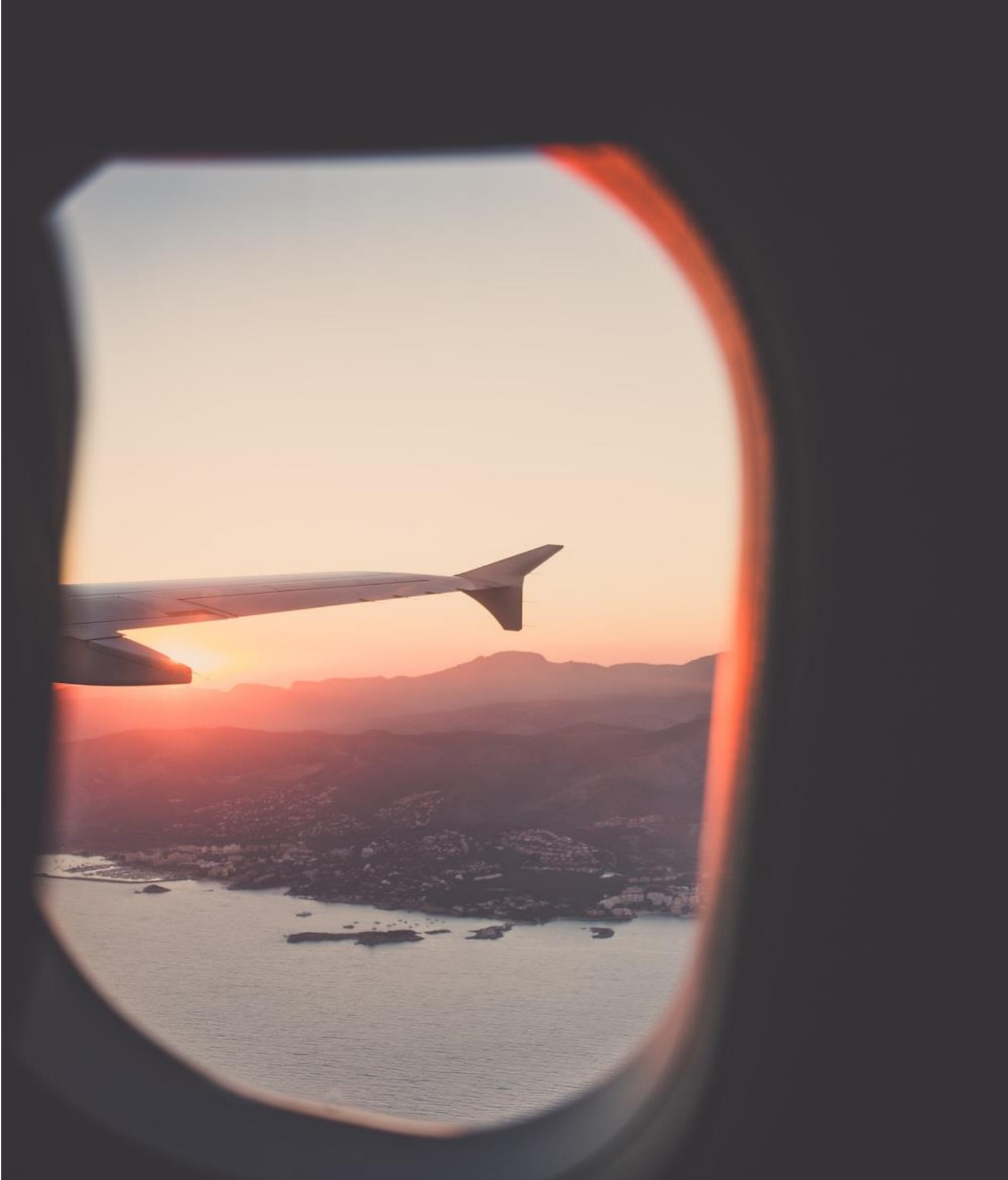




**PROGRAM RADA  
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA  
ZA 2023. GODINU**




Tijekom pandemije mnogi su ljudi ponovno procijenili i postavili prioritete onome što im je važno u životu, a to uključuje i putovanja. Iako je većina svijeta bila dostupna zbog vladinih ograničenja 2020. i 2021., ove godine konačno je došlo do istinskog oživljavanja putovanja jer sve više zemalja diljem svijeta ukida sva ograničenja putovanja povezana s COVID-om. Booking.com anketirao je više od 24.000 putnika, identificirajući sljedeće trendove za 2023. godinu.

### 1. Putovanje izvan mreže

Ne čudi da su izvanmrežna iskustva jedan od glavnih trendova za 2023. Mnogi su putnici spremni odvojiti se od stalnog ometanja svojih uređaja i vratiti se prirodi. Gotovo 60% ispitanih putnika traži odmore koji im omogućuju da pobjegnu od stvarnosti i potpuno se oslobode. Sličan broj je odgovorio da su čak zainteresirani za učenje vještina preživljavanja na svom odmoru izvan mreže, poput loženja vatre ili traženja hrane. Kampiranje će nastaviti rasti u popularnosti, zajedno s vođenim eko turama i luksuznim "glamping" iskustvima.

### 2. Kulturna iskustva

Više putnika nego ikada spremno je iskusiti nove kulture i iskustva na svojim putovanjima 2023. Umjesto da se opuste u all-inclusive odmaralištu, gotovo tri četvrtine američkih putnika želi izaći iz svoje zone udobnosti na svom sljedećem putovanju, a mnogi kažu da žele iskusiti nove kulture, hranu i jezike i putovati u „podcijenjena“ odredišta diljem svijeta. Sljedeća godina bit će sjajno vrijeme za istraživanje neotabanih destinacija diljem svijeta s rastućim turističkim industrijama.



mindfulness

### 3. Nostalgичno putovanje

Od 24 000 ispitanih putnika, 90 % ih je reklo da su zainteresirani za nostalgичna putovanja, što ovo čini jednim od glavnih trendova putovanja 2023. godine. Kako izgledaju nostalgичna putovanja? Više od 60% putnika zainteresirano je za posjet tematskim parkovima kao što je Disney World, čija brzorastuća demografija odraslih obožavatelja voli posjećivati parkove svojih uspomena iz djetinjstva (ili započeti novu tradiciju kao odrasli). Više od polovice putnika također je zainteresirano za putovanja na "sjedinenje obitelji" i višegeneracijska putovanja, što nije iznenađenje s obzirom na važnost provođenja vremena s obitelji nakon što su mnogi bili toliko dugo razdvojeni.

### 4. Wellness Retreats

Wellness putovanja su niša unutar industrije koja doživljava eksplozivan rast. Gotovo polovica putnika sljedeće je godine zainteresirana za izlete koji su usredotočeni na svjesnost i meditaciju, dok su drugi zainteresirani za odmore koji su usredotočeni na zdravlje ili duhovnost. Wellness odmori koji oporavljaju um, tijelo i duh jedan su od najvećih trendova za 2023. i kasnije. Umjesto da se s odmora vratite umorni i iscrpljeni od pokušaja da učinite što je više moguće, wellness izleti omogućuju vam da se kući vratite osvježeni.



## 5. Izleti s liste želja

Napokon, putnici su spremni potrošiti novac na svoja putovanja s liste želja (bucket list) u 2023. Mnogi su ljudi shvatili da je život prekratak da bi ta odredišta iz snova odgodili za "jednog dana" i spremni su sada svoje snove o putovanju pretvoriti u stvarnost. Gotovo polovica putnika priznala je da su spremni potrošiti više kako bi maksimalno iskoristili svoj odmor i bili sigurni da je svako iskustvo vrijedno truda. Ali oni to rade na način koji štedi proračun: dvije trećine putnika reklo je da će se usredotočiti na istraživanje putovanja, ponude i vrijeme kako bi dobili najviše za svoj novac, dok je još više njih reklo da je proračun važan faktor za razmatranje prilikom planiranja putovanja.



Prilikom kreiranja Programa rada, važno je sagledati rezultate istraživanja objavljenih na World Travel Market London, vodećem globalnom događaju za industriju putovanja.

#### 1. Očekivan minimalan utjecaj pandemije na putovanja u 2023. godini

Ogromna većina Britanaca misli da su ljudi putovali znajući da imaju Covid-19, prema istraživanju koje je objavilo World Travel Market London, vodeći globalni događaj za industriju putovanja. Istraživanje u kojem je sudjelovalo 2000 ljudi pokazalo je da je gotovo polovica (46,4%) ispitanika odgovorila "Da, definitivno", na pitanje: "Mislite li da ljudi putuju znajući da imaju Covid?". Daljnjih 41% odgovorilo je "Da, možda". Samo 6,3% je reklo "Ne, uopće", a još 6,3% reklo je da ne zna. To znači da je gotovo devet od deset (87,4%) odgovorilo potvrdno na pitanje anketara. Istraživanje je provedeno tijekom prve ljetne sezone bez ograničenja od 2019., s putnicima koji su mogli ući i izaći iz Ujedinjenog Kraljevstva bez brige o Covid pravilima. Nedovoljna potražnja značila je da su tisuće Britanaca otputovale u inozemstvo po prvi put od početka pandemije – a odgovori na anketu sugeriraju da većina misli da mnogi ne bi bili voljni žrtvovati svoj odmor čak i da su imali simptome Covida. Slično istraživanje za WTM London prošle godine pokazalo je da je sustav testiranja odvratio dvije trećine potrošača od putovanja u inozemstvo. Ministri su 2021. u više navrata pozivali Britance da izbjegavaju putovanja u inozemstvo kako bi se uhvatili u koštac s rastućim stopama Covida – ali ove su godine turisti odbacili svoje maske i testove na koronavirus kako bi otišli na sunce. A ljetna vruća mjesta poput Grčke i Turske zabilježila su brz oporavak broja posjetitelja, djelomično zahvaljujući popuštanju ograničenja ranije nego u drugim mediteranskim zemljama.



## 2. Porast troškova života ograničavajući faktor za putovanja u 2023.

Kriza troškova života daleko je najveći pojedinačni problem koji će vjerojatno utjecati na planove za odmor 2023. prema najnovijem izvješću o industriji World Travel Market London. Na pitanje: Što će najvjerojatnije imati najveći utjecaj na vaše planove za odmor za 2023.?, dvije trećine odraslih (66%) reklo je da će rast cijena života vjerojatno imati ozbiljan utjecaj, a svaki četvrti (27 %) rekavši da je cijena benzina glavna briga. Rastući računi daleko više utječu na planove za godišnji odmor od zabrinutosti oko pravila vezanih uz Covid-19 ili stope zaraze (20%); druge globalne hitne zdravstvene situacije (11%); rat u Ukrajini (14%); kaos u zračnoj luci (16%); Brexit (12%) ili pojačane granične provjere UK/EU (13%). Klimatske promjene su na dnu liste, a navodi ih 9,7% ispitanika.

Žene su daleko više zabrinute zbog utjecaja troškova života na planove putovanja sljedeće godine, pri čemu ih 73% kaže da će to utjecati na potrošnju na odmoru, u usporedbi s 58% muškaraca. Najmlađe i najstarije dobne skupine manje su zabrinute nego bilo tko drugi, s 51% osoba u dobi od 18 do 24 godine i 54% osoba starijih od 65 godina kaže da će kriza troškova života utjecati na odabir odmora. Briga o troškovima života u planovima za odmor raste na najmanje 70% za ostatak stanovništva. Najvjerojatnije će biti pogođene dobne skupine od 35 do 44 godine i od 45 do 54 godine, pri čemu njih 73%, odnosno 72% reklo je da su zabrinuti zbog troškova života prilikom planiranja putovanja.

## 3. Porast putovanja u destinacije odgovornog i održivog turizma

Norveška se smatra najodrživijom i najodgovornijom destinacijom, prema anketi WTM London o vodećim donositeljima odluka u turističkoj industriji, a Kostarika je na drugom mjestu. WTM London Industry Report 2022 pitao je direktore turističkih agencija: "Koju destinaciju najviše doživljavate kao model održivosti i odgovornosti?" 15% se opredijelilo za Norvešku, dok je 14% navelo Kostariku. Norveška, cjelogodišnja destinacija za ljubitelje avanture i prirode, uključuje održivost u svakodnevni život nacije, a svoju energiju prvenstveno pokreće hidroenergija; održivu prometnu mrežu i ograničenja brzine koja su niža nego u mnogim drugim europskim zemljama. Potiče posjetitelje da učine isto, pozivajući turiste da putuju kao domaći. Njegov glavni grad, Oslo, sastoji se dvije trećine od drveta i vode i proglašen je Europskom zelenom prijestolnicom 2019. Kostarika je u međuvremenu postala vrhunska destinacija za globalne putnike koji traže wellness, zdravlje, opuštanje, avanturu i ponovno povezivanje s prirodom. Zemlja je dom za više od 6% bioraznolikosti

planeta i postala je pionir u ekoturizmu, stvarajući nacionalne parkove, rezervate divljih životinja i projekte očuvanja kako bi postali što održiviji. Direktorica sajma World Travel Market London, Juliette Losardo, rekla je: "Više ljudi traži održive mogućnosti putovanja, a zemlje poput Norveške i Kostarike bacaju svjetlo na ono što je moguće i olakšavaju ljudima putovanje na održiv način. "Obvezujući element za takve zemlje je da je održivost u srcu životnog stila nacije i iz toga slijedi da ljudi koji žive u tim destinacijama, koji žele zadržati svoje prirodno bogatstvo, potiču posjetitelje da budu i ekološki i društveno odgovorni."

Na popisu top-10 nalaze se i: Maldivi (13%), Novi Zeland (12%), Finska (11%), Island (9%), Butan (6%), Slovenija (4%), Kenija (4%), otoci Galapagos (3%).

#### 4. Jačanje „Word of mouth“ prilikom odabira destinacije

Većina turista bira svoje destinacije za odmor na temelju razgovora s obitelji i prijateljima, kao i utjecajnih osoba na platformama društvenih medija. To tvrde stručnjaci za putovanja koje je anketirao World Travel Market London – najveći globalni događaj međunarodne turističke industrije. Na upit da rangiraju najvažnije izvore interesa potrošača za destinaciju, najpopularniji odgovor bio je 'online/društveni mediji/influencer' - navelo ga je gotovo četiri od pet ispitanika. Drugi najpopularniji odgovor bio je 'obitelj/prijatelji', koji je spomenulo tri četvrtine ispitanika. Treće na popisu bilo je 'reklamiranje', koje je dala oko polovica ispitanika, dok je ostale utjecaje poput 'TV i radija' rangirala oko trećina ispitanika. Ostali čimbenici niže na ljestvici bili su 'navike', 'tiskani mediji' i 'filmovi'. Više uvida o utjecaju online utjecaja i ličnosti na društvenim mrežama otkriveno je u istraživanju potrošača WTM London. Otkrilo je da utjecajni ljudi na društvenim mrežama inspiriraju jednog od pet mladih putnika da odu na odmor – ali njihov utjecaj opada za starije generacije. Istraživanje je otkrilo kako su odluke o putovanju Generacije Z – onih rođenih u kasnim 90-ima i početkom 20-ih – mnogo više pod utjecajem platformi kao što su Instagram i TikTok.



Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 3. studenog 2022., u razdoblju siječanj-listopad 2022. broj dolazaka stranih turista iznosio je 15.838.676 (indeks 141 u usporedbi s razdobljem siječanj-listopad 2021.), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 2.348.109 (indeks 112). U istom razdoblju ostvareno je 91.036.883 noćenja stranih turista (indeks 128), kao i 11.970.121 noćenja domaćih turista (indeks 102). Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka u razdoblju siječanj-listopad iznosio je 18.186.785 (indeks 137), a istovremeno je zabilježeno 103.007.004 noćenja (indeks 124). Tijekom razdoblja siječanj-listopad, većina noćenja zabilježena je u komercijalnim smještajnim objektima (87%), nekomercijalni smještajni objekti u ukupnim noćenjima sudjeluju s udjelom od 10%, dok je udjel nautičkog chartera 3%. U komercijalnom segmentu, u dosadašnjem dijelu godine obiteljski je smještaj ostvario 44% prometa, dok su hoteli ostvarili 25%, a kampovi 23% prometa. Tijekom razdoblja siječanj-listopad najveći udjel u ukupnim noćenjima ostvarilo je tržište Njemačke, a zatim slijede domaće tržište, Slovenija, Austrija, Poljska i Češka. Tijekom razdoblja siječanj-listopad, Istra je u nacionalnim okvirima zabilježila najveći broj noćenja, ispred Splitsko-dalmatinske županije i Kvarnera. „Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu (mjereno noćenjima) u razdoblju siječanj-listopad 2022. (komercijalni i nekomercijalni promet):

<b>Destinacija</b>	<b>Noćenja</b>	<b>Dolasci</b>
<b>Rovinj</b>	4.159.882	687.118
<b>Dubrovnik</b>	3.457.460	993.418
<b>Poreč</b>	3.369.976	593.585
<b>Medulin</b>	2.891.379	444.405
<b>Umag</b>	2.824.686	510.852
<b>Split</b>	2.585.344	757.615
<b>Vir</b>	2.530.984	151.349
<b>Mali Lošinj</b>	2.265.114	296.189
<b>Novalja</b>	2.113.967	294.093
<b>Crikvenica</b>	2.069.742	357.248

Izvor: HTZ (podaci eVisitor)

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 10. studenog 2022., u razdoblju siječanj-listopad 2022., na području Splita, broj dolazaka stranih turista iznosio je 688.960 (indeks 170,82 u usporedbi s razdobljem siječanj-listopad 2021.), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 69.228 (indeks 125,89). U istom razdoblju ostvareno je 2.423.619 noćenja stranih turista (indeks 158,23), kao i 163.221 noćenja domaćih turista (indeks 111,078). Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka u razdoblju siječanj-listopad iznosio je 758.188 (indeks 165,43), a istovremeno je zabilježeno 2.586.840 noćenja (indeks 154,10). U nastavku je prikazan rast turističkog prometa na ciljanim emitivnim tržištima.

<b>Država</b>	<b>Dolasci</b>	<b>Indeks dolasci</b>	<b>Noćenja</b>	<b>Indeks noćenja</b>
<b><i>Ujedinjena Kraljevina</i></b>	<b>84.969</b>	<b>277,03</b>	<b>302.928</b>	<b>273,60</b>
<b><i>Njemačka</i></b>	<b>64.215</b>	<b>121,97</b>	<b>273.818</b>	<b>116,96</b>
<b><i>SAD</i></b>	<b>87.427</b>	<b>206,15</b>	<b>223.461</b>	<b>185,60</b>
<b><i>Francuska</i></b>	<b>61.287</b>	<b>116,86</b>	<b>219.796</b>	<b>117,04</b>
<b><i>Hrvatska</i></b>	<b>69.228</b>	<b>126,06</b>	<b>163.221</b>	<b>111,34</b>
<b><i>Nizozemska</i></b>	<b>37.293</b>	<b>137,93</b>	<b>152.157</b>	<b>152,23</b>
<b><i>Poljska</i></b>	<b>25.056</b>	<b>100,10</b>	<b>130.546</b>	<b>95,88</b>
<b><i>Italija</i></b>	<b>24.674</b>	<b>216,63</b>	<b>69.485</b>	<b>216,92</b>
<b><i>Španjolska</i></b>	<b>28.184</b>	<b>196,01</b>	<b>66.084</b>	<b>187,50</b>
<b><i>Irska</i></b>	<b>17.651</b>	<b>374,76</b>	<b>64.982</b>	<b>363,74</b>

## 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) i Strateškim planom brendiranja integriranog programa Splita kao grada sporta i kulture izrađenog u sklopu EU projekta Split – mjesto dodira sporta i kulture. Dodatno će se aktivnosti uskladiti s novim Strateškim marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma, koji definira nove ciljeve, ali i komunikacijsku strategiju. Pritom će posebni naglasak biti na održivosti, digitalizaciji kao ključnoj odrednici konkurentnosti, jačanju kvalitete usluga te na novom pristupu marketinškim aktivnostima. Tako je cilj da turistička Hrvatska već do 2026. bude prepoznata kao održiva destinacija visoke vrijednosti te koja pritom nudi široki spektar autentičnih kvalitetnih turističkih doživljaja različitim segmentima potrošača. Ta će se vizija ostvariti korištenjem ključnih konkurentskih prednosti, dok su strateški prioriteti fokusirani na vodeće proizvodne brendove unutar portfelja turističkih proizvoda, kao što su iskustvo u prirodi, citybreak, MICE, odmor u hotelima uz more, nautički turizam i sl. S druge strane, kao proizvodni brendovi podrške razvijat će se hrvatska ruralna iskustva, wellness i zdravstveni turizam, avantura i sport, gastronomska iskustva, otoci i more te privatni smještaj i kampovi, dok će se kao komplementarni proizvodni brendovi isticati kulturna iskustva, festivali i događanja.

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 2023. 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...);

### 2. Temeljiti komunikaciju na promociji destinacije kroz podizanje svijesti o odgovornom turizmu i važnosti putovanja za oporavak tijela i duha.

Razviti podstranicu s naglaskom na sadržaje koji njeguju održivost i odgovornost prema prirodnim i kulturnim dobrima. Kreirati objava s ciljem dislociranja turističkih kretanja i upoznavanja turista s manje popularnim lokacijama u gradu *Get insider tips from locals*.



### **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.); Organizirati i sufinancirati kontinuirane programe cjeloživotnog obrazovanja; Podizati svijest o važnosti odgovornog turizma; 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 na podizanje kvalitete i vrijednosti za novac; 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 objavljevati blogove, video zapise, recenzije, fotografije turista (organizirati



studijska putovanja za poznate blogere); Poticati i kreirati sadržaje temeljene na važnosti putovanja za oporavak tijela i duha.

## **6. Sustavno razvijati nove proizvode**

**Zajedničke aktivnosti u razvoju novih proizvoda (poslovni, zdravstveni i sportski turizam)** Sudjelovati na specijaliziranim sajmovima i organizirati studijske boravke za specijalizirane posrednike; 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 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.

**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**

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 2023. godinu temelji se na ukupnim prihodima od 19.418.100 kuna, od čega temeljni prihod iznosi 18.818.100 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 19418100 kuna su za 9% viši u odnosu na prihode temeljem izmjena i dopuna plana za 2022. godinu. Najveće učešće u strukturi izvora prihoda pripada prihodima od turističke pristojbe i članarine.

**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 6. sjednici, održanoj dana 6. prosinca 2021. godine, donijela je Odluku o visini turističke pristojbe na području Splitsko-dalmatinske županije za 2023. godinu. Najveći iznos turističke pristojbe ostvaruje se od noćenja u smještajnim objektima, koja po osobi iznosi 10,00 kuna / 1,33 eura i godišnjeg paušalnog iznosa od 350,00 kuna / 46,45 eura 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% sredstva 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 navedenom, financijskim planom za 2023. godinu planiraju se prihodi od turističke pristojbe u iznosu od ukupno 9.000.000 kuna, što je za 19% više u odnosu na prihode planirane temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2022. godinu. Naime, uslijed odličnih rezultata turističke sezone, kao i posezone 2022., očekuje se nastavak pozitivnih trendova i u 2023. godini, kao i kontrole Državnog inspektorata i naplata duga turističke pristojbe iz prošlih godina.

**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 2023. godinu planiraju se prihodi od članarine u iznosu od 5.717.100 kuna, što je slično razini kao i u 2022. godini.

**Prihodi iz proračuna Grada** planiraju se u iznosu od 3.600.000 kuna. Spomenuta sredstva proračuna predstavlja potpora Grada Splita za realizaciju gradskih manifestacija kao i druge

aktivnosti u skladu sa zajedničkim dogovorima oko raspodjele sredstava turističke pristojbe uplaćene na račun Grada.

**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 u 2023. godini iznose 400.000 kuna.

**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 kuna.

## **RASHODI- AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE PO VRSTAMA**

### **1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE**

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

- Strateški marketing plan turizma Grada Splita 2023.-2028.
- Akcijskog plana provedbe marketing strategije turizma Grada Splita za razdoblje 2023.-2028

Strateški marketinški plan destinacije Split izrađen je do 2022. godine te je potrebna izrada novog strateškog dokumenta. Veliki dio smjernica iz spomenutog dokumenta koriste se i prilikom definiranja ciljeva za 2023. godinu jer su i dalje aktualna na turističkom tržištu. U 2023. godini planiran je početak izrade nove marketing strategije. Metodološki pristup izradi Strateškog marketing plana turizma Grada Splita 2023.-2028. podrazumijeva: Usklađenost s važećim dokumentima – u izradi dokumenta polazi se od raspoloživih analiza i važećih strateških dokumenata relevantnih za tržišni nastup destinacije; Suradnju s dionicima – proces rada uključuje suradnju s lokalnim dionicima, odnosno najmanje dvije radionice, tri tematske fokus grupe i do 10 dubinskih intervjua; Tržišna istraživanja – pri izradi dokumenta uvažavaju se raspoloživa istraživanja tržišnih trendova u turizmu, analize profila, potrošnje i stavova gostiju o ponudi i imidžu Splita (TOMAS 2022) te istraživanje Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu; Javna prezentacija – cjeloviti dokument predstavlja se stručnoj javnosti i medijima na javnoj prezentaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 287.500,00 kn (38.158 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

#### **1.2. 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 (1.327 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- 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 (1.327 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

## **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, zadruge i sl.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 150.000,00kn (19.908 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti (druga faza): prosinac 2023.

### **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 najplitskiji događaj koji posjetiteljima približava dūgu 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, klapska 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 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, razglaša 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, Žnjan d.o.o., kulturno- umjetničke udruge i institucije i ostali partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 500.000,00kn (66.361 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2023.

- 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 24. do 26. veljače 2023. 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: Udruga Split maraton, Grad Split, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 300.000,00 kn (39.817 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2023.

- Štorije Dioklecijana

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 fotografiranje 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 : 200.000, 00kn (26.545 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2023.

- 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 pjevat će muške i ženske klape i nastupati brojna kulturno umjetnička društva. U 2021. godini ugostit ćemo umjetnike iz cijeloga svijeta te ćemo omogućiti mladim bendovima da se predstave splitskoj publici. U 2023. godini posebnu važnost u kreiranju glazbenog programa imat će festivalsko vijeće koje će biti sačinjeno od glazbenih stručnjaka. 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 : 1.050.000,00 kn (139.359 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2023.

- Advent u Splitu, Nova godina- Štorije o'Adventa

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 sezoni, 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 d.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.500.000,00 kn (199.084 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj 2024.

- 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. Najustrajni 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 sufinancirat 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 : 100.000,00 kn (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2023.

- 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 pozdravljat 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 : 300.000,00 kn (39.817 EUR)

- 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 Splitskog festivala za 2023. godinu, s projekcijama za 2024. i 2025. godinu

(ukupno 3 godine) na sjednici održanoj dana 16. studenog 2022. godine, donijelo je Odluku o prihvaćanju ponude tvrtke Wolfman j.d.o.o. za organizatora Splitskog festivala za 2023. godinu, s projekcijama za 2024. i 2025. godinu.

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: Wolfman j.d.o.o., Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 1.000.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2023. (132.723 EUR)

- 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 s 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. 2022. godine, donijelo je Odluku o prihvaćanju ponude udruge „Dječji zbor SRDELICE,, za organizatora manifestacije Dječjeg festivala Mali Split 2023-2025.Cilj projekta je unaprjeđenje sadržaja za obitelji s djecom i promocija Splita kroz glazbu.

Nositelj aktivnosti i partneri: Dječji zbor Srdelice, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00 kn (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2023.

- Štorije o'Spize

Cijeli mjesec listopad i u 2023. godini bit će u znaku gastronomije. Razna gastro događanja, radionice, natjecanja, festivali, dio su gastro mjeseca u Splitu. 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 i ostali partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 300.000,00kn (39.817 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2023.

- 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 : 100.000,00 kn (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2023.

- 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 : 100.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2023.

- 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 : 20.000,00 kn (2.654 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2023.

- 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, ostali partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00 kn (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2023.

- Fešta sv. Lovre u Stobreču i smotra klapa Kamen

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, ostali partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 120.000,00 kn (15.927 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2023.

- 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 : 200.000,00 kn (26.545 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2023.

- 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 (6.636 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- ATP teniski turnir

Turniri polako postaju tradicionalni i rastu. Jedan smo od rijetkih gradova koji ima i muški i ženski ITF turnir te turnir igrača u kolicima, a uz to i ATP Challenger. 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 : 50.000,00 kn (6.636 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- Krnjeval

Cilj projekta je razvoj zabavnih sadržaja u predsezoni.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100 000,00 (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- Pričiglin

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 : 50.000,00 kn (6.636 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- 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 : 30.000,00 kn (3.982 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2023.



- 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 : 50.000,00 kn (6.636 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2023.

- 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 : 200.000,00 kn (26.545 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

## 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 razvoju održivog 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 (66.361 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- 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 (66.361 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- 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 unaprjeđuju razvoj održivog i odgovornog turizma, podižu kvalitetu ponude u destinaciji, razvijaju atmosferu/duh; bogatstvo kulturno-povijesne baštine; gastronomsku ponudu.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

### 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

#### 3.1. Definiranje *branding* sustava i *brand* arhitekture

Turistička zajednica grada Splita u 2023. godini komunikaciju će temeljiti na podizanju svijesti o očuvanju destinacijskih resursa i odgovornom ponašanju prema lokalnom stanovništvu. Poseban naglasak biti će na rebranding nedovoljno razvijenih područja. 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 (26.545 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

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

U 2023. 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.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 528.000,00 kn. (70.078EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

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

U 2023. godini realizirati će se online i offline oglašavanje u medijima i na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije. Komunikacija će se realizirati na ciljanim tržištima.

Kampanja se zasniva na promociji Splita kao sigurne destinacije za 2023. godinu koja nudi posjetiteljima različite sadržaje. Cilj kampanje je inspiracija potencijalnim turistima da posjete destinaciju. Promocija destinacije bazira se na "pričanju priče" o gradu, njegovim posebnostima, te bogatoj i raznovrsnoj ponudi. Naglašavaju se različiti sadržaji koje nudi destinacija ne samo u sezoni već i u pred i post sezoni, te se Split tako se pozicionira kao

idealna destinacija za kraći ili duži odmor. Kroz različite priče te njihovom objavom na relevantnim, top medijima na odabranim tržištima, dajemo relevantnost brandu grada Splita i dosežemo ciljanu publiku.

Glavni ciljevi online kampanje: Privući posjetitelje iz drugih država da posjete Split tijekom 2023.; Promovirati Split kao poželjnu destinaciju 2023. godine u pred i post sezoni; Pozicionirati Split kao city destinaciju bogate kulturne, gastro te event ponude kroz čitavu godinu. Ciljana tržišta: Njemačka, Austrija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Poljska, Francuska.

Kampanja se fokusira na digitalne kanale obzirom da kroz njih većina ljudi pretražuje, inspirira se te odlučuje koja će biti sljedeća destinacija za njihova putovanja. Izabrani su top mediji na svakom tržištu obzirom na njihovu važnost, doseg, te korisničko povjerenje koje uživaju. Strategija se zasniva na kombinaciji content sadržaja na relevantnim medijima po svim tržištima

uz social media oglašavanje na Facebook i Instagram platformama.

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 : 1.000.000,00kn (132.723 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

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

- Organizacija studijskih putovanja za predstavnike medija biti će nastavljena i u 2023. godini. 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 i ostali partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 150.000,00kn (19.908 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- U 2023. godini planirana je suorganizacija Vlogfesta. Vlogfest će dovesti u Hrvatsku key vlog influencere iz cijelog svijeta kako bi iz prve ruke doživjeli ono najbolje sto

svaka destinacija nudi. Dovodimo influencere u zemlju kako bi se natjecali međusobno u kreiranju vloga/videa. Videa će prikazati njihova iskustva i njihov doživljaj destinacije. Tijekom boravka u zemlji, svaki Vloger će slobodno odabrati one aktivnosti koje ga najviše interesiraju, te kreirati video content u svom stilu. Nakon snimanja i montaže, videa idu "live" na [www.thevlogfest.com](http://www.thevlogfest.com). Tada započinje glasanje sirom svijeta koje traje 72 sata.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 150.000,00kn (19.908 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

### **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 : 750.000,00kn (99.542 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

### **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:

GRAD	SAJAM	DATUM
New York	Travel and Adventure Show	28. - 29. siječanj
Munchen	F.re.e.	22.-26. veljača
Berlin	ITB	7.-9. ožujak
Beč	Ferienmesse	16.-19. ožujak
London	WTM	studeni
Napulj	MNT Napoli	16.-18. ožujak
Helsinki	MATKA	20.-23. siječanj
London	Destinations	02.- 05. veljača
Bruxelles	Salon de Vacances	02.-05. veljača
Utrecht	Fiets en Wandelbeurs	24.-26. veljača
Barcelona	B-Travel	10.-12. ožujak
Paris	Salon Mondial du Tourisme (MAP)	16. - 19. ožujak
Bologna	Fiera del Cicloturismo	01.-02. travanj
Annapolis, SAD	US Spring Sailboat Show	28.-30. travanj
Dusseldorf	Caravan Salon	27.08.-05.09.
Parma	Il salone Camper	10.-18. rujan
Genova	Il Salone Nautico	rujan

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

### 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:

I tijekom 2023. 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. U 2023. godini u suradnji s HTZ-om i TZ Splitsko– dalmatinske županije sudjelujemo u organizaciji THE MEETING SPACE kongresa u kojem će sudjelovati najvažnija imena MICE industrije. Više informacija [www.themeetingsspace.com](http://www.themeetingsspace.com).

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 : 400.000,00kn (53.089 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.



Croatia, Full of flavours

Okusi Dalmacije

### 3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

U 2023. godini kreirati će se online i offline promotivni materijali. Izraditi će se i distribuirati postojeći informativni materijali (Welcome magazin, mape, brošure, City Map Stobreč, Letak Stobreč), ali i izraditi novi poput džepnog vodiča po Splitu (znamenitosti, gastronomija, sport i rekreacija). U 2023. godini planira se suradnja sa Croatia Airlines u distribuciji suvenira grada Splita prilikom letova. Trošak obuhvaća kreiranje sadržaja, grafički dizajn materijala i digitalnih oglasa, prilagodba oglasa, izrada i prijevod potrebnih tekstova, redizajn i tisak materijala, distribucija materijala.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 800.000,00kn (106.178 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

### **3.8. Internetske stranice:**

Važan dio komunikacije nastavlja se putem web stranice [visitsplit.com](http://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; 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 : 200.000,00kn (26.545 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

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

U 2023. 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 odgovorno i održivo putovanje, te one turističke proizvode za kojima će biti povećanja potražnja u 2023. 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 : 300.000,00kn (39.817 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

### **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 preduvjeta 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.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 2.530.000,00kn (335.789 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- Valorizacija sportske infrastrukture

U 2023. 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 : 162.000,00 (21.501 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

### 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:

- Mobilna aplikacija LiberatoMap

U strateškom planu razvoja održivog turizma do 2030.godine navodi se kako su jedni od glavnih pravaca djelovanja stvaranje pristupačnog turizma i digitalna transformacija. Udruga Liberato razvila je dva inovativna i nagrađivana projekta koji su usmjereni na poboljšanje kvalitete života osoba s invaliditetom. Radi se o projektima DisCloud i LiberatoMap, a u procesu je i dovršetak mobilne aplikacije LiberatoMap. Navedeni projekti su inovativni, rješavaju konkretne probleme na ekološki osviješten način te pružaju informacije krajnjem korisniku na onom mjestu i u ono vrijeme kada mu trebaju. O tome koliko su projekti uspješni najbolje govore nagrade i priznanja koja udruga osvaja, a posebno se izdvajaju natjecanja. Discloud projekt je ušao u finale DIGI Award 2022 natjecanja i osvojio 1. mjesto prema izboru čitatelja Jutarnji. hr, dok je LiberatoMap osvojio 1. mjesto i početni kapital od 15 000,00kn na StartIT natjecanju 2019. godine. Projekti kombiniraju mogućnosti tehnologije sa konkretnim problemima i preprekama s kojim se osobe s invaliditetom svakodnevno suočavaju. Prateći tehnološki napredak, nove trendove u društvu, digitalne mogućnosti i iskorištavanjem prilike za djelovanjem ova sva projekta čine sinergijski učinak, ali i omogućuju višenamjensku upotrebu. LiberatoMap u kombinaciji s DisCloudom i podržavajućom mobilnom aplikacijom izravno podržava turističku ponudu grada u kojem je lociran, pruža informacije o pristupačnosti kulturnih i povijesnih atrakcija kao i ostalih zanimljivosti u gradu, omogućava i oglasni prostor. S obzirom da su projekti primarno namijenjeni za osobe s invaliditetom u takvoj kombinaciji izravno podržava i razvoj zdravstvenog turizma.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00kn (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- Mobilna aplikacija mVisitor

Sustav mVisitor koji u ovom trenutku broji više od 3.000 aktivnih iznajmljivača korisnika, te je od njih samih ocijenjen kao iznimno koristan, jednostavan za korištenje i „user friendly“ alat koji uvelike iznajmljivačima pojednostavljuje prijavu gostiju. TZ-ima omogućuje

direktniju komunikaciju sa iznajmljivačima kao i mogućnost preusmjeravanja gostiju na web sadržaje od važnosti za TZ. Važno je napomenuti da je sustav mVisitor odobren od strane Hrvatske turističke zajednice, te da se svi uneseni podaci automatski sinkroniziraju s eVisitor sustavom. Za ulazak u mVisitor sustav dovoljno je koristiti već postojeće eVisitor pristupne podatke: OIB iznajmljivača i lozinku, ali ovaj put bez TAN liste. Ovim smo sustavom osigurali moderniji i puno jednostavniji način prijave, s ciljem povećanja broja sudionika/iznajmljivača koji uredno prijavljuju goste, te izravnu komunikaciju TZ-a i iznajmljivača. Ovo digitalno i mobilno rješenje sastoji se od:

- Besplatne mobilne aplikacije za iznajmljivače za brzu i jednostavnu prijavu gostiju sa funkcionalnostima poput slanje linka za pre check-in gostiju i skeniranjem dokumenata
- Web CMS aplikacije za turističke zajednice putem koje možete pratiti svu statistiku korištenja mobilne aplikacije u realnom vremenu, te imati izravnu komunikaciju sa iznajmljivačima slanjem push notifikacija svim iznajmljivačima ili samo odabranima preko nekoliko filtera
- Ponude sadržaja s područja Vašeg TZ-a putem web stranice od vašeg interesa direktno prema gostima koji koriste mVisitor pre check-in uslugu

Nositelj aktivnosti i partneri: Intersoft, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 30.000,00kn (3.982 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

#### **4.2. 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 (2.654 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- **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 : 50.000,00kn (6.636 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- **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 : 100.000,00kn (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

#### **4.2.1. Stručni skupovi i edukacije**

U 2023. godini provest će se ciklus edukacija namijenjen turističkim dionicima i djelatnicima TZ-a. Cilj edukacija je unaprijediti turističku ponudu, podizati kvalitetu turističkog kadra i osvijestiti važnost kreiranja sadržaja održivog turizma.

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: 50.000,00kn (6.636 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- 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 2023. godinu iznosi 100.000,00kn.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00 kn (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

#### **4.3. 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.

Plogging treasure hunt u sklopu projekta Tuta forca- Koncept potrage je da se odvija u timovima ( obitelji, prijatelji, sportski klubovi, susjedi...) Tijekom prijave svaki tim dobit će svoju startnu poziciju ( biti će ih nekoliko) i na dan potrage, kartu s označenom prvom kontrolnom točkom. Nakon toga, znakovi na tim lokacijama vodit će ih dalje. Bit će nekoliko različitih ruta kako bi se ekipe rasporedile po gradu. Na svakoj lokaciji bit će daljnja uputa kao i određeno vrijeme zadržavanja. Cilj je pronaći sve kontrolne točke, te ih očistiti kao i put do /između njih. Kontrolne točke nalazit će se na dijelovima grada gdje je najviše potrebno čišćenje. Pravilo za sve timove biti će da nakon što obiđu sve kontrolne točke, u točno

određeno vrijeme svi moraju biti na istoj lokaciji ( koju ćemo odrediti naknadno) te će nam tom mjestu biti organizirana mini utrka u kojoj ćemo mjeriti koliko je smeća koja ekipa prikupila na toj lokaciji u zadano vrijeme te nagraditi pobjednike na finalnom druženju nakon završetka PLOGGING TREASURE HUNTA.U ovu akciju cilj je uključiti što je više moguće sportaša i osoba iz javnog života te na društvenim mrežama i kroz medije provesti natječaj kroz koji će se ljudi prijavljivati u timove tih osoba. Vjerujemo u odaziv igrača Hajduka, ali i drugih splitskih imena iz javnog života.

Trošak obuhvaća angažman stručne službe (ronioca, čistaća), 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 : 40.000,00kn (5.309 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- Valorizacija kulturne baštine

Projekt valorizacije kulturne baštine nastavlja se u 2023. 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 (13.272 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- Odgovorni, održivi turizam

S ciljem dodatne zaštite kulturne baštine, kvalitete života stanovnika ali i same kvalitete Splita kao turističke destinacije, u 2023. godini planirano je uvođenje dodatnih komunalnih redara/ zaštitara koji će svojim djelovanjem utjecati na razvoj turizma odgovornog prema baštini i lokalnom stanovništvu. Posebnu važnost u ostvarenju ovog projekta ima dobra koordinacija i suradnja s Gradom Splitom.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 700.000,00 kn (92.906 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- Uređenje Slatina

U 2023. godini realizirat će se automatsko navodnjavanje i hortikultura za Park Miljenka Smoje, božićno uređenje mjesta i izraditi projekt uređenja mjesta. Nositelj aktivnosti i partneri: Mjesni odbor Slatine, Turistička zajednica grada Splita, ostali partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 110.000,00kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

- Projekti uređenja Stobreča

Cilj projekta je dodatna valorizacija mjesta i razvoj turističkih sadržaja.

U 2023. godini realizirat će se automatsko navodnjavanje, hortikultura i kamenoklesarski radovi u parku i mikrolokacijama oko parka Stobreč, te nabaviti novi božićni ukrasi.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 170.000,00kn (22.563 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

## **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 (80 EUR)

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2023.

## **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 zajednica planiraju se u iznosu od 1.820.000 kn. U ostale pripadajuće troškove ubrajaju se regres, dar djeci, topli obrok, jubilarna nagrada zaposleniku te ostale naknade sukladno zakonskim propisima. Navedeni troškovi planirani su iznosu od 80.000 kn.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Potreban iznos: 1.900.000,00kn (252.173 EUR)

### **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 (53.089 EUR)

### **6.3. Tijela turističke zajednice**

Trošak se odnosi na ukupne troškove koji se odnose na rad tijela TZ-a i to Turističkog vijeća i Skpštine: 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.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Potreban iznos: 200.000,00kn (26.545 EUR)



FINANCIJSKI PLAN

(u  
eurima)

		PRIHODI	Plan 2023.	Replan 2022.	Indeks	udio %
1.		Izvorni prihodi	1.953.295	1.764.272	111	75,79
	1.1.	Turistička pristojba	1.194.505	1.004.711	119	46,35
	1.2.	Članarina	758.790	759.561	100	29,44
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	477.802	199.084	240	18,54
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	3.982	3.982	100	0,15
4.		Prihodi iz EU fondova	53.089	11.945	444	2,06
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	9.291	9.291	100	0,36
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	79.633	384.896	21	3,09
7.		Ostali prihodi	133	133	100	0,01
		<b>SVEUKUPNO</b>	<b>2.577.225</b>	<b>2.373.603</b>	<b>109</b>	<b>100,00</b>

(u  
eurima)

		AKTIVNOSTI	Plan 2023.	Replan 2022.	Indeks	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	40.812	31.853	128	1,58
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	38.158	19.908	-	1,48
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	9.291	-	0,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	2.654	2.654	100	0,10
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.031.256	1.105.581	93	40,01
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda (IQM Destination)	19.908	19.909	100	0,77
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	0	1.327	-	0,00
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	865.353	938.350	92	33,58
	2.4.	Podrška turističkoj industriji	145.995	145.995	100	5,66
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	964.895	741.921	130	37,44
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	96.622	27.872	-	3,75
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	132.723	126.087	-	5,15
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	39.817	26.545	-	1,54
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	99.542	66.361	-	3,86
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	13.272	13.272	100	0,51
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	53.089	39.817	133	2,06
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	106.178	66.361	160	4,12
	3.8.	Internetske stranice	26.545	13.272	200	1,03
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	39.817	26.545	150	1,54
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	357.290	335.789	106	13,86
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	208.375	162.361	128	8,09
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	17.254	13.272	130	0,67

	(audioguide)				
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	22.563	42.471	53	0,88
4.2.1.	Stručni skupovi i edukacije	19.908	17.030	-	0,77
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	148.650	89.588	166	5,77
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	80	80	-	0,00
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	331.807	331.807	100	12,87
6.1.	Plaće	252.173	252.173	100	9,78
6.2.	Materijalni troškovi	53.089	53.089	100	2,06
6.3.	Tijela turističke zajednice	26.545	26.545	100	1,03
7.	REZERVA				
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>2.577.225</b>	<b>2.373.603</b>	<b>109</b>	<b>100,00</b>

iznos u eurima

3	Prihodi	PLAN 2023.	REPLAN 2022.
31	Prihodi od pružanja usluga	5.309	5.309
32	Prihodi od članarina	758.790	759.561
33	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	1.194.505	1.004.712
34	Prihodi od imovine	3.982	3.982
35	Prihodi od donacija	530.891	144.667
36	Ostali prihodi	133	133
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	3.981	3.981

522	Korištenje prenesenog viška prihoda	79.634	451.258
-----	-------------------------------------	--------	---------

4	Rashodi	PLAN 2023.	REPLAN 2022.
41	Rashodi za radnike	464.530	464.530
42	Materijalni rashodi	1.432.225	1.254.351
43	Rashodi amortizacije	13.272	13.272
44	Financijski rashodi	3.186	3.186
45	Donacije	663.614	637.070
46	Ostali rashodi	398	1.194
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	0	0

