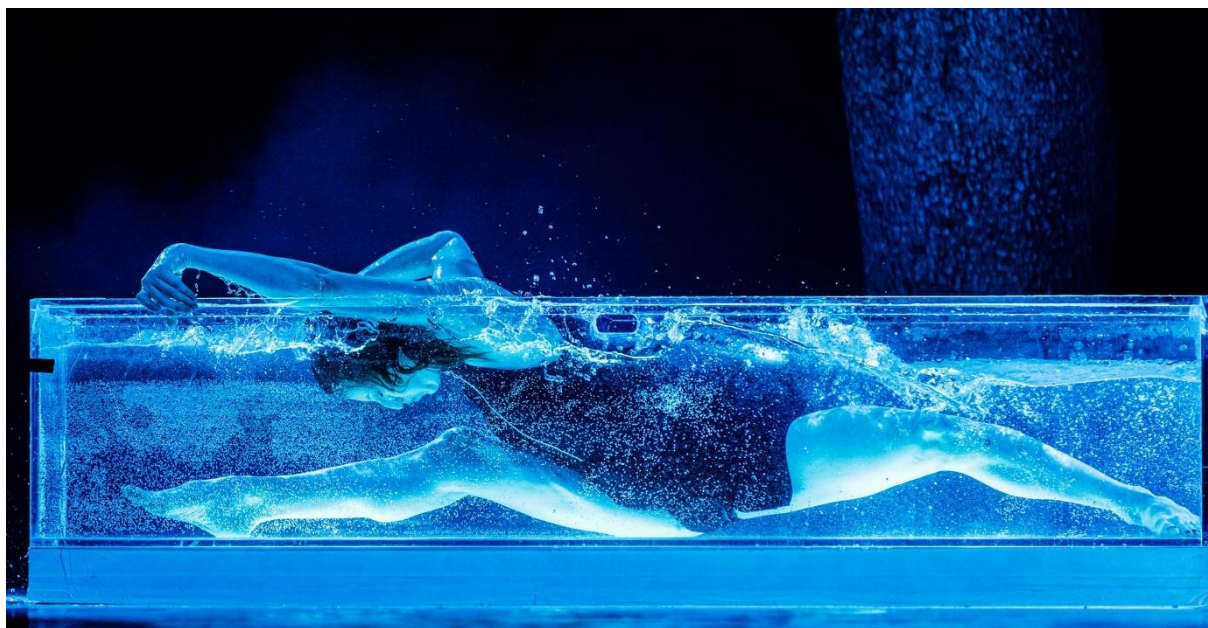
dobivao nove sadržaje, nove scenske elemente, veći broj pretorijanaca u koreografijama, te je od 1 minute prvotnog trajanja dosegnuo do programa koji traje preko 5 minuta. Plan je uvijek bio da upravo publika bude ta koja diktira



napredak, kako estetski, tako i umjetnički. Upravo iz ove potražnje rodili su se i Dani Dioklecijana koji su bili jedna uvertira za Rimski đir. Rimski đir, program relativno novoga sadržaja, sugrađanima i posjetiteljima pruža različite turističko-povijesno-edukativne programe koji uz svoj estetski ugođaj svakako pružaju i malo humorističnih elemenata. Nekadašnja vizija danas je realnost koja je nezaobilazna na svakom kutku povijesne jezgre. Nažalost, ove godine program „Emperors Walk“, tj. „Dioklecijanova šetnja“ prilagođen je kako bi se poštivale sve epidemiološke mjere. Ove godine program se realizirao samo petkom u 20 sati u periodu od 14. kolovoza do 09. listopada 2020. godine. Program je obuhvaćao: „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), a cilj je bio educirati sve posjetitelje o povijesti i vrijednosti Dioklecijanove palače te njenom značenju za Grad Split.

SPLITSKO LJETO



Splitsko ljeto svoju je respektabilnu šezdesetšestogodišnju tradiciju nastavilo i u godini u kojoj su širom svijeta otkazivane brojne, uključujući i najveće, kulturne i sportske manifestacije. Unatoč znatno otežanim okolnostima i uz provođenje svih preporučenih protuepidemijskih mjera, u koje je spadalo i osjetno smanjenje kapaciteta gledališta, 66. Splitsko ljeto brojčano je po izvedbama, a sudeći prema medijskim ocjenama i po njihovoj kvaliteti, zaostajalo za prethodnim festivalskim izdanjima. Realizirano je šest premijernih naslova te ukupno 32 različita naslova u 45 izvedbi. Od toga su četiri izvedbe bile operne, 15 dramske i pet baletne, uz 14 koncerata, četiri filmske projekcije, dvije izložbe i jedno predstavljanje knjige.

Pridržavanje preporučenih epidemioloških mjera uključivalo je ne samo mjerenje temperature, dezinfekciju ruku i upisivanje podataka svakog posjetitelja i učesnika izvedbi, već i značajno smanjenje kapaciteta gledališta. Unatoč tome, festivalske je izvedbe s kupljenom ulaznicom posjetilo više od pet tisuća gledatelja, čemu treba dodati i one koji su pohodili besplatne programe (izložbe, promocija), a prihod s blagajne iznosi gotovo pola milijuna kuna. Za usporedbu, uobičajeni broj mjesta na Peristilu bio je prošlih godina 418, dok smo ga ove godine morali smanjiti na 130-180. Stoga je realizirani broj gledatelja, unatoč drastičnom smanjenju kapaciteta gledališta, izuzetno velik.

66. Splitsko ljeto održano je pod visokim pokroviteljstvom Predsjednika Republike Hrvatske i pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture RH, Grada Splita i Splitsko-dalmatinske županije, a u suradnji s: Galerijom 46, Baletom HNK u Zagrebu i Bavarskim državnim

baletom, Muzejom grada Splita, Gradskim kazalištem mladih iz Splita, produkcijskom tvrtkom Music Time, Pulskim filmskim festivalom, Centrom za kulturu i cjeloživotno obrazovanje Zlatna vrata, Kinom Mediteran iz Splita, splitskim KUD Jedinstvo i Talijanskim institutom za kulturu u Zagrebu. Generalni medijski pokrovitelj Festivala je dnevni list Slobodna Dalmacija.

66. SPLITSKO LJETO
Split, 14. srpnja - 14. kolovoza 2020.
66th Split Summer Festival
Split, 14th July - 14th August 2020
OSJETI... OKUSI... I UKUSI MEDITERANA
SENSATIONS... FLAVOURS... AND TASTES OF THE MEDITERRANEAN

Premijera Opening night

Daniel Cardoso
Correr o Fado
BALET HNK SPLIT CNT SPLIT BALLET

Glazba Music FADO

Sustipan, četvrtak i petak, 13. i 14. kolovoza 2020. u 21h
Sustipan, Thursday and Friday, 13th and 14th August 2020 at 9 p.m.

SLOBODNA DALMACIJA

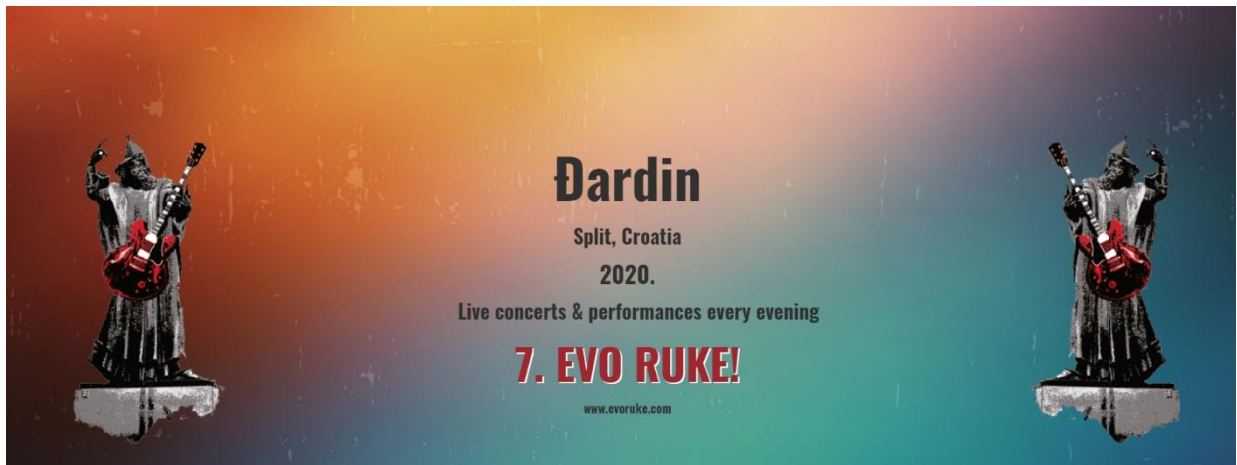
FESTIVAL MALI SPLIT



U posebnim uvjetima Prokurative su ove godine po 30. put ugostile sve malene pjevačke zvijezde na tradicionalnom festivalu 'Mali Split'. Ovogodišnji festival održan je 13.07.2020. godine, a okupio je pjevačice i pjevače, plesače iz Splita, Dalmacije i cijele Hrvatske. Iz predostrožnosti, ove godine nije bilo klasičnog glasanja i dodjele nagrade pred publikom, a pobjednici su proglašeni na Facebook stranici Malog Splita.

Festival su otvorili Dječji zbor „Srdelice“, a u nastavku je nastupilo 20 malih izvođača, solista i zborova uz plesnu pratnju. Sve je kao i uvijek bilo u znaku dječjih hitova, a najmlađi su još jednom pokazali maštovite tekstove, aranžmane i koreografije.

FESTIVAL EVO RUKE



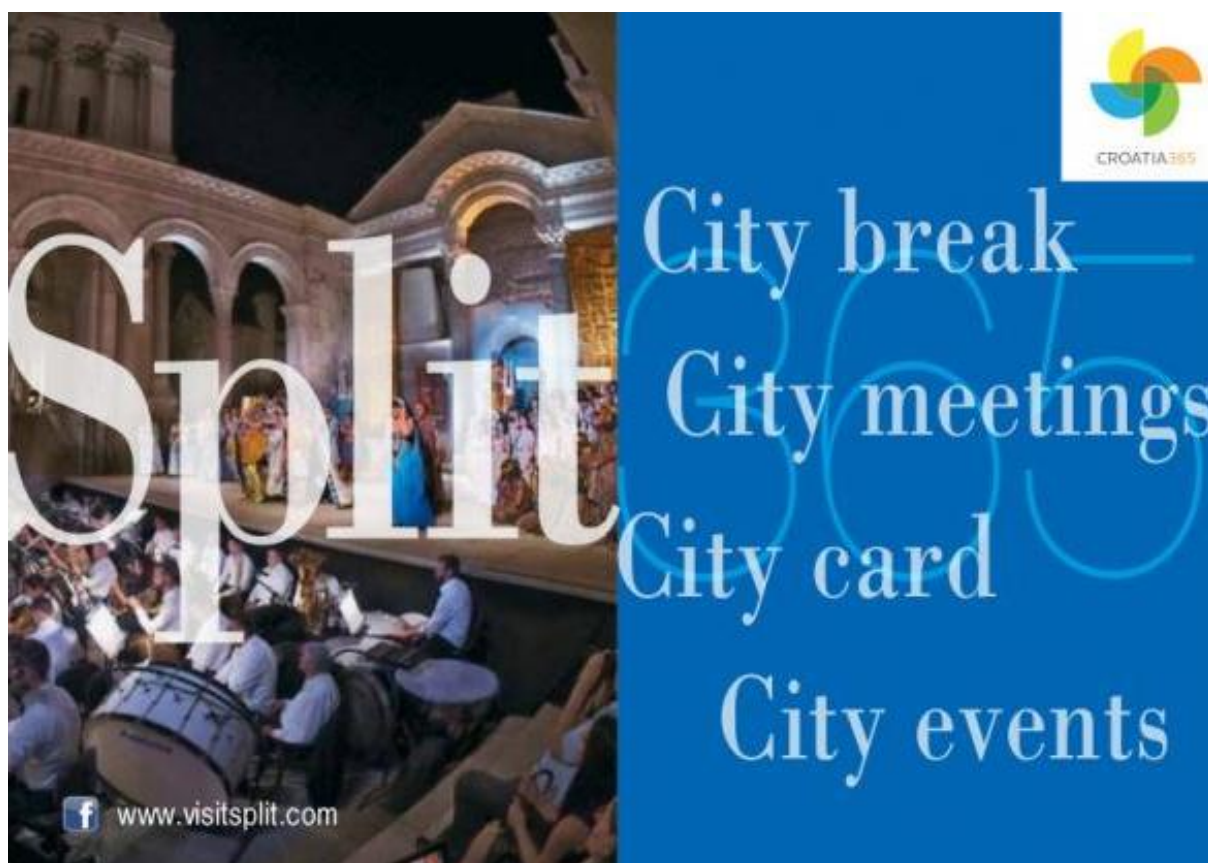
Revija Urbane Kulture – EVO RUKE! je moderan festival urbane glazbe koji obuhvaća niz svakodnevnih, cjelovečernjih i besplatnih koncerata na jednoj od najatraktivnijih gradskih lokacija - u splitskom Đardinu. Program se održavao svakog dana u 21:00. Uz sve organizacijske teškoće u Đardinu je na 29 cjelovečernjih koncerata nastupilo 42 orkestra, a park je bio ograđen sukladno preporukama i mjerama HZJZ. Ciljevi festivala su ostvareni. Program je otvoren koncertom Atomskog skloništa, a završni koncert TBF-a zbog epidemiološke situacije je otkazan. Unatoč svim preprekama,



ovogodišnja Revija urbane kulture - EVO RUKE pokazalo se kao jedno od najvećih glazbenih događanja u 2020. godini s 31 dan trajanja i preko 20.000 posjetitelja.

SPLIT CARD I CITY BREAK PROGRAM

Split Card kartica i City Break program alati su kojima se unaprjeđuje boravak turista u destinaciji i pruža dodana vrijednost. City break 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. U projektima su u 2020. godini sudjelovali nositelji svih oblika smještaja, no značajan pad broja turističkih dolazaka i noćenja uzrokovan pandemijom utjecao je i na manju potražnju za ovim uslugama.



POTPORE PODIZANJU KVALITETE TURISTIČKE PONUDE

U uvjetima epidemije, kvaliteta turističke ponude prvenstveno je ovisila o zdravstvenoj sigurnosti destinacije. Od samog početka pandemije Turistička zajednica grada Splita promovirala je Split kao sigurnu destinaciju i poticala podizanje svijesti o poštivanju mjera Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo pa je tako domaćim i stranim turistima omogućeno preuzimanje besplatnih zaštitnih maski u info centru na Rivi, Peristilu, Stobreču i Welcome desku u zračnoj luci.

Osim navedenog, Turistička zajednica grada Splita financijski je podržala rad Testnog centra kako bi turistima bilo olakšano testiranje na virus SARS-CoV-2.

U 2020. godini održane su i edukacije na temu održavanja zdravstvene sigurnosti gosta specijalizirano za pružatelje smještaja.



Broj posjetitelja u Splitu iz dana u dan raste, a turistima se dijele besplatne maskice

Od početka mjeseca grad je posjetilo oko 33 tisuće turista

Autor: D.D. / Foto: Igor Jakšić - Četvrtak, 23.07.2020, 23:44



Split je napokon oživio! Broj posjetitelja iz dana u dan raste, a turistima se dijel



U suradnji s TZSDŽ održali smo edukaciju koja je sadržavala preporuke i uvjete ulaska stranih državljana/turista u Republiku Hrvatsku te postupanje s gostima u uvjetima post korona razdoblja, pod nazivom “Korisne informacije, upute, preporuke i pravila ponašanja za iznajmljivače s turistima u okolnostima post epidemije COVID-19”. Sudionici edukacije bili su Tonči Glavina, državni tajnik u Ministarstvu turizma RH, Luka Brčić, dožupan i načelnik Stožera civilne zaštite SDŽ, Srđan Kušćević, pročelnik Područnog ureda civilne zaštite Split, Slobodan Maretić, načelnik sektora za granicu PU SDŽ, Paško Ugrina, voditelj Odjel prevencije PU SDŽ, Dr. Diana Nonković, voditeljica Službe za epidemiologiju zaraznih bolesti Nastavnog zavoda za javno zdravstvo SDŽ, Prof. Ivo Ivić, predstojnik Klinike za infektologiju KBC Split.

Organizirali smo i online edukaciju pod nazivom „Poslovanje malih iznajmljivača u doba pandemije”. Obuhvaćene su sve teme od iznimne važnosti za očuvanje zdravlja i uspješno poslovanje u uvjetima pandemije poput: uređenje objekta u kontekstu

pandemije, kako prezentirati smještaj, komunikacija s gostima, doček i ispraćaj gosta, čišćenje apartmana i kuća za odmor, akontacija, kontaktiranje starih gostiju, administrativne promjene (mjere Vlade RH), predlošci (Potvrda o rezervaciji), kako komunicirati sa starim gostima, mjere Covid-19, izmjena posteljine...

Održana edukacija „Korisne informacije, upute, preporuke i pravila ponašanja za privatne iznajmljivače s turistima u okolnostima post epidemije COVID-19“

📷 Galerija fotografija



U organizaciji Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije i Turističke zajednice grada Splita održana je posebna edukacija za privatne iznajmljivače vezano za preporuke i uvjete ulaska stranih državljana/turista u Republiku Hrvatsku te postupanja s gostima u uvjetima post korona razdoblja.

Osim podizanja zdravstvene kvalitete destinacije, Turistička zajednica grada Splita organizirala je i podržala edukacije koje unaprjeđuju razvoj gastro turizma. U sklopu Gourmeta Expoa održane su razne edukacije s renomiranim gastro imenima iz regije. Prva je bila o začinskim

mješavinama za suho mariniranje mesnih delacija pod vodstvom chefova Željka Nevena Bremeca i Hamida Hadžića, nakon njih uslijedila je tribina o pizzi s vodećim hrvatskim pizza majstorom Marinom Vanjakom, jednim netalijanskim



predstavnikom i edukatorom škole za pizzaiole Accademie del Grano. Višestruki prvaci Hrvatske u pravljenju koktela, Jure Vojković i Mario Majcen, educirali su o tajnama gina. Također je održana i radionica o uzletu sorte plavke (plavine) Darija Gašpara, jednog od vodećih vinara Vrgorskog vinogorja koji je prvi uspio pravilnim vinogradarenjem i podrumarenjem proizvesti vrhunsko vino od ove sorte, te radionica rižota s talijanskim premium proizvodima iz asortimana Lareto fooda koje je trebalo upariti s Korlat tradicionalnim rakijama i likerima.



Turistička zajednica grada Splita podržala je i edukacije Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije i to edukaciju za privatne iznajmljivače na kojoj se obrađivalo poslovanje vlasnika privatnog smještaja, društvene mreže u turizmu i marketing poslovanje u turizmu; radionicu engleskog jezika na kojoj se obradila upotreba engleskog jezika, unapređenje komunikacije s gostima na engleskom jeziku, odgovaranje na upite, pripremanje standardiziranih mailova, predlaganje alternativnih termina, postprodajne aktivnosti, cross-selling, najčešće pogreške; edukaciju „Kako poboljšati prodaju“ na kojoj su se obrađivale teme kako napraviti uspješan biznis i brend od iznajmljivanja smještaja te je predstavljen rezervacijski sustav Direct Booker, najbrže rastuća agencija za privatni smještaj u regiji, uz sudjelovanje Booking.com, najveće svjetske platforme za rezervaciju smještaja, i Booker Tools - pametnih alata za iznajmljivače.

Turistička zajednica grada Splita u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i Udrugom hrvatskih putničkih agencija (UHPA) realizirala je program edukacije za javni i privatni sektor na temu "Razvoj, marketing i provedba destinacijskih proizvoda posebnih oblika turizma" uz izvođenje 2 radionice (tematske cjeline) u Splitu. Prva radionica: „Promocija i prodaja destinacije“ – Cilj interaktivne radionice bio je prezentirati i pojasniti kako pozicionirati i maksimizirati prednosti i atraktivnost destinacije kako bi se zadovoljile sve sofisticiranije potrebe različitih tržišnih segmenata i tipova kupaca. Tijekom interaktivne radionice sudionicima su prezentirani primjeri dobre, ali i loše prakse, te pojašnjen korak-po-korak pristup (metoda) marketingu i prodaji destinacije – kako razviti uspješnu marketinšku i prodajnu strategiju te kako stvoriti dodatnu vrijednost za klijente promovirajući i prodajući destinaciju kao cjelinu kroz suradnju i partnerstvo različitih dionika u destinaciji. Druga radionica: „Site inspections, FAM Trips i nastupi na sajmovima“ - Cilj interaktivne radionice bio je sudionicima prezentirati aktualne trendove i izazove s kojima se susreću dionici turističke industrije, pojasniti pojam i značaj Site Inspections i potrebu njihovog preciznog planiranja i realizacije. Prezentirao se i pojasnio pojam FAM Trips, što ih razlikuje od Site Inspections, koji je značaj FAM Trips za destinaciju i zašto je važna suradnja svih dionika u destinaciji u njihovom osmišljavanju i organizaciji. Nadalje, sudionici su imali priliku steći uvid u najčešće pogreške, kao i dobre primjere iz prakse, te usvojiti učinkovite metodologije kreiranja, preciznog planiranja i izvršenja programa Site Inspections i FAM Trips. Također je prezentirano stanje tržišta sajмова, novi trendovi i izazovi s kojima su suočeni dionici industrije, bilo kao izlagači ili kao kupci. Pojasnila se učinkovita praksa nastupa na sajmovima

u svrhu jačanja komercijalnog potencijala - kako odabrati sajmove koji najbolje odgovaraju poslovnom modelu te proračunu, što raditi prije, za vrijeme i nakon sajma, kako privući kupce na štand i voditi smislene razgovore s potencijalnim kupcima koji će za posljedicu imati novougovorene poslove.



JEDNA OD NAJINSPIRATIVNIJIH OSOBA U BRITANiji Radionicu održao Patrick Delaney, oduševljen je Splitom

Podijeli 1 Tweet Svidi mi se

Predavač je bio Patrick Delaney, stručnjak s više od trideset godina iskustva u turističkoj industriji, marketingu, prodaji i konzaltingu te osmišljavanju i realizaciji edukacijskih programa za potrebe turističkog sektora brojnih zemalja (npr. Republika Irska, Njemačka, Poljska, Kina, Tajland, Jordan i dr.). Delaney je dobitnik brojnih priznanja i nagrada vodećih sajmova kongresne industrije te jedini Irac koji je uvršten na listu Power 50 koju izdaje Conference & Incentive Travel (UK) – popis najinspirativnijih osoba u Velikoj Britaniji i Irskoj.

URED DIREKTORICE

Tijekom izazovne 2020. godine, direktorica je organizirala i rukovala radom i poslovanjem Turističkog ureda s ciljem ostvarenja Programa rada Turističke zajednice grada Splita za 2020. godinu, ali prije svega s ciljem brze prilagodbe novonastalim uvjetima.

U suradnji s predsjednikom TZ-a, Ured direktorice pripremao je materijale za rad tijela TZ-a (Vijeće i Skupštinu). Direktorica je sudjelovala u radu Turističkog vijeća te provodila odluke istog. 01.01.2020. godine stupio je na snagu novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, a Ured direktorice poduzeo je sve potrebne aktivnosti za usklađivanje svih dokumenata potrebnih za kvalitetan rad Turističke zajednice grada Splita.

Direktorica je koordinirala suradnju s Gradom Splitom, glavnim uredom HTZ-a, MINT-a i ostalim za turizam značajnim institucijama. Od suradnje s domaćim institucijama važno je istaknuti suradnju s HGK kroz brojne rasprave o važnim temama za turizam i suradnjom u organizaciji Regionalnog Foruma obiteljskog smještaja. Forum je bio edukativnog karaktera i namijenjen sudionicima u obiteljskom smještaju i turizmu.



Ured direktorice ostvario je uspješnu suradnju s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije kroz projekte edukacije ključnih dionika, suorganizacijom studijskih putovanja i suradnjom na projektima udruženog oglašavanja. Direktorica je sudjelovala i na koordinacijskim sastancima s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije na kojem se raspravljalo o problematici pomoćnih kreveta i usklađivanju akata i ustrojstva s odredbama novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. Suradnja s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije ostvarena je i organizacijom posebne edukacije za privatne iznajmljivače s ciljem dobivanja korisnih informacija, uputa i preporuka za privatne iznajmljivače u postupanju s turistima u okolnostima post epidemije COVID – 19.

Uspješna suradnja ostvarena je i s lokalnim turističkim zajednicama, poput suradnje na projektu Welcome desk u Zračnoj luci Split.



Ured direktorice sudjelovao je u izradi analize stanja strateškog dokumenta "Strategija razvoja grada Splita do 2030. godine" te u procesu izrade „Plana upravljanja i Akcijskog plana upravljanja posjetiteljima za Park-šumu Marjan“.

EU projekti *Palača života - grad mijena* i *Marjan 2020- Brdo prošlosti, oaza budućnosti* koordinirani su od strane Ureda direktorice. Turistička zajednica nositelj je dijela marketinških aktivnosti spomenutih projekata, dok na ostalim projektima pruža inpute važne za pripremu projektnih zadataka.

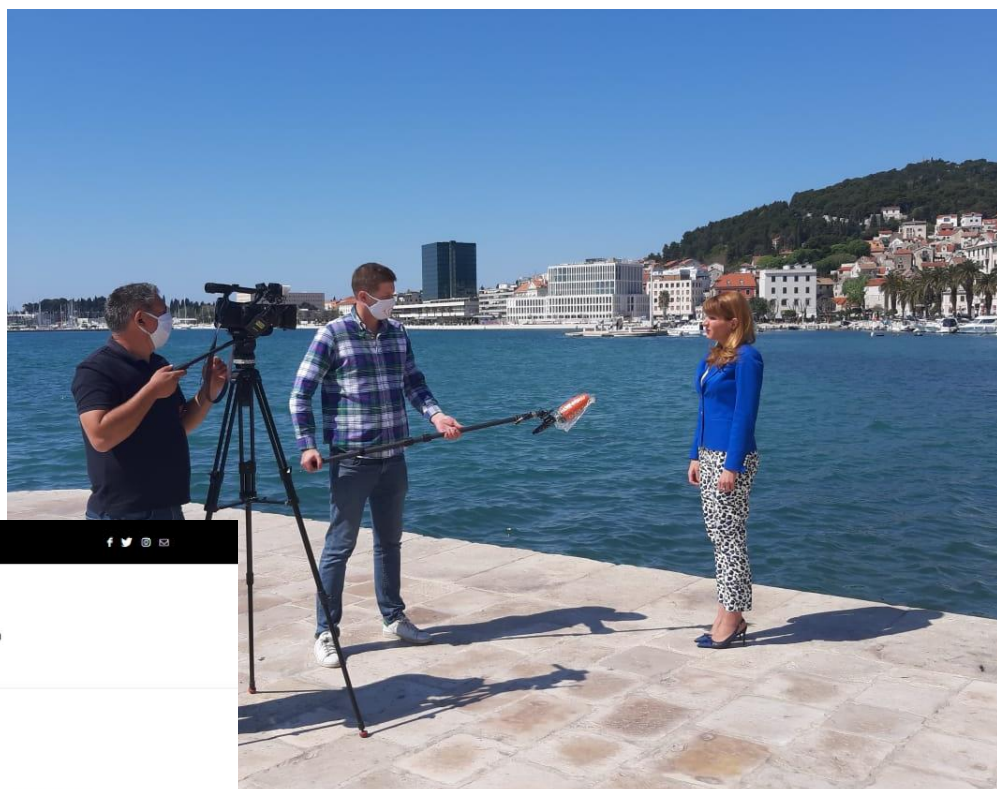
Ured direktorice podržao je i projekte održivog turizma pa je tako Turistička zajednica potpisnik povelje za održiv i odgovoran turizam (cikloturizam) u MED regiji u organizaciji

ECF – Europske biciklističke federacije u okviru EU projekta MedCycleTour (EuroVelo 8 biciklistička ruta). Od projekata eko turizma podržanih od strane Ureda direktorice, valja istaknuti i projekt Dalmatia Green udruge Sunce i projekt #GreenSailTakes5. Ured direktorice sudjelovao je i na fokus grupi u okviru projekta TOURISM4ALL koji ima za cilj uključiti osobe s invaliditetom u konkretne mjere koje će rezultirati osiguravanjem pristupačnosti turističke ponude Splita svima kroz projekt TOURISM4ALL.

Ured direktorice podržao je i razvoj i pozicioniranje novih turističkih proizvoda poput projekta Diocletian's dream (Dioklecijanov san). Prvi put u Hrvatskoj pa tako i u Splitu posjetitelji mogu vidjeti kroz VR (virtualnu stvarnost) kako je Dioklecijanova palača nekad izgledala, kako se živjelo i kakav je bio car Dioklecijan. U sklopu kampanje #TogetherInSplit osigurali smo svim turističkim djelatnicima besplatan posjet ovoj novoj turističkoj atrakciji u Splitu.



U 2020. godini Ured direktorice uspješno je informirao javnost o informacijama važnim za turistički sektor u vrijeme pandemije kroz svakodnevnu komunikaciju s medijima i surađivao s lokalnim, nacionalnim i inozemnim medijima od kojih naglašavamo sljedeće: Slobodna Dalmacija, 24 sata, Journal, Dalmatinski portal, Dalmacija danas, Hina, Poslovni dnevnik, Radio Dalmacija, TV Jadran, Mreža TV, HRT, NOVA TV, RTL, N1 i dr.



JOURNAL

@PUTOVANJA

8 RAZLOGA ZAŠTO OVOG LJETA MORATE POSJETITI SPLIT

Utorak, 14. srpnja, 2020.



Osim suradnje s domaćim medijima, od izuzetne je važnosti bila i suradnja sa stranim medijima od kojih valja istaknuti suradnju s BBC News Channel, francuskim TV kanalom Voyage i TF1, njemačkom TV ARTE i ProSiebenSat.1, te suradnju na realizaciji putopisnog serijala „Catch Flights Not COVID“.

INTERVIEWS

COPING WITH COVID-19

#TOGETHERINSPLIT

**Ostanite u kontaktu
sa svojim gostima**ALIJANA VUKŠIĆ,
DIREKTORICA TZ-a
SPLIT

N1

Alijana Vukšić: Ove godine gosti ostaju duže i više troše

BIZNIS | Autor: N1 Hrvatska | 10. kol. 2020 12:42 > 12:57

Podijeli:    

Alijana Vukšić, direktorica Turističke zajednice grada Splita, u N1 Studiju uživo rekla je kako su u gradu na 36 posto prošlogodišnjih dolazaka, uzmu li se podaci od početka godine, te da su optimistični što se tiče predstojećeg perioda.

Poštovani i dragi privatni iznajmljivači,

nalazimo se u vrlo teškoj i neizvjesnoj situaciji u kojoj je važno da ostanemo optimistični, ali prvenstveno realni kako bismo uspješno donosili pravovremene poslovne odluke. Posljedice pandemije uzrokovane koronavirusom posebno će ostaviti posljedice na turistički sektor, a teret tih posljedica snosit ćemo svi - od malog poduzetnika do javnih institucija.

Vlastito zdravlje, zdravlje svoje obitelji i zdravlje gostiju stavimo na prvo mjesto. Pratite sve preporuke Nacionalnog civilnog stožera i maksimalno uskladite svoje poslovanje sa svim mjerama i preporukama. Na našoj web-stranici visitsplit.com i u sustavu eVisitor možete pratiti sve važne informacije na jednom mjestu, a tu smo za vas za bilo kakva pitanja i pomoć vezanu za prilagodbu poslovanja novonastalim uvjetima.

U ovom trenutku važno je iskoristiti sva znanja u koja smo do sada ulagali, posebno znanja o online marketingu koja smo vam dugi niz godina prenosili kroz brojne edukacije, organizirane u suradnji s TZ Splitsko-dalmatinske županije. Mi se nalazimo u fazi remarketinga u kojoj je važno da ostanete u kontaktu sa svojim gostima, informirate ih o situaciji u Splitu i Hrvatskoj, dajte zanimljiva videa i prekrasne fotografije našega grada kako bismo stali prisutni u percepciji gostiju i znali kada se situacija i u njihovoj zemlji stabilizira, odaberu Hrvatsku i Split za svoju destinaciju. U tome vam zasigurno mogu pomoći i držaji koje objavljujemo na našem Facebook i Instagram profilu [Visitsplit](http://visitsplit.com), stoga slobodno dijelite videa, fotografije i informativne tekstove koje svakodnevno objavljujemo. Za kraj želim poslati poruku zahvalnosti i optimizma, jer činjenica je da je Hrvatska u ovoj situaciji našla svoju poziciju zdravstveno sigurne zemlje i da možemo biti optimistični, ali i svjesni da na oporavak utječu brojni faktori i da je pred nama teško razdoblje prilagodbe novonastaloj situaciji koju možemo zajedničkim radom savladati.

MojaPartman | 27. svibanj 2020.





Krizno komuniciranje i pravovremeno informiranje bili su ključ uspjeha u 2020. godini. Ured direktorice od samog početka pandemije kontinuirano je informiralo turiste i dionike u turizmu o novim mjerama, o stanju na tržištima, o najavama letova... Također smo prvi u Hrvatskoj pokrenuli kampanju pod nazivom „TogetherInSplit“ koja je imala za cilj slanja poruke zajedništva u kriznim vremenima.

Poduzetnički portal · Članak



HTZ i TZ Splita pokrenule turističke komunikacijske platforme

23
TRA
2020

IZVOR: VIJESTI.HRT.HR · AUTOR: I.D./HINA



Hrvatska turistička zajednica (HTZ) pokrenula je prvu komunikacijsku kampanju na društvenim mrežama nakon početka pandemije. Naziv kampanje je #CroatiaLongDistanceLove, a među prvima iz sustava turističkih zajednica promotivni video #TogetherInSplit objavila je i splitska Turistička zajednica (TZ).

S obzirom na okolnosti u svijetu zbog pandemije Covid-19 te gotovo potpunog zaustavljanja turističkih kretanja, HTZ-ova kampanja kao i ona splitske Turističke zajednice, prije se nego kampanjom mogu označiti komunikacijskom platformom ili, kako kažu iz HTZ-a, konceptom kojim dosadašnjim i budućim turistima žele skrenuti pažnju na Hrvatsku dok su doma i još ne mogu putovati.

Više informacija o fazama i aktivnostima kampanje prikazano je u odlomku „Komunkacija vrijednosti“. Osim slanja poruke zajedništva, kampanja je osvješčivala važnost očuvanja zdravlja destinacije te pozivala i turističke djelatnike, ali i turiste na odgovorno ponašanje kako bi se očuvala zdravstvena sigurnost destinacije.

Kriza je pokazala koliko je važno poticati suradnju između javnog i privatnog sektora. Upravo kampanja #TogetherInSplit poticala je na suradnju pa je tako Ured direktorice kreirao 2 promotivna videa kampanje - prvi s naglaskom na slanje poruke zajedništva u vremenima odvojenosti, drugi s ciljem promocije turističkih sadržaja na otvorenom koji omogućavaju pridržavanje epidemiološkim mjerama.

Video je rezultat zajedništva javnog i privatnog sektora i koristimo priliku da zahvalimo svima koji su sudjelovali i pokazali zajedništvo u kriznim vremenima, posebno zahvaljujemo Galeriji Meštrović, KUD-u Jedinstvo, sustavu javnih bicikli Nextbike, turističkim agencijama Given2Fly Adventures i Adriatic Melody, restoranu ZOI, klapi Šušur, JU Park šuma Marjan i svima koji su doprinijeli uspješnoj realizaciji videa.

Projekti suradnje javnog i privatnog sektora uspješno je ostvaren i organizacijom projekata u sklopu tradicionalne manifestacije „Sudamja“. Balkon fešta Sv. Duje donijela je mnoštvo osmijeha na lica građana, a projekt je rezultat uspješne suradnje Fabrique puba, agencije Apodos, foto studija Smile i Turističke zajednice grada Splita.



Drage kolegice i kolege,

Nadamo se da ste svi zdravo i dobro!

Nalazimo se u vrlo teškim vremenima za sve nas no zajedničkim snagama možemo nešto negativno pretvoriti u pozitivno. Strah za vlastito zdravlje i zdravlje bližnjih, nesigurnost u sutrašnju egzistenciju i ostale strahove odlučili smo zamijeniti zajedništvom, pozitivnim stavom, stručnim znanjem, kreativnošću i prijateljstvom. Rezultat je kampanja #TogetherInSplit

Pozivamo vas da nam se pridružite u ovoj kampanji dijeljenjem videa (koji će sutra biti objavljen na našem YouTube kanalu, Facebook stranici i Instagram profilu), te kreiranjem i dijeljenjem sadržaja koje ćemo objavljivati. Više detalja saznajte u ovoj prezentaciji.

Neka nas ova razdvojenost poveže u ljubavi za naš Grad!

Team Turističke zajednice grada Splita & direktorica Alijana Vukčić



ZAJEDNO U SPLITU

Predivan novi video Splita: Car Dioklecijan i carica Priska ga istražuju u modernom svijetu

Piše [Marijana Matković](#), srijeda, 8.7.2020. u 15:33



Foto: Ivo Čagalj/PIXSELL

Turistička zajednica Splita novim videom promovira Split kao destinaciju koja se prilagodila zahtjevima domaćih i stranih turista u vrijeme pandemije korona virusa i ima što ponuditi

Ured direktorice prezentirao je Split na strateški važnim turističkim sajmovima New York Times Travel Show, TourismA – Salone Archeologia e Turismo Culturale, BIT i CMT (Caravan, Motor, Tourismus). Više informacija prikazano je u odlomku „Distribucija i prodaja vrijednosti“.

Direktorica je, unatoč pandemiji, poticala i sudjelovala u kreiranju novog broja Welcome magazina, a pandemija nije spriječila ni realizaciju brojnih suradnji poput suradnje s putopisnim fotografom Yuya Matsuom ili suradnje s poznatim hrvatskim travel bloggerom Kristijanom Iličićem.



Valja spomenuti i da je Ured direktorice realizirao prijavu grada Splita u suradnji s gradom Solinom i općinama Klis i Podstrana, za domaćina Dana hrvatskog turizma 2020. ali je manifestacija otkazana zbog pandemije. Vjerujemo da smo u ovoj izazovnoj godini pokazali da zajedničkim snagama možemo savladati sve prepreke kako bi prebrodili krizu i brzim reakcijama utjecali na smanjenje njenih posljedica.

KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI (Online i offline komunikacije)	830.000	658.776	79
1.	Internet i opće oglašavanje	200.000	194.928	97
2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	150.000	149.459	100
3.	Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	160.000	75.265	47
4.	Odnosi sa javnošću	100.000	83.466	83
5.	Brošure i ostali tiskani materijali	130.000	124.470	96
6.	Suvenir i promo materijali	80.000	21.563	27
7.	Info table-smeđa signalizacija	10.000	9.625	96

2020. godina dodatno je osnažila važnost ciljane komunikacije s precizno osmišljenim ključnim porukama. Krizno razdoblje zahtjevalo je prilagodbu planiranih aktivnosti i njihovu vremensku alokaciju. Korištenjem svih komunikacijskih alata, glavne aktivnosti bile su usmjerene na:

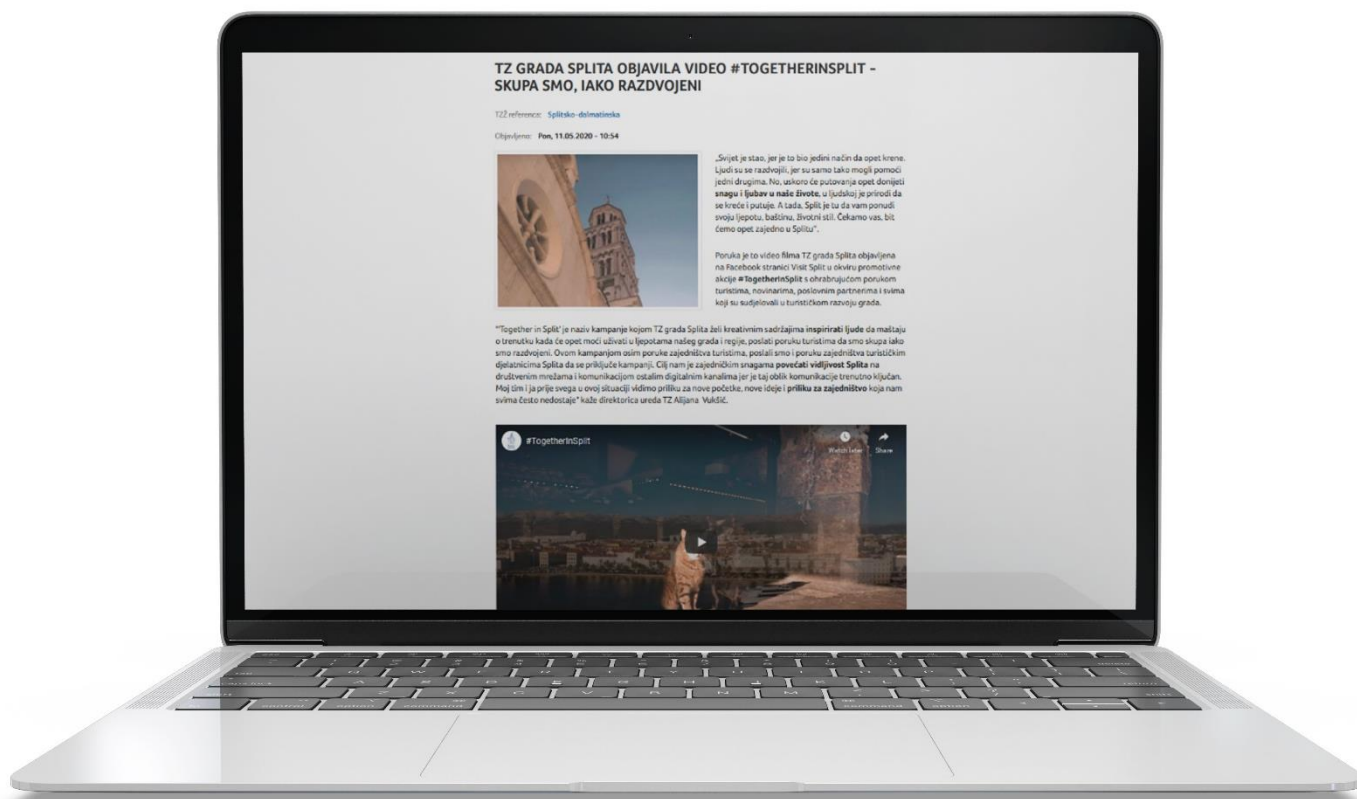
- informiranje turista i članova o tijeku pandemije i svim novostima vezanim za mjere, otvaranje granica i ostalih informacija ključnih za dolazak gosta i boravak gosta u destinaciji u vrijeme pandemije;
- zadržavanje prisutnosti u percepciji „starih“ gostiju;
- privlačenje turista slanjem poruka o zdravstvenoj sigurnosti destinacije;
- promocija turističkih proizvoda čija je realizacija moguća uz fizičko distanciranje i boravak na otvorenom.



„Svijet je stao, jer je to bio jedini način da opet krene. Ljudi su se razdvojili, jer su samo tako mogli pomoći jedni drugima. No uskoro će putovanja opet donijeti snagu i ljubav u naše živote, u ljudskoj je prirodi da se kreće i da putuje. A tada, Split je tu da vam ponudi svoju ljepotu, baštinu, životni stil. Čekamo vas, bit ćemo opet zajedno u Splitu.“ Poruka je koju smo poslali putem video razglednice kao početak kampanje *#TogetherInSplit*. Od prvog dana pandemije uzrokovane koronavirusom, nastavili smo komunikaciju s našim partnerima i turistima, što preko internet stranica i društvenih mreža, što internim kanalima komunikacije. Prva faza kreiranja kampanje je bila osluškivanje tržišta nakon čega smo razmišljali o poruci koju želimo poslati i na koji način. Htjeli smo biti jedinstveni, ali i porukom ujedinjeni s ostatkom svijeta pa je tako glavna poruka *#TogetherInSplit*, a dodatna poruka prema preporuci UNWTO-a *#TravelTomorrow*. Kreirali smo video kojim želimo prenijeti glavnu poruku kampanje koji smo plasirali putem naših online kanala distribucije, ali i motivirajući sve naše partnere i članove da dijele sadržaj i tako pošaljemo poruku zajedništva.







TZ GRADA SPLITA OBJAVILA VIDEO #TOGETHERINSPLIT – SKUPA SMO, IAKO RAZDVOJENI

TZ reference: [Splitko-dalmatinska](#)

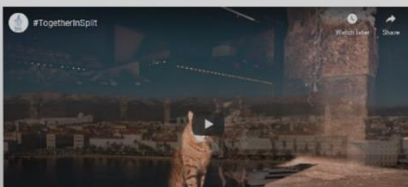
Otpremljeno: **Pon, 11.05.2020 - 10:54**



„Svijet je stao, jer je to bio jedini način da opet krenu. Ljudi su se razdvojili, jer su samo tako mogli pomoći jedni drugima. No, uistinu da potpuno opet donijeti snagu i ljubav u naše živote, u (slobodu) je priroda da se kreće i putuje. A tada, Split je tu da vam ponudi svoju ljepotu, baština, životni stil. Čekamo vas, bit ćemo opet zajedno u Splitu“.

Ponuka je to video filma TZ grada Splita objavljena na Facebook stranici Visit Split u okviru promotivne akcije #TogetherInSplit s ohrabrujućim porukom turistima, novinari, poslovnim partnerima i svima koji su sudjelovali u turističkom razvoju grada.

„Together in Split“ je naziv kampanje kojom TZ grada Splita želi kreativnim sadržajima inspirirati ljude da maloaju o trenutku kada će opet moći uživati u ljepotama našeg grada i regije, poslati poruku turistima da smo skupa tako smo razdvojeni. Ovom kampanjom osim poruke zajedništva turistima, poslali smo i poruku zajedništva turističkim djelatnicima Splita da se priključe kampanji. Cilj nam je zajedničkim snagama povećati vidljivost Splita na društvenim mrežama i komunikacijom ostalim digitalnim kanalima jer je taj oblik komunikacije trenutno ključan. Maj smo i ja prije svega u ovoj situaciji vidimo priliku za nove pedeske, nove ideje i priliku za zajedništvo koja nam svima često nedostaje“ kaže direktorica ureda TZ Aljana Vukšić.



#TOGETHERINSPLIT – THE CITY OF SPLIT AS AN IDEAL DESTINATION FOR A SAFE VACATION

Category: **Press Releases**

Published: **Wed, 08.07.2020 - 10:30**



The Split Tourist Board presented its new video and continues its campaign #TogetherInSplit, which since the outbreak of the pandemic sends an encouraging message to domestic and foreign tourists, but also to all those who continue to work hard in developing Split as a tourist destination, which over the past few years has been amongst the most successful in Croatia. The new normal brings with it new rules of conduct, but also the type of activities that tourists are seeking after isolation.

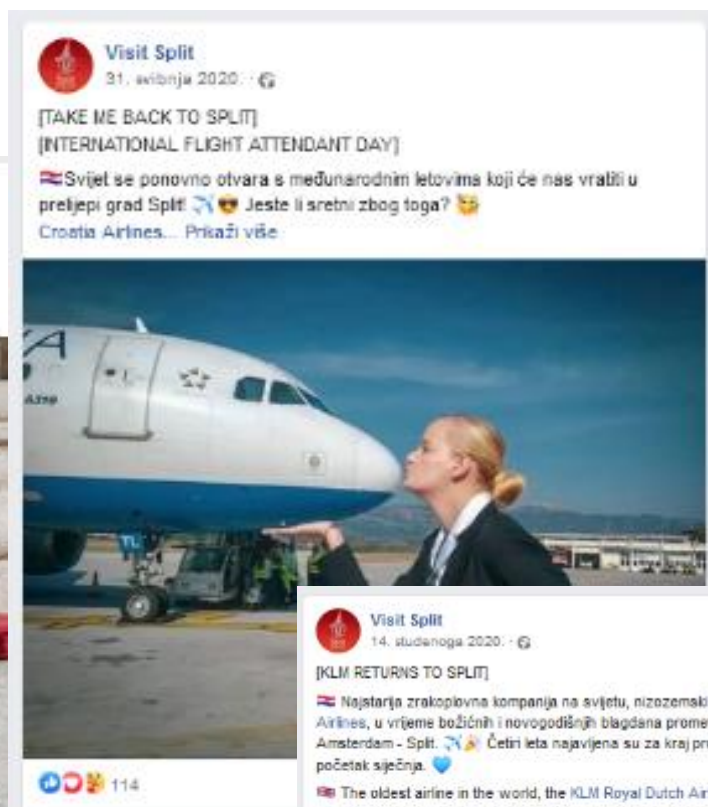
Following world tourism trends, it is clear that today's guests are looking for the opportunity to enjoy a vacation while respecting social distancing and adherence to all health and safety and other epidemiological measures. Activities that exclude large gatherings and enable experiences in nature are in demand, says Aljana Vukšić, director of the Split Tourist Board, adding that Split and its surroundings offer experiences adapted to this type of demand.

The concept of the new video, designed and executed by a small, creative team at the Split Tourist Board, together with the video production company FILMOFILM, led by Ante Gugić and Luka Rukavina, is also going in that direction. This video resulted from the joint effort of both the public and private sector and we take this opportunity to thank all those who volunteered and showed unity in times of crisis, especially the Metropolitan Gallery, KULT Jadroline, Nextbike public bicycle system, travel agencies Givento24, Adventures and Adriatic Melody, restaurant ZOI, Mapa Šušur, Park Marjan and everyone who contributed to the successful realization of the video.

HNK Split actor Nikola Ančević and young actress Dora Bogdanović, who play modern versions of the Emperor Diocletian and Empress Prisca, lead us through the video, and separate and explore the city from different perspectives due to different interests, discovering what the city has to offer in the imperial palace. From the unique heritage of the old town, through walking or cycling through its streets, enjoying nearby beaches where there is enough space for the prescribed physical distance, views of and from Marjan and outdoor activities just a step away from the city center. Sailing, kayaking, swimming, hiking, climbing, various sports, excursions and walks on Mosor, Krčić, along the Zrmanica river, and visits to museums and a wide selection of food and wine... all of this is part of the wealth that Split can offer its guests, complementing the heritage for which Split is most often recognized in the world, all just steps away from each other.

With an optimistic message about reuniting in Split, we present Split as a city that connects people, but especially as a city where centuries of heritage and are intertwined with modern amenities, which reflects all civilizations built over more than 1700 years. Also, Split is a city where urban culture and nature are inseparable, a city connected to the whole world by the sea, and views from Marjan and the surrounding hills surpass all borders. The video combined with the entire campaign, emphasizes that the combination of all these things is what makes Split truly unique, but also accessible to safely enjoy this magnificent city," concludes the Split Tourist Board.

- **Druga faza** pratila je popuštanje epidemioloških mjera i postepeno otvaranje granica. U ovoj fazi cilj je bio pozvati turiste na dolazak i istaknuti one turističke (s naglaskom na nautički i sportsko-rekreativni) i smještajne objekte koji omogućavaju uživanje u prirodnim ljepotama Splita i istovremeno održavanje fizičkog distanciranja i očuvanje zdravstvene sigurnosti. U ovoj fazi, osim informiranja i pozivanja turista za dolazak u Split, kreiran je i novi video s predmetnom tematikom.



- **Treća faza** označila je komunikaciju s turistima u destinaciji pozivajući ih na odgovorno ponašanje i pridržavanje mjera kako bi zajedno zadržali vlastitu zdravstvenu sigurnost i sigurnost destinacije. Također je nastavljena komunikacija na društvenim mrežama s ciljem pozivanja turista u Split i bijeg od svakodnevnice opterećene pandemijom.



Online komunikacija u 2020. godini bila je najvažniji oblik komunikacije, a planirani media miks ispunio je očekivanja te je kampanja generirala veliku posjećenost na stranicama različitih medija te na web stranici grada Splita. Kroz zanimljivo osmišljen medijski sadržaj, Split je predstavljen kao sigurna destinacija. Pojedinačni doseg objava iznosio je do 18.000, a svakodnevnim kreativnim sadržajem pratitelji su informirani, upoznati s tradicijom i stilom života u gradu, zabavljeni, potaknuti na interakciju i dijeljenje sadržaja.





[RENOUNED CITIZENS]

Priglasili nas je Oliver Dragojević, jedna od najvećih glazbenih zvijezda i kulturnih ikona u Hrvatskoj. 🇩🇪

Ostavio si trag u beskraj. 🇩🇪 🇩🇪 🇩🇪 ... Prikaži više



HE GAVE HIS HEARTH

YOUTUBE.COM

Ispraćaj Olivera Dragojevića iz Splita 31.07.2018.

Posljednji ispraćaj našeg dragog Olivera Dragojevića iz Splita...

198

3 komentara Podijeljeno 38 puta



[FRIDAY STORY]

Uvijek je dobro sudjelovati u nekom međunarodnom projektu, posebno kad nadate neke zajedničke točke interesa s pokretačima takvih projekata.

Što je zapravo See Together Challenge? 🇩🇪

Koncept je vrlo jednostavan, ljudi iz različitih lokaliteta pod zaštitom UNESCO izmjenjuju se u streamingu na YouTubeu <https://www.youtube.com/watch?v=sX7h-1fWg2g> kako bi predstavili te lokacije gledateljima širom svijeta. ... Prikaži više



304

5 komentara Podijeljeno 23 puta



[SPLIT THROUGH THE EYES OF THE WORLD]

"Skriveni dragulj Jadranskog mora, predivni drevni grad Split uzdiče se poput bisulave palače u zalešku sunca." @mrgmolano

🇩🇪 🇩🇪 🇩🇪 ... Prikaži više



250

3 komentara Podijeljeno 148 puta

Još samo dva dana do Svetog Duje, dana voljenog splitskog zaštitnika. Prisetimo se kako smo nekoć zajedno u Splitu slavili dan zaštitnika ove godine vas čekaju nova iznenađenja. 🇩🇪

It's only two days till St. Dominus Day, the day of the beloved patron saint of the city, but this year you will also find new surprises. Prikaži više



229

19 komentara Podijeljeno 59 puta



[SUMMER VIBES]

Picigin - lokalna igra koja nema pobjednika, samo hrpu elegantnih pokreta. 🇩🇪 🇩🇪 🇩🇪

Jeste li prije igrali 'picigin'? ... Prikaži više



88

Podijeljeno 5 puta

U 2020. godini planirano je povećanje ulaganja u oglašavanje, ali i za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora. Zbog novonastalih okolnosti nisu u potpunosti ostvarena sva planirana udružena oglašavanja poput oglašavanja s Ultra Europe festivalom, ali ostvarena su neka od oglašavanja važnih za poticanje zračne povezanosti poput udruženog oglašavanja s nacionalnom aviokompanijom Croatia airlines i udruženog oglašavanja s njemačkom aviokompanijom Eurowings. Kamping turizam jedan je od proizvoda koji smo dodatno promovirali kao oblik smještaja koji pruža siguran boravak u destinaciji, stoga je ostvareno i udruženo oglašavanje s kampom Stobreč.

Odstupanje je vidljivo i u smanjenom utrošku za suvenire, zbog velikog broja najavljenih, ali zbog pandemije otkazanih studijskih putovanja turističkih novinara i agenata. Planirane cobranding online kampanje u ožujku nisu se ostvarile zbog početka pandemije.

Offline komunikaciju nastavili smo općim oglašavanjem u tisku, na TV-u, objavljivanjem brošura te ostalih promotivnih materijala, info(rmativnim) pločama te smeđom signalizacijom. Unatoč sve većem utjecaju društvenih mreža, snaga offline kanala i dalje ne jenjava. Kroz kampanju #TogetherInSplit korišteni su i offline alati poput citylight plakata i letaka koji pozivaju na odgovorno ponašanje turista s ciljem očuvanja zdravstvene sigurnosti destinacije. Sigurnost destinacije naglašavana je, osim u domaćim medijima, u medijima autodestinacija s naglaskom na zdravstveni turizam, nautički turizam, sportsko- rekreativni turizam i kamping turizam. Valja spomenuti i oglašavanja u inflight magazinima aviokompanija Croatia Airlines i airBaltic. Distribucija materijala realizirana je, osim kroz informativne centre, i u welcome desku u Zračnoj luci Split.



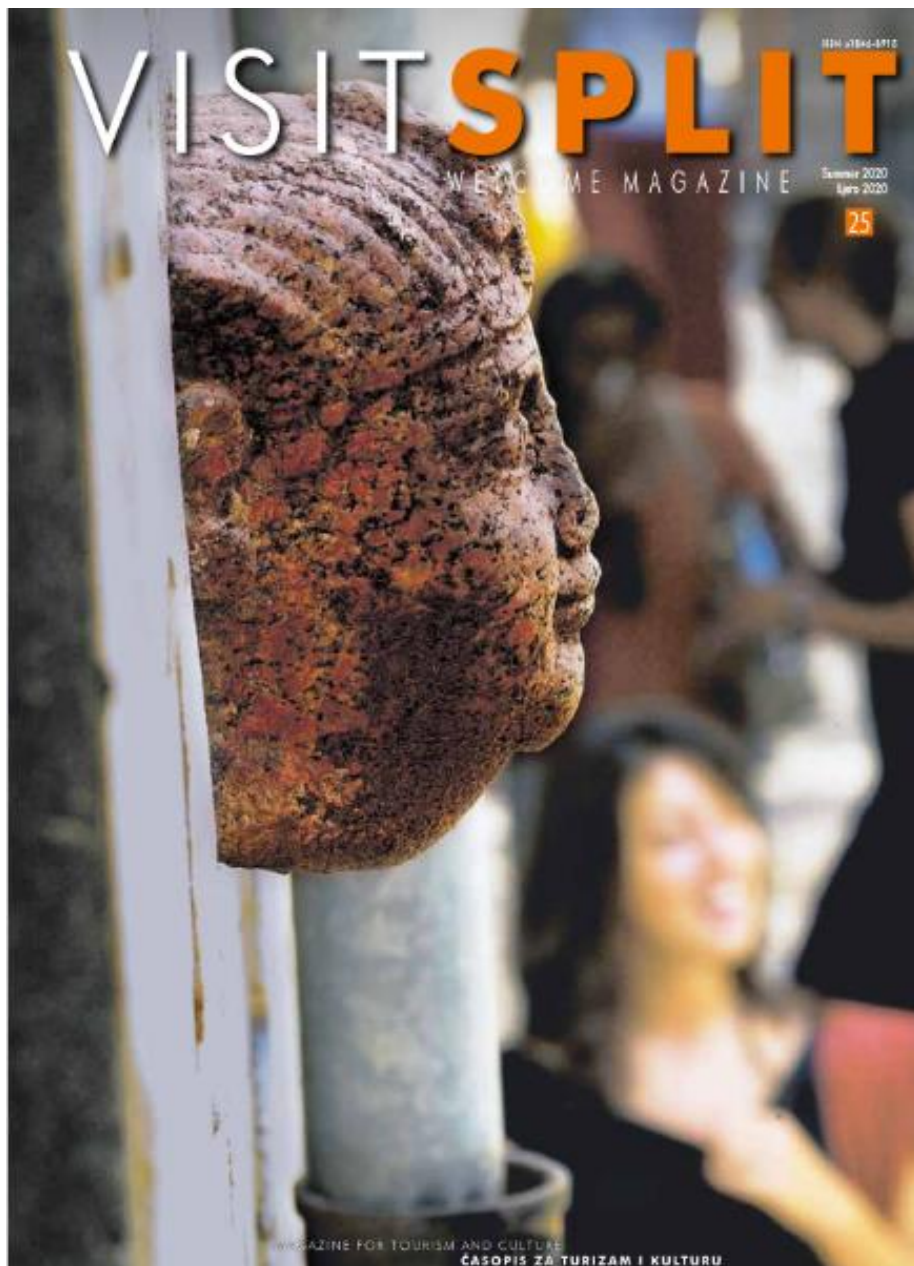
U 2020. godini podržali smo tiskanje i distribuciju turističke novine Discover Split, a tiskana je i nova mapa za djecu na hrvatskom i engleskom jeziku. Mapa nudi mnogo više: učenje o bogatoj povijesti Splita na djeci prihvatljiv način. Mapa je besplatno dostupna u informativnim centrima i nudi lokacije kulturnih ustanova prikladnih za djecu poput muzeja i kazališta, te druge različite

sadržaje - sportske objekte, igrališta, prostore za rekreaciju, radionice, plaže...

Na suprotnoj strani prikazana je povijesna gradska jezgra s Dioklecijanovom palačom te kratki, jednostavniji tekstovi o najvažnijim znamenitostima -

Podrumima, Peristilu, vratima Palače, Grguru Ninskom, sfingama, skrivenim znakovima po zidovima gradske jezgre... Slijedeći upute, mogu se riješiti i jednostavni zadatci kako bi šetnja po jezgri postala još zabavnija. Slogan "Igramo se i učimo o Dioklecijanovoj palači" dovoljno govori. Cilj mape je i promocija, jer su djeca i njihovi roditelji pozvani da tijekom obilaska Palače na

društvenim mrežama objavljuju fotografije splitskih znamenitosti uz hashtag #SplitForKids ili #SplitZaDjecu, i tako po svijetu šire glas o Splitu kao gradu prijatelju djece te pozivaju djecu da postanu prijatelji Splita. Unatoč kriznoj godini, tradicija Welcome magazina se nastavlja. U 2020. godini izdano je 25. izdanje časopisa za turizam i kulturu *VisitSplit*.



DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	350.000	276.834	79
1.	Sajmovi i posebne prezentacije	150.000	143.282	96
2.	Studijska putovanja (novinari, agenti) i kongresi	200.000	133.552	67

Početak godine obilježen je uspješnim nastupima na sajmovima i realizacijom prezentacija Splita koje su ukazivale na najuspješniju turističku godinu do sada. Krajem siječnja od 24. do 26. siječnja u New Yorku je održan 17. New York Times Travel Show, globalni turistički sajam na kojem se okupilo 550 izlagača iz 170 država svijeta, a mnogobrojnim posjetiteljima prvi put predstavila se i Turistička zajednica grada Splita. New York Times Travel Show obide više od 35 tisuća posjetitelja koji razgledavaju ponudu više od 700 izlagača iz 175 zemalja svijeta, što ovaj sajam čini najvećim turističkim sajmom u Sjevernoj Americi. U suradnju s Turističkom zajednicom Splitsko- dalmatinske županije i hotelom Cornaro, posjetitelje sajma ugodno smo obradovali sedmodnevnim gratis boravkom u Splitu. Nagradna igra dodatno je privukla mnogobrojne posjetitelje i zainteresirala za dolazak u Split i Dalmaciju.



Tourisma – Salone Archeologia e Turismo Culturale sajam održao se u razdoblju od 21.2.2020. do 23.2.2020.. Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je kao izlagač na štandu Spalato – Croazia s oznakom V2. Turistički sajam bio je dobro posjećen tijekom sva tri dana izlaganja gdje je zapaženo veliko zanimanje za grad Split i ostale dijelove županije Splitsko-dalmatinske. Prvi dan sajma je gradonačelnik grada Splita, gospodin Andro Krstulović Opara, u velikom amfiteatru izložbenog prostora održao prezentaciju o Dioklecijanovoj palači kao najvažnijem kulturnom resursu grada Splita. Izlaganje Gradonačelnika slušali su gotovo svi posjetitelji sajma i zabilježene su pozitivne reakcije od strane posjetitelja, što je doprinijelo većoj posjećenosti štanda u narednim danima trajanja sajma.



Zainteresiranim posjetiteljima našeg štanda pružene su općenite i specifične turističke informacije o Republici Hrvatskoj, Splitsko-dalmatinskoj županiji i gradu Splitu. Posjetitelji sajma na raspolaganju su imali brojne tiskane materijale za planiranje boravka u destinaciji, poput autokarata Republike Hrvatske, regionalnih karata Srednje Dalmacije, karata grada Splita, vodiča Turističke zajednice županije Splitsko-dalmatinske na talijanskom jeziku, zlatnih *image* brošura grada Splita, brošura Split Riviera na talijanskom jeziku, brošura grada Solina, te USB *stickova* sa svim pripadajućim digitalnim sadržajima o gradu Splitu. Zahvaljujući velikom zanimanju posjetitelja i dobroj posjećenosti štanda Spalato – Croazia, podijeljeni su svi promotivni materijali koji su bili izloženi na štandu. Za vrijeme trajanja sajma na štandu su održani sastanci i razgovori s predstavnicima stranih turističkih agencija te novinarima/blogerima koji su iskazali interes za Republiku Hrvatsku, županiju Splitsko-dalmatinsku i grad Split.

Turistička zajednica grada Splita predstavljala je turističku ponudu Splita na najvažnijemu talijanskom turističkom sajmu BIT u Milanu od 09. do 11.02. 2020. godine. Sajam BIT jedan je od najvažnijih sajmova na talijanskom tržištu, a ove godine obilježavao je 40 godina postojanja. Turistički sajam je bio odlično posjećen tijekom sva tri dana izlaganja gdje je zapaženo veliko zanimanje za županiju Splitsko-dalmatinsku i pripadajuće gradove destinacije. Zainteresiranim posjetiteljima našeg štanda pružene



su općenite turističke informacije o Republici Hrvatskoj, Dalmaciji i Splitsko-dalmatinskoj županiji, te tiskani materijali za lakše snalaženje i planiranje boravka u destinacijama. Za vrijeme trajanja sajma na štandu su održani sastanci/razgovori s predstavnicima stranih turističkih agencija i novinarima/blogerima koji su iskazali interes za Republiku Hrvatsku i srednju Dalmaciju.

U 2020. godini Split je predstavljen i na njemačkom tržištu, jednom od ključnih turističkih tržišta, nastupom na sajmu CMT (Caravan, Motor, Tourismus), koji se od 11. do 19. siječnja održao u Stuttgartu. S više od 250 tisuća posjetitelja, to je najveći turistički sajam za široku publiku u Europi. Glavne teme sajma su turizam, destinacije, camping i slobodno vrijeme, a sam sajam privlači pozornost publike i medija u cijeloj pokrajini Baden-Württemberg. S obzirom na izuzetnu zainteresiranost i posjećenost štanda te činjenicu da smo podijelili mnoštvo materijala, moglo se zaključiti da će nadolazeća sezona privući značajan broj turista s njemačkog tržišta.

Iako je veliki broj najavljenih studijskih grupa otkazan zbog pandemije, promocija putem studijskih putovanja novinara i agenata je nastavljena. Početkom godine organizirano je studijsko putovanje za grupu agenata specijaliziranih za kongresni turizam. Studijsko putovanje ostvareno je sa sudionicima MEETEX-a (Croatian Meeting Experience Summit). Nastavak godine označen je pandemijom i studijskim putovanjima s naglaskom na promociju sigurnosti destinacije. Podršku smo pružili brojnim novinarskim ekipama poput novinarskim ekipama Daily Mail-a, BBC-a, TF1 Groupe, Voyage-a... Na putovanjima smo u potpunosti dostupni novinarima i agentima, upoznajemo ih s atraktivnim, receptivnim i komunikativnim elementima ponude u Splitu.

INTERNI MARKETING

V.	INTERNI MARKETING	30.000	27.130	90
1.	Edukacija	25.000	22.130	89
2.	Nagrade i priznanja	5.000	5.000	100

U 2000. godini poticali smo ulaganje u najvažniji kapital - znanje i edukaciju djelatnika te nagrađivanje proaktivnosti, inicijative, spremnosti za timski rad u uvjetima kada je zajedničko djelovanje bilo od ključne važnosti za kvalitetnu kriznu komunikaciju destinacije.

MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	435.000	410.338	94
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	10.000	0	0
2.	Suradnja sa javnim i privatnim sektorom	15.000	14.100	94
3.	Banka fotografija/video/ dizajn / pripreme u izdavaštvu	350.000	337.363	96
4.	Medija plan	60.000	58.875	98

Kreiranje sadržaja ključ je kvalitetne komunikacije, a uvjeti pandemije promijenili su glavne komunikacijske ciljeve. U 2020. godini kreirana su nova grafička rješenja i stvorene nove baze fotografija s naglaskom na fotografije kulture, sporta, gastronomije i sigurnosti destinacije. Manifestacija „Adventu Splitu“ proizvod je u razvoju koji generira turistički promet u posezoni, a u 2020. godini osmišljen je koncept manifestacije pod sloganom „Ljubav nas spaja“, uz pripadajući komunikacijski media plan. Odstupanje je vidljivo u proizvodnji multimedijalnih materijala koja obuhvaća USB stickove sa sadržajima i informacijama za partnere. Baza stickova iz 2019. godine nije u potpunosti iskorištena zbog smanjenog broja studijskih posjeta, te nije bilo potrebe za narudžbom novih. Također su otkazane brojne konferencije, pa je trošak suradnje s javnim i privatnim sektorom umanjen.



Video razglednica koja se istaknula u 2020. godini je svakako video #TogetherInSplit, napravljen u drugoj fazi istoimene kampanje. Nova normalnost, kako se obično naziva svijet u vrijeme pandemije, za sobom nosi i nova pravila ponašanja, ali i sadržaje koje turisti traže nakon izolacije. Prateći trendove u svjetskom turizmu, razvidno je da današnji gosti traže mogućnost uživanja na odmoru uz poštivanje fizičke distance, pridržavanje svih higijenskih i drugih epidemioloških mjera. Traženi su sadržaji koji isključuju velika okupljanja te omogućavaju doživljaje u prirodi, a upravo takve sadržaje prezentirao je ovaj video. Video je osmislio i realizirao tim Turističke zajednice grada Splita i tim video produkcijske tvrtke FILMOFIL na čelu s Antom Gugićem i Lukom Rukavinom.



Ovaj video rezultat je zajedništva javnog i privatnog sektora. Od partnera koji su sudjelovali na realizaciji videa valja istaknuti Galeriju Meštrović, KUD-u Jedinstvo, sustav javnih bicikli Nextbike, turističke agencije Given2Fly Adventures i Adriatic Melody, restoran ZOI, klapa Šušur, maraton klub Marjan, JU Park šuma Marjan... Kroz video nas vode car Dioklecijan i carica Priska u modernom izdanju, glumac splitskog HNK Nikša Arčanin i mlada glumica Dora Bogdanović, koji se zbog različitih interesa razdvajaju i istražuju grad iz različitih perspektiva, otkrivajući što sve grad nastao na carskoj palači nudi i može nuditi. Od jedinstvene baštine stare gradske jezgre, preko šetnji ili vožnje biciklom njegovim ulicama, uživanja na plažama na kojima ima dovoljno prostora za propisanu fizičku distancu, marjanskih vizura i aktivnosti u prirodi samo na korak od centra grada. Jedrenje, vožnje kajakom, plivanje, planinarenje, penjanje, bavljenje raznim sportovima, izleti i šetnje po Mosoru, Kozjaku, uz rijeku Žrnovnicu, pa posjete muzejima i gastronomija... sve je to bogatstvo koje Split može ponuditi gostima, kao nadopuna baštini po kojoj je Split najčešće prepoznat u svijetu, a sve samo na korak jedno od drugog.



Uz optimističnu poruku o ponovnom susretu u Splitu, predstavljamo Split kao grad koji povezuje ljude, ali posebno kao grad u kojem su spojena stoljeća baštine i suvremenost, koji odražava sve civilizacije koje su ga kroz 1700 godina gradile. Također, Split je grad u kojem su urbanost i priroda neodvojivi, koji je morem spojen s cijelim svijetom, a vidici s Marjana i okolnih brda širi su od svih granica. Videom i cijelom kampanjom poručujemo da baš spoj svih tih dimenzija čini Split doista jedinstvenim, ali i dostupnim za sigurno uživanje u njegovim ljepotama.



POSEBNI PROGRAMI

VII.	POSEBNI PROGRAMI	800.000	769.114	96
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena			
1.1.	Stobreč i Žrnovnica	200.000	171.816	86
1.2.	Slatine	100.000	99.273	99
2.	Razvoj i unaprijeđenje turističkih proizvoda	400.000	399.121	100
3.	Projekti turist. valorizacije	100.000	98.904	99

Nastavili smo poticati razvoj turizma na manje razvijenim područjima koja imaju značajan potencijal. Stobreč, Slatine i Žrnovnica atraktivnim elementima ponude izvrsno nadopunjuju turističku ponudu grada Splita. Financijskom podrškom manifestacijama i izradom infrastrukture na navedenim područjima doprinijeli smo razvoju područja koja su nedovoljno turistički vrednovana. Tako je u 2020. godini održana *Smotra klapa u Žrnovnici*, u Stobreču su održavane „pametne klupe“, realizirani radovi na uređenju stare čatrnje i ostali infrastrukturni radovi s ciljem uređenja destinacije. Za Stobreč su izrađene i mape te tiskani letci o turističkoj ponudi Stobreča. Unatoč pandemiji, u Slatinama su realizirani radovi uređenja vježbališta. „Advent u Splitu“, kao jedan od najvažnijih proizvoda za privlačenje turista u sezoni, unaprijeđen je u 2020. godini 3D projekcijama - WaterWall, WaterScreen i 3D Mapping - na Trgu Gaje Bulata te na dvjema lokacijama na Rivi, a koje su bile vidljive svakim danom od 17:00 do 22:00 sata. S ciljem razvoja sportsko- rekreacijskog proizvoda izvršena je analiza postojećih biciklističkih staza.



S ciljem očuvanja i valorizacije kulturne baštine, obnovljena je fontana u Strossmayerovom parku. Djelatnici i restauratori Kvinara, uz financiranje Turističke zajednice i Grada Splita, u suradnji s Parkovima i nasadima te uz konzervatorski nadzor, dovršili su njenu cjelovitu obnovu. ‘Osvježanju’ se prionulo temeljito i stručno, nakon gotovo 20 godina, obzirom da su posljednji veći konzervatorsko-restauratorski radovi obavljani 2001. godine. Ovaj put radovi su uključivali tretiranje biološkog obraštaja, ispiranje fontane vrućom vodom, uklanjanje nakupljenih nečistoća ručnim, klesarskim alatima, saniranje – lijepljenje dijelova kojima prijeti odvajanje te rekonstrukciju i bojanje nedostajućih dijelova, kao i fugiranje i zaštita impregnacijskim sredstvom. Ruka sa školjkom, koja je bila sačuvana u Muzeju grada Splita, vraćena je na figuru anđela. Ista je bila razbijena u više dijelova koji su nakon čišćenja spajani u cjelinu. S obzirom na to kako je fontana zbog neprestanog prelijevanja vodom podložna taloženju kamenca, stvaranju biološkog obraštaja i eroziji kamena, u planu je i sanacija odvoda kako bi se što duže sačuvala u reprezentativnom stanju. Obnova fontane u Đardinu dio je kontinuiranog ulaganja u očuvanje baštine, a punim sjajem je zasjala u pravom trenutku, uoči nadolazećih božićnih blagdana.



OSTVARENJE FINANCIJSKOG PLANA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA
ZA 2020. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2020.	OSTVARENJE	indeks	struktura
1.	Prihodi od turističke pristojbe	2.500.000	2.634.764	105	22,73
2.	Prihodi od turističke članarine	6.050.000	6.444.112	107	55,60
3.	Prihodi iz proračuna grada za gradske manifestacije	1.600.000	1.799.412	112	15,52
4.	Prihodi od turističke pristojbe nautičara	173.000	518.762	300	4,48
5.	Prihodi od drugih aktivnosti	150.000	154.298	103	1,33
6.	Ostali nespomenuti prihodi (HTZ, Županijska TZ, Županija, Ministarstvo)	16.000	39.158	245	0,34
	SVEUKUPNO PRIHODI	10.489.000	11.590.506	111	100,00
RB	RASHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2020.	OSTVARENJE	indeks	struktura
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI (1. + 2. + 3. + 4.)	4.264.000	4.261.895	100	43,16
1.	Rashodi za radnike i troškovi Turističkog ureda	2.530.000	2.524.946	100	25,57
1.1.	Rashodi za radnike - Turistički ured	1.930.000	1.929.133	100	19,54
1.2.	Troškovi Turističkog ureda	600.000	595.813	99	6,03
2.	Rashodi za radnike i troškovi TIC-eva	1.676.000	1.683.645	100	17,05
2.1.	Rashodi za radnike - TIC Split	1.160.000	1.168.308	101	11,83
2.2.	Troškovi TIC Split	220.000	218.244	99	2,21
2.3.	Rashodi za radnike - TIC Stobreč	220.000	219.756	100	2,23
2.4.	Troškovi TIC Stobreč	40.000	40.677	102	0,41
2.5.	Rashodi za radnike - TIC Slatine	16.000	15.975	100	0,16
2.6.	Troškovi TIC Slatine	20.000	20.685	103	0,21
3.	Rashodi za radnike - Lučka kapetanija (HTZ)	18.000	17.263	96	0,17
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	40.000	36.041	90	0,37
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	3.780.000	3.469.810	92	35,14
1.	Manifestacije	3.610.000	3.304.617	92	33,47
	Nova godina - adventska događanja	900.000	784.915	87	7,95
	Splitski maraton	300.000	300.000	100	3,04
	Karneval	300.000	300.000	100	3,04
	Glazbeni akvarel	500.000	485.067	97	4,91
	Sudamja	60.000	58.546	98	0,59
	Splitski festival	350.000	350.000	100	3,54
	Koncertni program: Riva, trgovi grada, Podrumi	300.000	126.329	42	1,28
	Antička događanja	150.000	150.510	100	1,52
	Splitsko ljeto	100.000	100.000	100	1,01
	Festival Mali Split	50.000	50.000	100	0,51
	Festival Evo ruke	200.000	200.000	100	2,03
	Potpore po odluci vijeća TZ	400.000	399.250	100	4,04
2.	Incentivi i promidžbeni alati	20.000	15.265	76	0,15
	Split Card kartica	10.000	6.945	69	0,07
	City Break program	10.000	8.320	83	0,08
3.	Potpore podizanju kvalitete turističke ponude	150.000	149.928	100	1,52

III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI (Online i offline komunikacije)	830.000	658.776	79	6,67
1.	Internet i opće oglašavanje	200.000	194.928	97	1,97
2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	150.000	149.459	100	1,51
3.	Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	160.000	75.265	47	0,76
4.	Odnosi sa javnošću	100.000	83.466	83	0,85
5.	Brošure i ostali tiskani materijali	130.000	124.470	96	1,26
6.	Suveniri i promo materijali	80.000	21.563	27	0,22
7.	Info table-smeđa signalizacija	10.000	9.625	96	0,10
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	350.000	276.834	79	2,80
1.	Sajmovi i posebne prezentacije	150.000	143.282	96	1,45
2.	Studijska putovanja (novinari, agenti) i kongresi	200.000	133.552	67	1,35
V.	INTERNI MARKETING	30.000	27.130	90	0,27
1.	Edukacija	25.000	22.130	89	0,22
2.	Nagrade i priznanja	5.000	5.000	100	0,05
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	435.000	410.338	94	4,16
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	10.000	0	0	0,00
2.	Suradnja sa javnim i privatnim sektorom	15.000	14.100	94	0,14
3.	Banka fotografija/video/ dizajn / pripreme u izdavaštvu	350.000	337.363	96	3,42
4.	Medija plan	60.000	58.875	98	0,60
VII.	POSEBNI PROGRAMI	800.000	769.114	96	7,79
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
1.1.	Stobreč i Žrnovnica	200.000	171.816	86	1,74
1.2.	Slatine	100.000	99.273	99	1,01
2.	Razvoj i unaprijeđenje turističkih proizvoda	400.000	399.121	100	4,04
3.	Projekti turist. valorizacije	100.000	98.904	99	1,00
	SVEUKUPNO RASHODI	10.489.000	9.873.897	94	100,00