

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA SPLITA
IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA
RADA ZA 2022. GODINU



UVOD

Ostvareni turistički rezultati u 2022. godini

Nakon snažnijeg oporavka od očekivanog u 2022., ove bi se godine međunarodni turistički dolasci mogli vratiti na razine prije pandemije u Europi i na Bliskom istoku. Ipak se očekuje da će turisti sve više tražiti vrijednost za novac i putovati bliže domu kao odgovor na izazovnu gospodarsku klimu. Na temelju UNWTO-ovih predviđanja za 2023., dolasci međunarodnih turista mogli bi ove godine dosegnuti 80% do 95% razina prije pandemije, ovisno o opsegu usporavanja gospodarstva, tekućem oporavku putovanja u Aziji i Pacifiku i evoluciji ruske ofenzive u Ukrajini, među ostalim čimbenicima. UNWTO predviđa snažnu godinu za sektor čak i usprkos raznim izazovima uključujući gospodarsku situaciju i kontinuiranu geopolitičku nesigurnost. Prema novim podacima UNWTO-a, više od 900 milijuna turista putovalo je u inozemstvo 2022. – dvostruko više od broja zabilježenog 2021., iako je još uvijek 63% u odnosu na razinu prije pandemije. Svaka globalna regija zabilježila je značajan porast broja međunarodnih turista. Bliski istok je doživio najveći relativni porast jer su se dolasci popeli na 83% broja prije pandemije. Europa je dosegla gotovo 80% razine prije pandemije jer je primila 585 milijuna dolazaka 2022. godine. Afrika i Amerika oporavile su oko 65% svojih posjetitelja prije pandemije, dok su Azija i Pacifik dosegli samo 23%, zbog jače pandemije. povezana ograničenja koja su se počela uklanjati tek posljednjih mjeseci. Prvi Svjetski turistički barometar UNWTO-a za 2023. također analizira učinak po regijama i gleda na najbolje rezultate u 2022., uključujući nekoliko destinacija koje su se već vratile na razinu iz 2019.

UNWTO predviđa da će se oporavak nastaviti tijekom 2023., iako se sektor suočava s gospodarskim, zdravstvenim i geopolitičkim izazovima. Nedavno ukidanje ograničenja putovanja povezanih s COVID-19 u Kini, najvećem svjetskom izlaznom tržištu u 2019., značajan je korak za oporavak turističkog sektora u Aziji i Pacifiku te diljem svijeta. Kratkoročno gledano, obnova putovanja iz Kine vjerojatno će posebno pogodovati azijskim odredištima. Međutim, to će biti oblikovano dostupnošću i cijenom zračnog putovanja, propisima i ograničenjima vezanim uz COVID-19 u odredištima. Do sredine siječnja ukupno 32 zemlje uvele su posebna ograničenja putovanja vezana uz putovanja iz Kine, uglavnom u Aziju i Europu.

U isto vrijeme, snažna potražnja iz Sjedinjenih Država, potpomognuta jakim američkim dolarom, nastavit će koristiti destinacijama u regiji i šire. Europa će i dalje uživati u snažnim tokovima putovanja iz SAD-a, dijelom zbog slabijeg eura u odnosu na američki dolar. Značajna povećanja prihoda od međunarodnog turizma zabilježena su u većini odredišta, u nekoliko slučajeva veća od njihovog rasta broja dolazaka. To je potkrijepljeno povećanjem prosječne potrošnje po putovanju zbog dužih razdoblja boravka, spremnošću putnika da potroše više u svom odredištu i višim troškovima putovanja zbog inflacije. Međutim, gospodarska situacija mogla bi dovesti do toga da turisti zauzmu oprezniji stav 2023., uz smanjenu potrošnju, kraća putovanja i putovanja bliže domu. Nadalje, stalna neizvjesnost uzrokovana ruskom agresijom na Ukrajinu i drugim rastućim geopolitičkim napetostima, kao i zdravstveni izazovi povezani s COVID-19 također predstavljaju negativne rizike i mogli bi utjecati na oporavak turizma u mjesecima koji dolaze.

Najnoviji indeks povjerenja UNWTO-a pokazuje oprezni optimizam za razdoblje siječanj-travanj, viši nego u istom razdoblju 2022. Ovaj optimizam je potkrijepljen otvaranjem u Aziji i velikim brojevima potrošnje u 2022. s tradicionalnih i novih turističkih tržišta, s Francuskom, Njemačkom i Italijom kao i Katar, Indija i Saudijska Arabija sve bilježe snažne rezultate.

U Hrvatskoj je tijekom 2022. godine ostvareno 18,9 milijuna dolazaka i 104,8 milijuna noćenja, tj. 37 posto više dolazaka i 25 posto više noćenja u odnosu na 2021. godinu. Pri tome su strani turisti ostvarili 92,3 milijuna noćenja, dok su domaći turisti ostvarili 12,5 milijuna noćenja. Ostvareno je 91 posto dolazaka i 96 posto noćenja ostvarenih u 2019. godini. Prvi su to podaci sustava eVisitor, koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew). Najviše je turističkih noćenja ostvareno u Istarskoj (29,5 milijuna), Splitsko-dalmatinskoj (19,5 milijuna) i Primorsko-goranskoj županiji (18,3 milijuna). Zatim slijede Zadarska županija (14,9 milijuna noćenja), Dubrovačko-neretvanska (8 milijuna) te Šibensko-kninska županija (6,8 milijuna). Promatrajući rezultate destinacija, najviše je noćenja u 2022. godini ostvareno u Rovinju (4,2 milijuna), Dubrovniku (3,8 milijuna), Poreču (3,4 milijuna), Splitu (3,1 milijun) i Medulinu (3 milijuna). Gledano prema tržištima, u 2022. godini najveći broj noćenja ostvarili su strani gosti iz Njemačke (24,9 milijuna), Slovenije (10,1 milijuna), Austrije (8,2 milijuna), Poljske (6,7 milijuna), Češke (6 milijuna), Italije (4,2 milijuna), Ujedinjene Kraljevine (3,7 milijuna), Slovačke (3,3 milijuna) i Nizozemske (3,3 milijuna). Prema vrsti smještaja najviše noćenja

ostvareno je u objektima u domaćinstvu (39,4 milijuna), hotelima (22,9 milijuna) i kampovima (20,8 milijuna).

Tijekom razdoblja siječanj-prosinac Istra je u nacionalnim okvirima zabilježila najveći broj noćenja, ispred Splitsko-dalmatinske županije i Kvarnera

Županija	Dolasci	Noćenja
Istra	4.708.847	29.506.714
Splitsko-dalmatinska	3.491.582	19.528.533
Kvarner	3.065.846	18.312.365
Zadarska	1.931.391	14.885.962
Dubrovačko-neretvanska	1.772.904	8.006.683
Šibensko-kninska	1.021.679	6.753.379
Ličko-senjska	672.029	3.269.343
Grad Zagreb	1.082.398	2.241.665
Karlovačka	293.474	559.422
Krapinsko-zagorska	175.837	368.848
Osječko-baranjska	112.263	240.173
Zagrebačka	126.649	233.690
Međimurska	88.176	208.759
Varaždinska	89.148	206.376
Vukovarsko-srijemska	77.159	130.231
Bjelovarsko-bilogorska	24.611	80.093
Brodsko-posavska	38.981	67.201
Sisačko-moslavačka	25.319	65.492
Požeško-slavonska	23.803	64.813
Koprivničko-križevačka	20.470	44.336
Virovitičko-podravska	15.040	32.153

Izvor: HTZ (podaci eVisitor+Integrirano eCrew)

„Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu (mjereno noćenjima) u razdoblju siječanj-prosinac 2022. (komercijalni i nekomercijalni promet):

Destinacija	Noćenja	Dolasci
Rovinj	4.225.032	709.413
Dubrovnik	3.556.731	1.036.313
Poreč	3.428.173	613.098
Medulin	2.908.683	448.526
Umag	2.846.741	516.279
Split	2.697.985	793.384
Vir	2.534.449	151.630
Mali Lošinj	2.295.685	302.320
Zagreb	2.241.172	1.082.188
Zadar	2.126.304	521.444

Izvor: HTZ (podaci eVisitor)

Prema podacima sustava eVisitor u 2022. godini, na području Splita, broj dolazaka stranih turista iznosio je 711.071 (indeks 171,19 u usporedbi s 2021. godinom), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 82.313 (indeks 123,08). U istom razdoblju ostvareno je 2.508.906 noćenja stranih turista (indeks 158,29), kao i 189.079 noćenja domaćih turista (indeks 109,67). Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka iznosio je 793.384 (indeks 164,52), a istovremeno je zabilježeno 2.697.985 noćenja (indeks 153,52). U nastavku je prikazan turistički prometa na emitivnim tržištima.

Statistika siječanj - prosinac 2022.	I. - XII. 2022.		I. - XII. 2021.		Indeks 2022./2021.	
Država	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Ujedinjena Kraljevina	85.529	306.016	31.174	114.149	274,36	268,08
Njemačka	65.991	281.563	53.794	239.774	122,67	117,43
SAD	91.185	237.823	43.740	128.277	208,47	185,40
Francuska	61.844	222.673	53.033	190.263	116,61	117,03
Nizozemska	37.671	153.644	27.236	100.839	138,31	152,37
Poljska	25.435	132.530	25.384	137.897	100,20	96,11
Italija	25.243	71.164	11.790	33.731	214,11	210,98
Ukrajina	7.920	70.296	6.302	26.187	125,67	268,44
Španjolska	28.558	67.021	14.691	36.269	194,39	184,79
Irska	17.742	65.471	4.763	18.168	372,50	360,36

U 2022. godini turistički promet vraća se na razine pretpandemijskih godina, kao rezultat prilagodbe novim trendovima na turističkom tržištu u izazovnim vremenima. Pozitivan trend rasta turističkog prometa sa sobom nosi i niz izazova održivosti turizma, s kojima se većina vodećih destinacija suočava. Vrijeme pandemije potvrdilo je važnost sinergijskog djelovanja javnog i privatnog sektora i zajedničkog djelovanja u ostvarenju ciljeva. Turistička zajednica kao destinacijska menadžment organizacija ima sve važniju ulogu u povezivanju dionika u kreiranju turističke ponude i promocije destinacije.

Ured direktorice u 2022. godini, nastavio je organizirati i rukovoditi radom i poslovanjem Turističkog ureda s ciljem ostvarenja Programa rada Turističke zajednice grada Splita za 2022. godinu. Ured direktorice pripremao je materijale za rad tijela TZ-a (Vijeće i Skupštinu). Direktorica je sudjelovala u radu Turističkog vijeća te provodila odluke istog. 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



Ministarstvom turizma, Hrvatskim zavodom za javno zdravstvo i Ministarstvom gospodarstva i održivog razvoja na projektima poput projekta ZaZaleni Svaki Dan.

Važno je istaknuti uspješnu suradnju s Kako bi naglasili i HGK – Županijskom komorom Split na raznim projektima poput okruglog stola "Važnost održivog turizma – certificiranje kao dodana vrijednost" održanog u okviru sajma Adriatic Gastro Show.

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

Turistička zajednica grada Splita godinama surađuje s brojnim veleposlanstvima i konzulatima s ciljem poboljšanja uvjeta boravka turista u destinaciji. Jedan od primjera je suradnja s počasnim konzulatom Kraljevine Španjolske, Veleposlanstvom Norveške, Veleposlanstvom Sjedinjene Američke Države i Veleposlanstvom Republike Češke u organizaciji Dana hrvatske i češke kulture diljem Hrvatske.

Ured direktorice ostvario je suradnju s organizatorima velikih manifestacija poput Ultra Europe festivala. Primjer suradnje je festivalska knjižica s porukom o važnosti očuvanja destinacije i odgovornog ponašanja.

Ured direktorice sudjelovao je u izradi strateških dokumenta i internacionalnim projektima poput



spomenutih nastavku. SmartCulTour međunarodni je znanstveni projekt financiran iz HORIZON2020 EU programa za istraživanje i inovacije koji teži istražiti na koji način kulturni turizam može pridonijeti održivom i rezilijentnom razvoju europskih regija. U sklopu projekta predviđeno je osnivanje šest living labova usmjerenih na poticanje održivog razvoja kulturnog turizma, pri čemu je jedan od njih osnovan upravo u Splitu – City of Split metropolitan area, a Turistička zajednica grada Splita član je tog Living Lab-a. Turistička zajednica grada Splita dionik je u projektu Interreg Med INCIRCLE – „INSular and low density areas in the transition towards a more CIRCULAR Economy“, u sklopu kojeg se izvodi Strategija kružnog gospodarstva u turizmu. UnderwaterMuse, projekt s ciljem revalorizacije i očuvanja podvodnih arheoloških lokaliteta, te njihovo održivo korištenje u turističke svrhe. TZ je sudjelovao na radionicama Akcijskog plana za zeleni grad Split, te je član Partnerskog vijeća za izradu Strategije razvoja grada Splita do 2030. TZ sudjeluje kao partner u EU projektu „Plača života- grad mijena“ i „Skriveni habitati“. TZ grada kao ključnu dionik turizma SDŽ sudjelovala je u izradi Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma 2022. – 2026., Strategije razvoja Urbane aglomeracije Split za razdoblje do kraja 2027. godine te Plana razvoja SDŽ 2022-2027. Turistička zajednica grada Splita podržala je i provedbu istraživanja Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - TOMAS HRVATSKA 2022.

Direktorica je u 2022. godini ostvarila suradnju i pružila podršku preko 150 konferencija, projekata i događanja s naglaskom na one kulturnog, sportskog i gastro karaktera.

Ured direktorice podržavao je i poticao turističke sadržaje s naglaskom na sportskim aktivnostima na otvorenom i očuvanju prirodnih bogatsava poput projekta Tuta forza kroz koji su tijekom cijelog mjeseca svibnja građani gosti imali priliku uživati u besplatnim sportskim aktivnostima. Najsportskiji grad na svijetu dobio je mjesec besplatnih sportskih aktivnosti u organizaciji poznate trenerice Sanje Žuljević, a uz podršku Turističke zajednice grada Splita. Raketa do ljeta, ludi zoološki ples, street dance, sup, yoga, nordijsko hodanje, slobodno penjanje, školica trčanja, meditacija disanjem i plogging aktivnosti dio su aktivnosti, a u sklopu projekta organizirana je i akcija čišćenja okoliša.



Ured direktorice ugostio je brojne turističke novinare i agente u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko- dalmatinske županije. Jedan od rezultat suradnje je i emitiranje epizode emisije Travel Man iz Splita na britanskom Channelu 4. Britanski komičar Joe Lycett i irska komičarka, glumica te spisateljica s britanskom adresom, Aisling Bea, proveli su 48 sati u Splitu. Riječ je o drugoj epizodi 10. sezone humoristične putopisne emisije „Travel Man: 48 hours in...“, koja je nedavno emitirana na popularnom britanskom kanalu Channel 4. Ova 30-minutna epizoda u potpunosti je posvećena Splitu, popularnoj hrvatskoj destinaciji u kojoj su se glavni akteri Joe i Aisling, između ostalog, okušali u SUP-anju, posjetili Froggyland, kušali splitske eno-gastronomske delicije, a uživali su i u šetnji sa psima u organiziranoj turi Zaklade za zaštitu životinja Split. Emisiju Travel Man prati preko 2 milijuna gledatelja u Velikoj Britaniji, uz dodatni višemilijunski odjek u zemljama kao što su SAD, Kanada, Australija i Indija.



Turistička zajednica podržala je preko 100 događanja, kongresa i skupova u destinaciji poput Brescia - utakmica Lige Prvaka u vaterpolu AN Brescia - VK Jadran Split, Gostovanje međ. Ansambla Blazin' Quartet, Erasmus + projekt - posjet Grčkoj i Turskoj, Uzvratna utakmica Lige Prvaka u vaterpolu VK Jadran Split - AN Brescia, Službeni posjet Prvoj gimnaziji Maribor, Erasmus + projekt - posjet Luksemburgu, Posjet studijskih grupa u sklopu Erasmus + projekata, Nastup Camerata Garestin, Domaćinstvo međunarodne vojne aktivnosti, Međunarodno projekt "Fostering through multicultural exchange" - put u Luxembourg, Erasmus projekt - Harbour Heritage Storytelling, Praznik cvijeća - strani floristi, Erasmus+ projekti - posjet stranim državama partnerima, Kongres logopeda u Splitu, Posjet Francuskoj, Međunarodni skup "Roman archaeology conference / Theoretical Roman archaeology Conference Split 2020", Erasmus + mobilnosti, Youth Exchange Erasmus + studentske mobilnosti u Bugarsku Seatrade Cruise Global Conference (25.- 28. travanj - Miami USA), Nastup Ricercar Consort Utakmica Lige Prvaka u vaterpolu - odlazak u Tibilisi, Posjet čeških policajaca, 3. ZORH susret Erasmus + projekta "Teaching and Learning Upgrade", Erasmus+ projekta SEA-EU-DOC, 1. međunaordna obrazovna konferencija IZZI Moć obrazovanja, Tečaj oftalmoškog ultrazvuka , Turnir u streljaštvu, Erasmus + projekt, Turneja Češka, 2. splitska fizijatrijska škola, Regata Sv. Duje Oxford - Cambridge – Split, Gostujuća izložba članova Fotokluba Maribor, Plenarna sjednica IRG-Rail (Independent Regulators Group - Raila) od 24. do 25. svibnja 2022. u gradu Splitu, Hotel Amphora SGSMA 2022 (The 2022 International Conference on Smart Grid Synchronized Measurements and Analytics), Četverodnevni Internacionalni Oldtimer auto rally – Dalmacija, Robotičko natjecanja Portugal, 14. međunarodna znanstvena konferencija Obrazovne reforme: uloga obrazovnih politika i istraživanja obrazovanja, 10. Lučki šušur, Stup! - međunarodno startup natjecanje, CroLinkedIn Meetup u Splitu, Međunarodna konferencija MORH-a u hotelu Lav, Međunarodni znanstveni skup „Komparativnoslavističke lingvokulturalne teme (KOMPAS): Pragmatika i frazeologija u komparativnoslavističkom okružju“, Pokloni za sudionike fokus grupe - DIGITALNI NOMADI, Dani flaute, Odlazak na svjetsko prvenstvo zlatnih odbojkašica u Brazil, Festival mediteranskog filma Split, Odlazak na studijsko putovanje u Dublin, 4. ljetne noćne izložbe pasa, Edukacijski program namijenjen poboljšanju znanja i vještina magistara farmacije, Međunarodni veteranski košarkaški turnir u Veneciji-Italija, Ljetne čari klasične glazbe u podrumima Dioklecijanove palače

Dolazak broda talijanske ratne mornarice "San Giusto", Deveti po redu međunarodni festival pijanizma1. Međunarodnog folklornog festivala, Forum europskih obalnih straža MTSM

(2022), "International Conference - Mechanical Technologies and Structural Materials", NATO konferencija u hotelu Lav, KUP SV DUJE - međunarodno natjecanje u mačevanju, 5. Međunarodni turnir odbojke Split Open, Europski kongres školske medicine "XXXIV. Simpozija hrvatskog društva za pedijatrijsku pulmologiju, dječji kašalj", Međunarodna konferencija Resilience & Recovery, Nastup King's Singers u Hrvatskom domu Split, Adriatic Gastro Show , Sajam GAST, 8. Međunarodni kongres povijesnih gradova, Kongres logopeda u Splitu, "XVII. International Culinary Festival "Biser mora", Dani hrvatskog pršuta - Stručni skup Split 2022., Hedonist Terroir Wine & Dine Tour Dalmatia- novi turistički proizvod; predstavljanje, Posjet predstavnika češke policije, Hrvatska proljetna pedijatrijska škola, "Projekt ""Snaga valova"" - sportsko-jedričarski vikend 6. - 8. svibnja", Projekt očuvanja i upoznavanja kulturne baštine grada Split - razmjena znanja s učenicima iz Europe putem platforme eTwinning, Regata Sv. Duje Oxford - Cambridge - Split, Prezentacija o turističkom menadžmentu na području grada Splita - Tourism Policy and Management, Fountaine Pajot owner rendez-vous, Posjet gradske uprave Velenja (Slovenija), 14. međunarodna znanstvena konferencija Obrazovne reforme: uloga obrazovnih politika i istraživanja obrazovanja, Večer dalmatinske riči, Međunarodna konferencija MORH-a u hotelu Lav, "Stup!2022 - međunarodno sveučilišno startup natjecanje, "21st Congress of European Union for School and University Health and Medicine / 6. hrvatski kongres školske i sveučilišne medicine, XXXIV. Simpozij društva za pedijatrijsku pulmologiju, Proslava obljetnice Foruma jadransko jonskih GK, Krstarenje Jadranom za djecu Vukovara, Croatia International Jazz+ Festivala, 30th years of diplomatic celebration between Romania and RH, Crovespa, Svjetski susret isusovačke mladeži Magis.

OSTVARENI PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE PO VRSTAMA

Pregled ukupnih ostvarenih prihoda u 2022. godini:

(u kn)							
		PRIHODI	Plan 2022.	Replan 2022.	Realizacija 2022.	udio % u realizacij	Indeks realizacija/replan
1.		Izvorni prihodi	11.922.910	13.292.910	13.584.621	80,52	102
	1.1.	Turistička pristojba	6.200.000	7.570.000	8.320.176	49,32	110
	1.2.	Članarina	5.722.910	5.722.910	5.264.445	31,20	92
2.		Prihodi iz proračuna grada	1.000.000	1.500.000	1.349.129	8,00	90
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	30.000	30.000	69.000	0,41	230
4.		Prihodi iz EU fondova	460.000	90.000	88.728	0,53	99
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	70.000	70.000	111.000	0,66	159
6.		Preneseni prihod iz prethodnih godina	3.400.000	2.900.000	1.598.370	9,47	55
7.		Ostali prihodi	1.000	1.000	69.771	0,41	6977
SVEUKUPNO			16.883.910	17.883.910	16.870.619	100,00	94

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

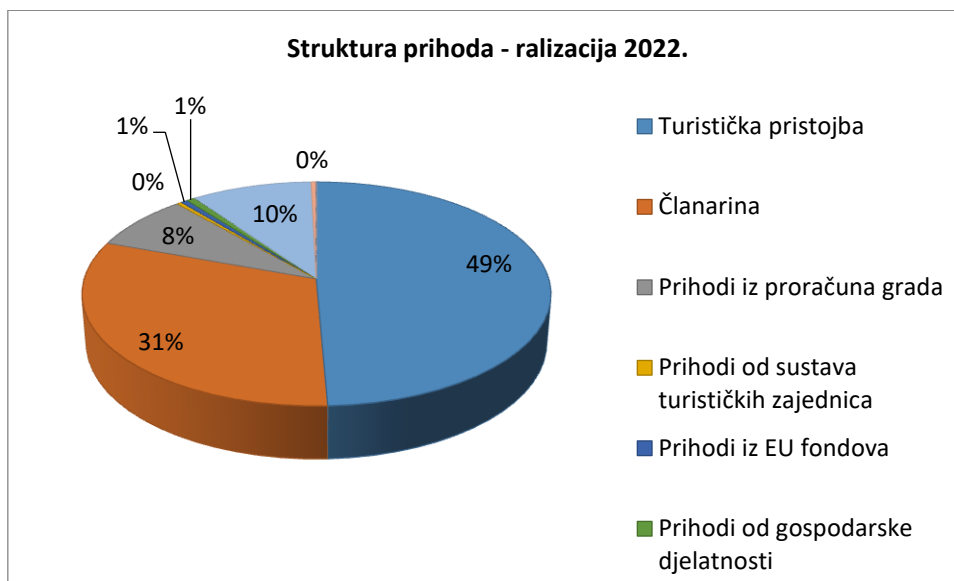
- turistička pristojba, sukladno posebnom propisu koji uređuje turističku pristojbu,
- članarina, sukladno posebnom propisu koji uređuje članarine u TZ,
- prihodi od obavljanja gospodarske aktivnosti,
- prihodi iz proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave,
- prihodi od drugih aktivnosti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

Godišnjim programom rada i financijskom planom Turističke zajednice grada Splita za 2022. godinu ukupni prihodi bili su planirani u iznosu od 16.883.910 kuna, od čega temeljni prihod u iznosu od 13.483.910 kuna a razliku predstavlja prijenos viška prihoda iz prethodnih godina. Na 19. sjednici Turističkog vijeća i 6. sjednici Skupštine Turističke zajednice grada Splita usvojen je rebalans financijskog plana za 2022. godinu kojim su ukupni prihodi planirani u iznosu od 17.883.910 kuna odnosno 5,9% više u odnosu na godišnji plan.

U razdoblju od 1.01. do 31.12.2022. godine je osvareno 15.272.249 kuna temeljnog prihoda, a zajedno sa prenesenim viškom prihoda iz prethodnih godina u iznosu od 1.598.370 kuna,

ukupno 16.870.619 kuna. Ukupno ostvareni temeljni prihodi su 27,4% veći u odnosu na temeljne prihode ostvarene 2021. godine.

U strukturi ukupno ostvarenih prihoda najveći udio u 2022. godini čine Izvorni prihodi sa udjelom od 80,5%, a čine ih Prihodi od turističke pristojbe sa udjelom od 49,3% te Prihodi od članarine sa udjelom od 31,2%.



1. Izvorni prihodi

Turistička zajednica planirala je izvorne prihode za 2022. u iznosu od 13.292.910 kuna od čega je dio od 7.570.000 kuna planiran od turističke pristojbe dok je dio od 5.722.910 kuna planiran od članarine. U 2022. ostvareni su izvorni prihodi u iznosu od 13.584.621 kuna što predstavlja povećanje za 2,19 % u odnosu na replan. Od ostvarenih ukupnih izvornih prihoda, 8.320.176 kuna se odnosi na turističku pristojbu, a 5.264.445 kuna na članarinu. Nadalje, od 8.320.176 kuna prihoda od turističke pristojbe, 725.251 kuna se odnosi na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom turističkom prometu.

Realizacija izvornih prihoda:

Turistička pristojba – 8.320.176 kn

Članarina – 5.264.445 kn

2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna

Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna ostvareni su u iznosu od 1.349.129 kuna, a odnose se na namjenske prihode iz proračuna Grada Splita za organizaciju gradskih manifestacija. Prihodi su ostvareni temeljem zajedničkog programa Turističke zajednice i Grada utroška dijela turističke pristojbe namjenjenu poboljšanju uvjeta boravka turista koju ostvaruje Grad Split, sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi. Razlika između planiranih 1.500.000,00 kuna i ostvarenih 1.349.129 kuna u iznosu od 150.871 kuna odnosi se na organizaciju adventskog programa – koncerta doček Nove godine u periodu od 1. do 7. siječnja 2023., koji će se unijeti u poslovne knjige 2023. godine.

Realizacija prihoda iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna:

Grad Split – 1.349.129 kn

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prihodi od sustava turističkih zajednica ostvareni su u iznosu od 69.000 kuna, a odnose se na namjenske prihode od Turističke zajednice Splitsko dalmatinske županije u ukupno iznosu od 51.000 kuna, i to za projekt pješačke staze Dioklecijanov put u iznosu od 40.000 kuna, za edukaciju u iznosu od 3.000 kuna i za akciju čišćenja podmorja u iznosu od 8.000 kuna te prihod od Turističke zajednice općine Okrug za projekt selektivnog turizma biciklističkih staza u iznosu od 18.000 kuna.

Realizacija prihoda od sustava turističkih zajednica:

Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije – 51.000 kn

Turistička zajednica općine Okrug – 18.000 kn

4. Prihodi iz EU fondova

Prihodi od EU fondova ostvareni su u iznosu od 88.728 kuna, a odnose se na prihode od partnera u EU projektima: Grada Splita u iznosu od 49.428 kuna i Javne ustanove Marjan u iznosu od 39.300 kuna.

Realizacija prihoda iz EU fondova:

Partner Grad Split – 49.428 kn

Partner Javna ustanova Marjan – 39.300 kn

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Prihodi od gospodarske djelatnosti ostvareni su u iznosu od 111.000,00 kuna, a odnose se na prihode od sponzorstva u iznosu od 50.000,00 kuna, prihode od prodaje oglasnog prostora na mapama u iznosu od 31.000 kuna i prihode od zakupa poslovnog prostora za bankomat PBZ u iznosu od 30.000,00 kn.

Realizacija prihoda od gospodarske djelatnosti:

Sponzorstvo – 50.000 kn

Prodaja oglasnog prostora na mapama – 31.000 kn

Zakup poslovnog prostora – 30.000 kn

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine

Turistička zajednica planirala je prenijeti dio prihoda iz prethodnih godina za realizaciju programa 2022. godine.

Realizacija prenesenog prihoda iz prethodne godine – 1.598.370 kn

7. Ostali prihodi

Ostali prihodi ostvareni su u iznosu od 69.771 kunu, a odnose se na prihode od refundacija troška električne energije za klizalište u Ćardinu u iznosu od 67.837 kuna, prihode od naknade šteta temeljem osiguranja u iznosu od 1.925 kuna i kamate na depozite u iznosu od 9 kuna.

Realizacija Ostalih prihoda – 69.711 kn

AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE PO VRSTAMA

ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

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

1.1. Studija turističkog prihvatnog kapaciteta grada Splita

Unatoč povremenim krizama, čak i razmjera poput globalne pandemije korona virusa, turizam u svijetu i posebice na Mediteranu bilježi kontinuiran i snažan rast, pridonoseći materijalnom boljitku, ali i neodrživim pritiscima na okolišne i društvene sustave turističkih mjesta. Potreba unapređenja upravljanja turizmom, uključujući i obuzdavanje rasta u funkciji njegove održivosti postaje sve akutnija i aktualnija. S obzirom na izazove snažnog rasta turističke aktivnosti u Splitu, TZ Grada Splita odlučila je pristupiti izradi *Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita* kako bi time osigurala što kvalitetniju platformu za informirano upravljanje održivim razvojem turizma u budućnosti.

Studija turističkog nosivog kapaciteta grada Splita rukovodi se danas općeprihvaćenom metodologijom 'granica prihvatljive promjene' (*limits of acceptable change*), preporučenom također od strane UNESCO-a za upravljanje turizmom na lokalitetima UNESCO Svjetske kulturne baštine, a koja podrazumijeva:

- **Projektne faze:** (1) Analiza stanja, odnosno prepoznavanje 'faktora rizika', 'uskih grla' i ograničenja održivog razvoja turizma; (2) Propitivanje granica prihvatljive promjene pod utjecajem turizma, temeljenih na indikatorima promjena i standardima prihvatljivih vrijednosti/stanja pojedinih indikatora; (3) Izrada Akcijskog plana kojim se predviđaju daljnji koraci i mjere povezane s utjecajem turizma u gradu Splitu;
- **Primarna istraživanja:** (1) Istraživanje Stavova lokalnog stanovništva o turizmu; (2) Istraživanje stavova turista o kvaliteti turističke ponude; (3) Istraživanje stavova dionika o utjecaju turizma na lokalnu zajednicu i o smjeru i intenzitetu daljnjeg razvoja turizma u gradu Splitu;
- **Turističko zoniranje grada Splita:** S obzirom na heterogenost prostora, poželjno je njegovo zoniranje kako bi se pritisci turizma sagledavali na razini manjih i homogenijih cjelina. Sagledavanjem administrativnog ustroja, karakterističnih prostornih tipologija, razine turističke aktivnosti i različitosti turističkih iskustava,

Grad je podijeljen u 'Središnji Split', 'Kupališni Split', 'Šire gradsko područje' i 'Zeleno zaleđe'.

Analizirana su sljedeća područja utjecaja turizma na grad Split: (1) Institucionalni i strateški okvir; (2) Korištenje atrakcijske osnove; (3) Ponuda smještaja; (4) Obilježja potražnje; (5) Urbanistička izgrađenost; (6) Stanje okoliša, komunalne i prometne infrastrukture. Navode se sljedeći glavni nalazi:

- Funkcija integralnog praćenja utjecaja turizma izostaje u postojećem institucionalnom okviru;
- Strateški plan razvoja turizma grada Splita izostaje iz postojećeg strateškog okvira;
- Glavne atrakcije i oko 85% ugostiteljskih sadržaja koncentrirani su u zoni 'Središnji Split';
- Procjenjuje se da je smještajni kapacitet barem za trećinu veći od službeno evidentiranog, kao odraz neregistrirani kapaciteta u kućama i stanovima za odmor te u nekorisćenim stanovima.
- Komercijalni smještajni kapaciteti asimetrično su raspoređeni te broj turističkih kreveta u 'Kupališnom' i 'Središnjem Splitu' premašuje, odnosno dostiže broj stanovnika;
- Procjenjuje se da je volumen turističke potražnje na području zone 'Središnji Split' minimalno za četvrtinu veći od registriranog;
- Lokalni stanovnici iskazuju visoku razinu iritacije nedostatkom parkiranja (92%), prometnim gužvama (91%), neprimjerenim ponašanjem turista (80%), gužvama na ulici (70%) i bukom (70%) tijekom ljetne sezone;



- Vrlo visok udio lokalnih stanovnika smatra da je uslijed turističkog razvoja došlo do rasta cijena nekretnina (89%) i najma stanova (85%) koji postaju lokalno nedostupni;
- Gotovo polovica stanovnika (49%) smatra da je Split izgubio karakter i autentičnost u proteklih deset godina.

Fokalna točka turističkog nosivog kapaciteta grada Splita prekomjerna je turistifikacija zone 'Središnji Split', odnosno specifično povijesne gradske jezgre, te s time povezane iritacija i pad kvalitete života lokalnog stanovništva. U tom smislu, upravljanje turizmom u zoni 'Središnji Split' predstavlja ključni izazov daljnjeg turističkog razvoja grada Splita.

Trošak se odnosi na izradu Studije.

Ostvareni cilj aktivnosti je sustavno planiranje i kontrola razvoja destinacije.

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

Realizacija: 150.000,00kn

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

Turistička zajednica grada Splita potpisala je početkom 2022. s Institutom za turizam ugovor o provedbi ovog istraživanja. Time je ona među prvim destinacijama koje su pokrenule aktivnosti na uspostavljanju sustava praćenja digitalnih nomada i njihovog doprinosa. Kroz program primarnih kvalitativnih istraživanja provedeni su dubinski intervjui s predstavnikom Udruge digitalnih nomada Hrvatske, drugim relevantnim dionicima (vlasnicima co-working prostora, organizatorima događanja za digitalne nomade) te s osam digitalnih nomada s iskustvom boravka u Splitu. Provedena je i fokus grupa s iznajmljivačima smještaja. Kvantitativno istraživanje (on-line anketa) provedeno je od lipnja do listopada 2022. s digitalnim nomadima koji su u Splitu boravili tijekom 2021. i 2022. Unatoč niza aktivnosti, poput poziva za ispunjavanje upitnika na društvenim mrežama, osobnog angažmana dionika u doticaju s digitalnim nomadima i diseminaciji upitnika na četiri događanja organizirana za digitalne nomade, ukupno je popunjeno 33 upitnika, od planiranih 100. Iz rezultata svih ovih istraživanja proizlazi da su digitalni nomadi u Splitu zreli mladi ljudi ili srednjih godina; fakultetski obrazovani i samozaposleni; uglavnom samci; širokog raspona zanimanja (IT, marketing, edukacija - uglavnom tečajevi stranog jezika, pisci, blogeri itd.). Dolaze iz prekomorskih zemalja (SAD, Kanada), Ujedinjenog Kraljevstva i zemalja EU-a, uz trenutno veći udio stanovnika Ukrajine uslijed ratnih zbivanja u toj zemlji. Podjednako su na turističkoj vizi, vizi za digitalne nomade i bez potrebe za vizom. Gotovo petina dolazi zbog

toga što su već izgradili poslovne veze sa splitskim tvrtkama i pojedincima. Split odabiru zbog dobre klime, ljepota grada, osobne sigurnosti i dobre prometne povezanosti. Smještajem su uglavnom zadovoljni. S obzirom na to da rade iz stana, traže brz internet, prostor za rad i tihi lokaciju u blizini trgovina i javnog prometa. Povremeno rade ili bi željeli raditi u javnim prostorima i tu se primjećuje manjak odgovarajućih javnih prostora za takav rad. Žele biti od koristi te se uključiti u razne aktivnosti lokalne zajednice putem volontiranja. Digitalni nomadi borave u Splitu prosječno 174 dana (25% ih ostaje do 48 dana, 50% ih ostaje do 100 dana). Njihova ukupna mjesečna potrošnja je 1.804 eura po osobi. Najveći dio mjesečnih izdataka (40%) se odnosi na smještaj. Oko 18% izdvajaju na hranu i piće u restoranima i barovima.

Pokušaj procjene učinaka digitalnih nomada na grad otežan je činjenicom da nema načina na koji bi se pouzdano mogao procijeniti broj digitalnih nomada u Splitu (ni bilo gdje drugdje u Hrvatskoj!). Službeni izvor (eVisitor) prepoznaje tek desetak turista s boravkom dužim od 90 dana u komercijalnim smještajnim objektima, portal Nomad List donosi informaciju o 2.000 digitalnih nomada u Splitu u jednom mjesecu. Slaba posjećenost događanja koja se u Splitu organiziraju za digitalne nomade kao i poteškoće u ispunjavanju kvote od 100 ispitanika za on-line upitnik tijekom pet mjeseci ukazuju ili na njihov relativno mali broj ili na činjenicu da događanja koja se organiziraju za digitalne nomade njima nisu relevantna. Takav raspon u procjeni veličine potražnje ne osigurava relevantnu i pouzdanu osnovu za procjenu učinaka digitalnih nomada na grad. Značajnija ulaganja u promociju grada usmjerenu na digitalne nomade zahtijevala bi precizniju osnovu za procjenu njihovog broja kao što to postoji za druge segmente turističke potražnje. Stoga se predlaže nositeljima sustava eVisitor razmotriti mogućnost proširenja sustava kako bi se omogućilo prepoznavanje digitalnih nomada kao specifičnog segmenta turističke potražnje. Usprkos nepoznatim izravnim ekonomskim koristima, rezultati su pokazali da digitalni nomadi generiraju mnogobrojne druge koristi gradu. Naime, digitalni nomadi donose nove ideje i u kontaktu s lokalnim stanovnicima razmjenjuju se dojmovi, znanja, spoznaje te proširuju horizonti. Jednako važno, digitalni nomadi bave se raznim profesijama te mogu potaknuti kreativnost, inovativnost i poduzetnički potencijal, osobito među mladima. Stoga, preporučuje se ulaganje u aktivnosti kojima se potiče kontakt i razmjena znanja i iskustva digitalnih nomada i lokalnih stanovnika kako bi se iskoristio ovaj manje vidljiv potencijal boravka digitalnih nomada u gradu. U tom smislu, relevantna upravna tijela Grada Splita mogu poticati razvoj i promociju volonterske

mreže u koju bi se digitalni nomadi mogli uključiti, ali i organizaciju aktivnosti ili razvoj projekata koji bi uključivali lokalne stručnjake i digitalne nomade. Konačno, objedinjavanje svih informacija potrebnih za dolazak i boravak digitalnih nomada u Splitu na jedinstvenoj platformi bilo bi osnovno sredstvo komunikacije i razmjene informacija između svih dionika uključenih u pružanje usluga digitalnim nomadima.

Trošak se odnosi na izradu Istraživanja.

Ostvareni cilj aktivnosti je sustavno planiranje i kontrola razvoja destinacije, razvoj novih proizvoda, Razumijevanje pojma i fenomena "digitalni nomad" i "digitalno nomadstvo" kao životni stil • Utvrđivanje obilježja digitalnih nomada u svijetu i Europi • Utvrđivanje glavnih čimbenika odabira destinacije za digitalne nomade • Utvrđivanje trendova vezanih uz digitalne nomade • Utvrđivanje obilježja digitalnih nomada u Splitu • Utvrđivanje prednosti i nedostataka Splita kao destinacije za digitalne nomade • Procjena učinaka digitalnih nomada na grad

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

Realizacija 70.000,00 kn

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda: Projekt IQM Destination

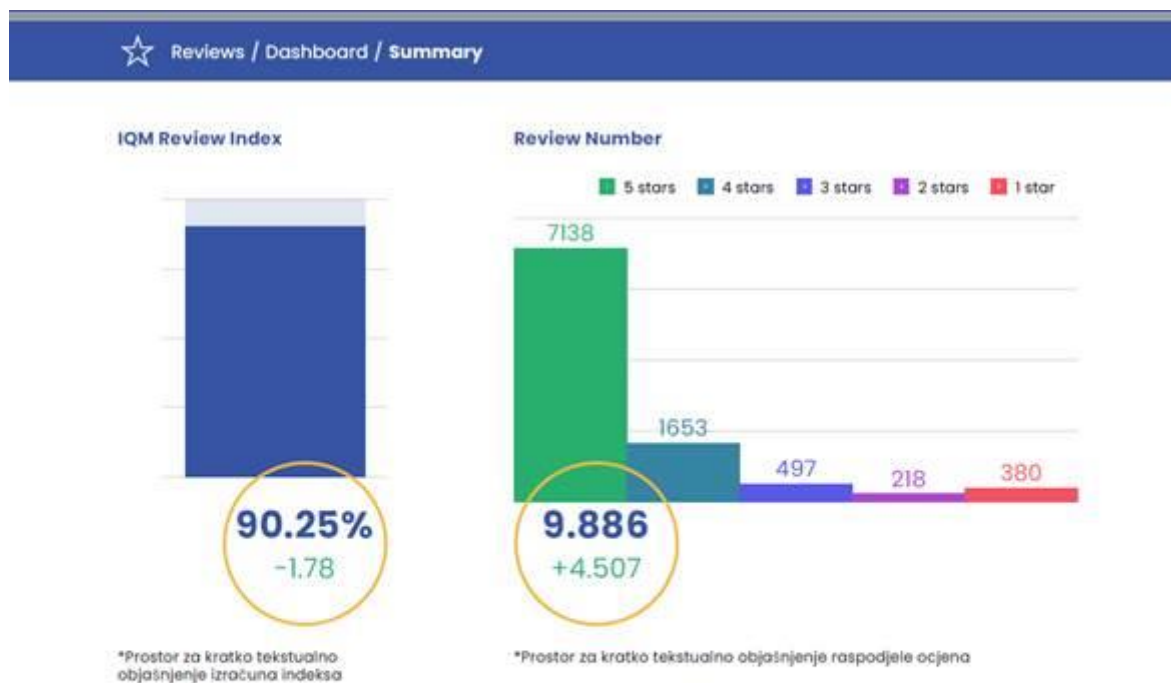
Projekt IQM Destination (eng. integrated quality management) označava sustav integriranog upravljanja kvalitetom destinacije. Projekt je usklađen s nacionalnim smjernicama, te Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, NPR 2020. Integralnim sustavom kvalitete u destinaciji konceptualno postavljenim na ovaj način želimo naglasiti i implementirati kvalitetu koja potiče kontrolirani i kontinuirani napredak u proizvodima i uslugama u destinaciji. Aktivnosti realizirane u 2022. godini su:

- Priprema svih indikatora održivog i odgovornog turizma za mjerenje koje slijedi od rujna
- Priprema i detektiranje odgovornih osoba i institucija za svaki indikator
- Kontinuirano se mjeri kvaliteta i online reputacija za 375 dionika turizma Splita
- Poslano priopćenje za medije o kvaliteti i online reputaciji
- Priprema se početni upitnik za stanovnike, mjerenje odgovornog turizma i mišljenja stanovnika o turizmu Splita.
- Feel IQM je ušao u radnu grupu UNWTO-a za održivi razvoj

U nastavku se nalazi preliminarni izvještaj online reputacije 1.1. - 30.6.2022. godine, u kojem je vidljivo:

Lagani pad (u odnosu na isto razdoblje prošle godine od 1,78%) , iako je kvaliteta i zadovoljstvo gostiju iznimno visoka, čak visokih **90.25%**

Analiza je napravljena na uzorku od 9.886 recenzija gostiju koji su boravili u Splitu



Kvaliteta usluge i proizvoda je ujednačena u cijelom razdoblju (narančasta vrta). Visoko iznad prosjeka i minimalne visine kvalitete od 80/100, (isprekidana crta). Vidi se stalan broj povećanja recenzija, dolaskom gostiju u navedenom razdoblju (zelenom bojom)



U strukturi po grupama kvaliteta je izražena:

Atrakcije kvaliteta 94.18%

Hoteli 89.5 %

Hosteli 89.13%

Javna infrastruktura/ustanove 86.8 %

Ugostiteljski objekti 89.3 %

Turističke agencije 94.11%

Plaže 90.75 %

Trošak se odnosi na: Projekt IQM, provođenje intervjua, stavovi lokalnog stanovništva u turizmu.

Ostvareni cilj aktivnosti: 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.

Nositelji 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.

Realizacija: 156.675,00kn

Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

2.2. Sustavi označavanja kvalitete- Bike&Bed oznaka kvalitete

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

Trošak se odnosi na: trošak elaborata za biciklističku signalizaciju, trošak procedura za biciklističku signalizaciju.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 9.437,50kn

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:

- Sudamja

Zahvaljujući povoljnijoj epidemiološkoj situaciji ovogodišnja fešta sv. Dujma-Dana grada Splita opet će izgledati onakva na kakvu smo navikli. Programom Sudamja 2022., kojega je usvojio ovogodišnji Odbor za proslavu, obuhvaćeno je preko trideset manifestacija vjerskog, kulturnog, zabavnog i sportskog sadržaja. Događanja vezana za Sudamju započela su još 15. ožujka Turnirom o balot koji se svake subote organizira u Lučici Split. Najintenzivnija događanja počinju od 28. travnja, što je i početak Devetnice u čast sv. Dujma. U organizaciji Turističke zajednice grada Splita organizirani su brojni nastupi KUD-ova i druge manifestacije, a organizaciju velikog broja događanja ove godine preuzela je i gradska tvrtka Žnjan d.o.o. Prvi je program na Marjanu povodom Međunarodnog praznika rada, 1. svibnja, zatim tradicionalni sajam Sudamje 6. i 7. svibnja te koncert na Rivi na sam blagdan sv. Dujma 7. svibnja na kojem će ove godine nastupiti Klapa Cambi Kaštela, Goran Karan i Grupa Vagabundo te nakon vatrometa Tedi Spalato uz Orkestar Gorana Rukavine. Ove godine nije izostala ni tradicionalna tombola uz nastup mješovite klape Filip Dević prije početka izvlačenja brojeva.

Trošak se odnosi na trošak honorara izvođača (121.993,75kn) , trošak naknade zamp – HDS (1.693,31), trošak pozornice (13.750,00kn), trošak najma razglasa (45.000,00kn), trošak



najma rasvjete (18.750,00kn), trošak zaštitara, trošak izdavanja potvrda HGU (60,00kn), sufinanciranje programa u organizaciji Žnjan d.o.o.(300.000,00kn).

Ostvareni cilj aktivnosti je promocija bogate materijalne i nematerijalne kulturne baštine te pružanje jedinstvenog doživljaja kako lokalnom stanovništvu tako i domaćim i stranim posjetiteljima.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Split, Splitsko-makarska nadbiskupija, Turistička zajednica grada Splita, Žnjan d.o.o., kulturno- umjetničke udruge i institucije i ostali partneri

Realizacija: 502.118,94kn

- Split Maraton

Split Maraton je jedna od značajnijih sportskih manifestacija na području Splitsko dalmatinske županije koja u posljednjem vikendu veljače u Grad Split i okolicu dovodi više tisuća gostiju.

Split Maraton je volonterski projekt udruge MK Marjan koji se uspješno realizira od 2001. godine zahvaljujući potpori javnog sektora, posebice Grada Splita, TZ Grada Splita i Splitsko dalmatinske županije kao i brojnim sponzorima. Split Maraton iz godine u godinu povećava broj sudionika i medijsku vidljivost. I u 2022. godini održan je jedinstveni festival trčanja u Splitu. Start i cilj svih utrka bio je na splitskoj Rivi, a sve staze vodile su kroz najljepše dijelove grada. Dan uoči maratona i polumaratona održavale su se utrke za djecu i rekreativce. Na splitskoj Rivi od ukupno prijavljenih 396 sudionika, zbog težih vremenskih uvjeta, startalo je oko 300 trkača. U polumaratonu i maratonu slavili su afrički trkači. Kod polumaratonaca



najbrži je bio Kenijac Hosea Kimeli Kisorio, dok je u maratonu pobijedio Jean Baptiste Simukeka iz Ruande. Split maraton je dio World Marathon Majors - Wanda Age Group poretka

Trošak se odnosi na trošak sufinanciranja manifestacije.

Ostvareni cilj aktivnosti 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.

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

Realizacija: 300.000,00kn

- Rimska događanja- Car Dioklecijan



Od početka srpnja do kraja rujna održana je manifestacija „Štorije Dioklecijana“ . Tematske večeri poput "Uspomena na carski Split", "Sapere aude - Usudi se znati" ili Susreta antičkih postrojbi, samo su dio programa kojim je ispričana štorija o carskoj povijesti Splita. Svakog petka uz marš Legije i brojne koreografije Car je pozdravljao prisutne i pružio jedinstven doživljaj svim domaćim i stranim posjetiteljima. Zatvaranje manifestacije svečano je obilježeno

uz modnu reviju Matije Vujice. Dioklecijan i njegove žene, tema su nove couture kolekcije Matije Vujice koja će na Peristilu biti predstavljena u režiji/produkciji Viktora Drage. Modno, putujuće kazalište " Matija

Nomadica" dovodi na Peristil pustinjske princeze, Kraljicu Teutu i njene amazonke, Afričke kraljice, nimfe, rimske i grčke boginje, Teodoru i nezaboravne proročice iz Hada... Putovanje kroz povijest, umjetnost i kulturu Drevnih vremena, kultura i



civilizacija koje su se susretale na ovom križanju staza, cesta i puteva. Put svile, boja, vještina, razmjena vjerovanja, ostavio je neizbrisiv trag u arhitekturi Splita, mozaika koji svojim sitnim, vidljivim i skrivenim detaljima priča priču za sva osjetila...

Trošak se odnosi na trošak smještaja sudionika modne revije (7.635,00kn), trošak programa Štorije o Dioklecijanu (335.000,00), trošak modne predstave Peristil (70.000,00kn), trošak režije, snimanja, produkcije (105.000,00kn) najam pozornice, razglasa, rasvjete Peristil (19.950,00kn), trošak idejno-izvedbenog rješenja i vizualnog identiteta Štorije (55.000,00kn), trošak zaštitara (1.012,50kn), trošak domjenka (3.135,00kn).

Ostvareni cilj aktivnosti: interpretirati i oživiti kulturno- povijesnu baštinu kroz storytelling. Ovim projektom jača se suradnja s kulturnim institucijama i pruža jedinstven doživljaj turistima u destinaciji.

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

Realizacija: 596.732,50kn

- Koncertni program: Riva, trгови grada, Podrumi

Manifestacija „Splitski litnji koluri“ počinje sredinom lipnja i traje do sredine rujna. Sadrži preko 70 koncerata i raznih događanja. Koncerti i nastupi koji njeguju nematerijalnu kulturnu baštinu i etnologiju, večeri poezije, dramske predstave, večeri klasične glazbe, jazz večeri, pop- rock, fado večeri... Poseban dio programa bio je posvećen djeci i najmlađima, a kao dio programa gostovali su i umjetnici iz 9 stranih zemalja. Najveći dio programa održavao se na Trgu Gaje Bulata.



Trošak se odnosi na trošak honorara izvođača po ugovoru (421.142,07kn), trošak prijevoza glazbenika i instrumenata (25.000,00kn), trošak nastupa izvođača po računu (109.500,00kn) trošak predstave (25.000,00kn), naknade HDS – ZAMP (15.991,34kn), trošak nastupa izvođača po računu (2.000,00kn), trošak tehničke produkcije (51.443,75kn), trošak zaštitara (11.025,00kn), trošak izdavanja potvrda hgu (270,00kn), trošak ton majstora (32.812,50kn).

Ostvareni cilj aktivnosti: promocija materijalne i nematerijalne baštine grada Splita te bogaćenje sadržaja s ciljem unaprjeđenja kvalitete boravka turista u destinaciji.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Realizacija: 994.184,66 kn

- Uskrs u Splitu

Bojanje pisanica na Rivi, šetnja Uskršnjim parkom, uživanje u glazbenom programu i tradicionalnim blagdanskim delicijama samo su dio buđenja radosti Uskrsa u Splitu.

U subotu, 9. travnja u 12 sati na Trgu Gaje Bulata članovi dječjeg zbora Srdelice izveli su glazbeno scensko

uprizorenje Križnog puta na čakavici, kako bi djeci približili značenje i simboliku Uskrsa. U srijedu 13. travnja s početkom u 20 sati Turistička zajednica grada Splita i Hrvatski dom Split organizirali su korizmeni koncert Dietrich Buxtehude: Membra Jesu Nostri Patientis Sanctissima BuxWV 75, Philippe Pierlot.



I ove godine održalo se tradicionalno bojanje uskršnjih pisanica koje povodom najvećeg kršćanskog blagdana Uskrsa, organizira Turistička zajednica grada Splita u suradnji s Udrugom branitelja sekcije likovnih umjetnika. Umjetnici su od ponedjeljka 11. travnja do petka 15. travnja na Rivi oslikavati velike pisanice koje su potom izložene u parku Đardin u sklopu izložbe koju organizira Turistička zajednica grada Splita u suradnji s udrugom Sekcija umjetnika branitelja grada Splita i Centrom za odgoj i obrazovanje Juraj Bonači. Od 8. do 18. travnja svi posjetitelji imali su priliku uživati u svjetlećim uskršnjim figurama i veselim dekoracijama postavljenim u Đardinu, a koje su izradile vrijedne ruke korisnika COO Juraj Bonači i umjetnika branitelja. Na sam blagdan Uskrs Turistička zajednica grada Splita u Đardinu organizira je „Slasno uskršnje jutro“. Uz prigodan glazbeno-scenski program, dijelio se 1000 sirnica i 1000 pisanica oslikanih od strane članova Udruga branitelja sekcije likovnih

umjetnika i štíćenika Centra za odgoj i obrazovanje "Juraj Bonači". Trošak se odnosi na Trošak uskršnjih događanja (44.600,00kn), trošak zaštitara Đardin (4.950,00kn).

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Realizacija: 49.550,00kn

- Zlatna penkala

U prekrasnom ambijentu Galerije Meštrović u Splitu po 18. put dodijeljene su prestižne nagrade „Zlatna penkala“, koje Hrvatska turistička zajednica dodjeljuje novinarima, blogerima i influencerima za najbolje objave o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji u prošloj turističkoj godini. Na svečanoj dodjeli nagrada sudjelovalo je 17 inozemnih novinara iz 14 zemalja. Ovogodišnji dobitnik Grand prix nagrade za najbolji tekst je mađarski novinar Zoltán Szántó čija reportaža opisuje boravak u Splitsko-dalmatinskoj županiji uz predivne opise i osobni doživljaj Splita, Brača, Klisa i njihovih atrakcija. Članak je objavljen u print i web izdanju časopisa Turizmus, koji je najznačajniji B2B časopis u Mađarskoj. Grand prix za najbolju TV reportažu dobili su Valeria Cagnoni i Ernaldo Emerson Gattafoni iz Italije. Riječ je o autorima posebne 40 minutne reportaže o Hrvatskoj emitirane na TV RAI 1 u sklopu nagrađivane televizijske putopisne emisije Dreams Road, jedne od najvažnijih i najuspješnijih televizijskih serija o putovanjima i turizmu u Italiji u posljednjih 20 godina. Tijekom programa dodjele sve je uzvanike zabavljala klapa Cambi, gastronomske specijalitete pripremao je poznati splitski chef Hrvoje Zirojević, koji je ovom prilikom inozemnim gostima približio okuse dalmatinske regije. Za osvježenje je bio zadužen ponajbolji hrvatski barmen Jure Vojković, koji je za ovu posebnu priliku osmislio tri koktela, „Golden pen“, „The heart of Adriatic“ i „Alkar“. Da nagrađenima ova dodjela ostane u lijepom sjećanju pobrinula se dizajnerica i umjetnica Dina Jakšić, autorica vrijedne statue od bračkog kamena koju je posebno dizajnirala i izradila za ovu priliku. Uz Hrvatsku turističku zajednicu kao glavnog organizatora cijelog događanja, ovogodišnji partneri i domaćini su Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije i Turistička zajednica grada Splita, koji su za goste, koji dolaze s tržišta Austrije, Češke, Francuske, Italije, Mađarske, Nizozemske, Njemačke, Poljske, SAD-a, Slovačke, Slovenije, Švedske, Švicarske i Ujedinjenoga Kraljevstva, pripremljen i bogat program koji je uključivao obilazak Splita, otoka Brača i Sinja.

Trošak se odnosi na trošak honorara glazbenih izvođača (18.591,55kn), trošak konzumacije jela i pića za sudionike (12.140,00kn), trošak ulaznica u virtualni muzej za sudionike (1.840,00kn)

trošak honorara glazbenih izvođača (25.992,00kn), trošak najma Galerije Meštrović (10.000,00kn), trošak najma opreme (2.500,00kn), trošak izdavanja HGU potvrde za izvođače (30,00kn), trošak promidžbenih materijala za sudionike (6.899,70kn).

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

Realizacija: 77.993,25kn

- Ljetni Krnjeval

U nedjelju 24.7.2022. g. po prvi puta održao se ljetni krnjeval pod nazivom *Split Summer Carnival 2022*. Program je započeo Dječjim krnjevalom na Zvončacu. Za zabavu vrtićkog uzrasta pobrinule su se brojne maskote koje su formirale Krnjevalsku povorku koja je prolazila cijelom Zapadnom obalom, preko Marmontove, Pjace i Rive. Nakon Povorke održao se zabavni program na 3 lokacije u centru Splita tj. na Zvončacu, Pjaci te na Rivi gdje su organizirana 4 programa na podijima za različite glazbene ukuse. House stage na Rivi uz britanske zvijezde Freemasons, Dječji krnjeval te Latino Stage na Zvončacu uz koncert Cubisma i Salsa party, te Retro Stage na Pjaci. Program se nakon ponoći prebacio u splitske klubove.



Financijskim sredstvima definiranim Programom rada, podržane su i sljedeće manifestacije: Praznik cvijeća, Međunarodni šahovski turnir, Europsko prvenstvo u vaterpolu, ATP teniski turnir, Izložba pasa, Festival mediteranskog filma Split, Splitski festival, Mali Split, Splitsko ljeto.

Trošak se odnosi na trošak honorara glazbenih izvođača (3.598,36kn), trošak smještaja izvođača (3.644,00kn), trošak nagrade za najbolju masku (1.000,00kn), trošak nastupa Freemason (17.761,30kn), trošak nastupa Cubismo (30.000,00kn), trošak nastupa, plesnih animacija i radionica (82.365,33kn), trošak PR i objave na društvenim mrežama (6.500,00kn) trošak najma pozornice, rasvjete, razglasa i ost. opreme (50.000,00kn), trošak rada studenata animatora (3.540,00kn), trošak zaštitara (1.500,00kn), trošak izdavanja HGU potvrda za izvođače (10,00kn), trošak snimanja karnevala (3.000,00kn).

Ostvareni cilj aktivnosti: razvoj zabavnih sadržaja

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Centar plesa Split

Realizacija: 203.382,71kn

- Mjesec gastronomije

U listopadu se održao 1. Mjesec gastronomije u Splitu pod nazivom „Štorije o' spize“. Jedinstveni program u kojem su sudjelovali brojni zaljubljenici u dobru hranu i savršenu prezentaciju. Pažljivo osmišljena jela pripremala su se u različitim ugostiteljskim objektima koji su kreirali jedinstvene „Štorije o' spize“. Kao dio gastro događanja ističe se Međunarodni Festival Taste the Mediterranean, koji je slavio svoju 10. godišnjicu i koji je u Split doveo ugledne strane i domaće goste i profesionalce iz svijeta gastronomije. Uz chefove u Festivalu sudjeluju proizvođači hrane, vinari i drugi stručnjaci iz područja gastronomije, održivog turizma, poljoprivrede i ribarstva, novinari i gurmani. U drugoj polovici listopada održao se i prvi gourmet maraton koji je uključio



obilazak odabranih splitskih atrakcija prezentiranih kroz gastro priču. Međunarodni festival i natjecanje koje promovira najbolje konobare, barmene, bariste i restorane. Split Grand Gourmet, u organizaciji ŠKMER-a, obuhvaća natjecanja barista, barmena i konobara, a organiziran je krajem gastro mjeseca. Uz profesionalno natjecanje organizirat će se neke dodatne radionice i sadržaje vezane uz gastronomiju u zadnjem tjednu u listopadu. U sklopu manifestacije održan je i događaj Štorije o' vinima na Peškariji. Prezentacija vinara i degustacije autohtone i zaboravljene sorte vina iz Dalmatinskog kraja. Uz vinare, svakog dana festivala predstavile su se i Turističke zajednice gradova u okolici Splita koje su svojim autohtonim proizvodima obogatiti ponudu festivala. Održani su i Dani Turističko-ugostiteljske škole u Splitu -trodnevna manifestacija koja predstavlja jedan korak prema boljoj i održivoj turističkoj budućnosti grada Splita, simboličkog naziva FitSplit RCK (Future In Tourism). Učenici turističke škole kuhali su s najpoznatijim splitskim chefovima i pripremali koktele uz glazbeni program. Organiziranje i okrugli stol i panel rasprava na kojem su sudjelovali predstavnici lokalne uprave, poslodavci i posrednici pri zapošljavanju.

Trošak se odnosi na trošak web stranice gastro.visitsplit (12.437,50kn), trošak dizajna Štorije o spize (47.500,00kn), trošak Štorije o spize (75.000,00kn) trošak komunikac.strategije Gastro (15.000,00kn), trošak WineEthno Gastro VIP event (15.000,00kn), trošak promocije Gourmet maratona (35.000,00kn), trošak sufinanciranja GrandGourmet (50.000,00kn) trošak sufinanciranja Taste the Mediterranean (50.000,00kn).

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

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

Realizacija: 299.937,50kn

Realizacija: 148.925,00kn

- Advent u Splitu 2022. - Štorije o' Adventa

Advent u Splitu 2022 - Štorije o' Adventa započeo je 22. studenoga 2022. i trajao do 6. siječnja 2023. godine. Građane i posjetitelji imali su priliku uživati u brojnim glazbenim programima, bogatoj gastronomskoj ponudi, zabavnom programu za najmlađe, klizalištu i brojnim drugim iznenađenjima. Program prilagođen svim uzrastima i ukusima ove godine odvijao se na Prokurativama, Šperunu i Mertojaku, uz dvije lokacije u privatnoj organizaciji, na Starom placu i Perivoju. Štorije o' Adventa uključuju i trgovačke kućice na Rivi, božićni ambijent u Đardinu, u kojem su uz adventski vijenac i ambijentalnu glazbu svijetlile figurice, zatim sadržaji na Trgu Gaje Bulata i u Hrvatskom narodnom kazalištu. Novost je i da se u Hrvatskom domu prvi puta održao Novogodišnji bal.



Trošak se odnosi na trošak honorara izvođača (14.314,40kn), trošak prijevoza adventskih dekorativnih elemenata (8.750,00kn), trošak adventskih autobusnih linija (23.529,31kn) servis adventske svjetleće dekoracije (55.000,00), trošak organizacije klizališta (54.449,32) trošak adventskog programa (40.625,00), trošak dječjeg kina i organizacija izložbe (17.045,45kn), trošak organizacije help portrait (10.000,00kn), trošak gastroadventa (20.000,00kn), trošak koncerta Pejaković (22.250,00kn), trošak najma kazališta za koncert (10.000,00kn), trošak najma ambijentske rasvjete Đardin (8.333,33), trošak najma razglasa Đardin (41.666,67kn), trošak najma rasvjete Đardin (36.458,33) trošak montaže svjetlećih dekoracija (70.000,00kn), trošak montaže adventskog vijenca sa svijećama (20.000,00kn), trošak nadzora nad ispravnosti svjetlećih dekoracija (15.625,00kn), trošak kićenja jelke na Rivi (20.000,00kn), trošak električnog priključka Đardin (9.512,20kn), trošak električne energije za klizalište Đardin (101.755,52kn), trošak koncerta doček nove i klizališta (803.205,42kn), trošak adventskog programa Mertojak (80.000,00kn), trošak Novogodišnji bal (100.000,00kn).

Ostvareni cilj aktivnosti: generiranje turističkog prometa u posezoni, unaprjeđenje kulturno-zabavne ponude za lokalno stanovništvo te domaće i strane turiste.

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

Realizacija: 1.582.519,95kn

Ostala sufinancirana događanja:

- REVIJA URBANE KULTURE EVO RUKE (50.000,00kn)
- SPLITSKO LJETO (100.000,00kn)
- SMJENA STRAŽE (300.000,00kn)
- SPLITSKI FESTIVAL (500.000,00kn)
- FESTIVAL MALI SPLIT (100.000,00kn)
- FESTIVAL ULTRA EUROPE (200.000,00kn)
- SMOTRA KLAPA U ŽRNOVNICI (10.000,00kn)
- FEŠTA SV.LOVRE U STOBREČU (90.000,00kn)
- PRAZNIK CVIJEĆA (200.000,00kn)
- DOČEK NOGOMETASA I BRONČANE MEDALJE (120.000,00kn)
- TROŠAK SPORTSKE MANIFESTACIJE (50.000,00kn)
- TROŠAK ATP TURNIRA (50.000,00kn)
- TROŠAK ŠAHOVSKOG TURIRA (50.000,00kn)
- PRIČIGIN (50.000,00kn)
- IZLOŽBA PASA (30.000,00kn)
- FESTIVAL MEDITERANSKOG FILMA (50.000,00kn)

2.5. Podrška turističkoj industriji:

• Javni poziv za projekte

Temeljem Javnog poziva objavljenog u siječnju 2022. godine, na XIII sjednici Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita donesena je sljedeća ODLUKA o dodjeli potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2022. godini.

Naziv manifestacije	Naziv organizatora	Odobreni iznos
Izložbeni program u Salonu Galić (cjelogodišnji program)	Hrvatska udruga likovnih umjetnika- Split	10.000,00
8. Međunarodni Sjam vjenčanja „WEDDING DAY“	Fancy flowers d.o.o.	10.000,00
„Neka riva u cviću pliva“	Udruga CK TALENT STUDIO M	30.000,00
Ustanova za kulturu galerija "Kula", Izložbeni program u 2022. godini (5 izložbi)	Ustanova za kulturu galerija "Kula"	20.000,00
26.Međunarodni specijalizirani sajam GAST 2022.	Sajam d.o.o.	10.000,00
Teatar sjena na Puškinovoj poljani	Attuale d.o.o.	20.000,00
„I mi to možemo“	Centar za odgoj i obrazovanje „Juraj Bonačić“, Split	10.000,00
Splitu s ljubavlju	Dječji zbor Srdelice	20.000,00
VINSKI PODRUM	HANZA MEDIA d.o.o. – PJ SLOBODNA DALMACIJA	20.000,00
DALMATINKO CUP 2022 - međunarodni nogometni turnir za mlade	Udruga za zdrav život, sport i razvoj "Dalmatinko"	20.000,00
GREEN FUTURE konferencija 2022.	Green Summit d.o.o.	10.000,00
Festival neobičnih obitelji 2022.	Udruga za kulturu i sport Pozitivna sila	10.000,00
SPLITSKO ART LJETO	Kultura 46	10.000,00
MY GLOBAL FASHION AWARDS	VERY IMPORTANT PERSON AGENCY D.O.O.	20.000,00
SVJETSKI DAN GLAZBE	HRVATSKA GLAZBENA UNIJA - PODRUŽNICA 2-SPLIT	10.000,00
Split at Night Jazz Festival 2022.	Udruga Split at Night	10.000,00
GOLD MEDITERAN 365	MAKE OVER BEAUTIFUL INSIDE & OUT d.o.o.	10.000,00
San Sustipanske Noći 2022	Zaigrani Miš d.o.o.	10.000,00
ČUBIJEVI DANI SMIJA 2022.	Produkcija Akord j.d.o.o.	30.000,00
"Večer Mile Krajine"	NOTTURNO j.d.o.o.	30.000,00
Splitgraphic bijenale	Kulturno-umjetnička udruga Splitgrafik-Split	10.000,00
Mediterraneo project	Centar za kulturu Omiš	10.000,00
5. Kickboxing Summer Camp Split 2022	Kickboxing klub „Pit Bull“	10.000,00
9.PIANO LOOP FESTIVAL	UDRUGA PIANO PROJEKT	10.000,00
13. MAGfestival, festival komorne glazbe	Udruga mladih akademskih glazbenika	10.000,00
CIGAR SMOKING WORLD CHAMPIONSHIP	Klub pušača cigara Mareva	10.000,00
Konferencija s ciljem povratka mladih Hrvata iz biomedicinskog područja natrag u Hrvatsku	Udruga Med&X	10.000,00
91.Mrdujska regata	Jedriličarski klub Labud Split	20.000,00
Work/Life Split 2022 4 Day Digital Nomad Festival	Saltwater Nomads (Salt with philosophers d.o.o.)	10.000,00
Dani baštine i turizma za mlade - 15- ta nacionalna smotra turističke kulture	Prokultura - Kuća jezika i kulture Peristil	10.000,00
Međunarodni gitaristički festival „10. Dani klasične gitare“	Udruga Splitskih gitarista - GitaraSt	10.000,00
SPLIT FORMAT - FESTIVAL FOTOGRAFIJE	FOTOKLUB SPLIT	10.000,00
SPLIT LIGHT FESTIVAL	PROMO EVENT, obrt za usluge i turistička agencija, vl. Ivana Burazin	10.000,00
26. Međunarodni zborni festival CRO PATRIA 2022.	Glazbena mladež Split	20.000,00
HUMANITARNI MALONOGOMETNI TURNIR 4-KAFIĆA	UDRUGA NAŠA BALATURA	20.000,00

- **Potpore po odluci Turističkog vijeća**

Cilj podrške turističkoj industriji je razvoj turističke ponude i proizvoda održivih na razini cijele godine. Turističko vijeće podržalo je sljedeće projekte Za dobra stara vremena, 12. Split Blues festival, Čari klasične glazbe, Berlinski sekstet, Splitski festival, Piva klapa ispod volta, Teatar uz more, Green future konferencija, Teatar po zvijezdama, San Sustipanske noći
Realizacija: 500.745,15kn

- **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 je na projektima koji unaprjeđuju ključna obilježja destinacije: atmosferu/duh; bogatstvo kulturno-povijesne baštine; uređenost plaža (čistoća, sadržaji...); gastronomsku ponudu. Neki od podržanih projekata su: Put u Split - Storytelling vodič kroz palaču cara Dioklecijana, Kuharica s receptima tradicionalnih jela Splita i Dalmacije, Sightseeing Tour - proširenje rute panoramske linije , Eko akcija Plavo-zeleni Split, Čuvari baštine - Na SKAI(IC)AMA susreli se otoci i Zagora, "Međunarodna izložba fotografija Snovi / Dreams u Galeriji umjetnina, Split; suradnja s Astor Secondary School from Dover - 5. svibnja ", 11. Regata Sv. Dujice - 9. svibnja 2022., Tuta Forca - mjesec besplatnih sportskih aktivnosti, Europsko prvenstvo u pikadu u Španjolskoj, 75th Cannes Film Festival - Cannes Market News & Le Film Francais, Cirque du Soleil – Corteo, Proslava 30 god rada Plesnog kluba 'Vruća čokolada', Dani Radunice, 75.obljetnica osnivanja "Jadrolinije" i puštanja u promet Istočne obale, "ISF World School Volleyball Championship 2022", Dan Matejuške , Večer dalmatinske riči
Međunarodna konferencija Resilience & Recovery.
Realizacija: 99.988,75kn

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Definiranje branding sustava, Oglašavanje destinacijskog *branda*, turističke ponude i proizvoda

Ovogodišnja kampanja turističke zajednice grada Splita je planirana preko pet emitivnih tržišta koja uključuju: Njemačku, Austriju, Češku, Veliku Britaniju i Poljsku, a trajala je kroz travanj, svibanj i lipanj.

Kampanja je planirana kroz partnerstvo s najvećim medijskim kućama u Njemačkoj - na portalu Bunte.de i UK-u - na portalu Daily Mail. Uz to, kampanja je ojačana



aktivacijom/promom na društvenim mrežama (Facebook i Instagram) s vizualno atraktivnim prezentacijama *branda* destinacije.

Odabir tržišta, medija i formata je bio usmjeren na povećanje prometa na promoviranoj web stranici turističke zajednice grada Splita i stvaranje svijesti o Splitu kao destinaciji za odmor u ljetnoj sezoni kroz inspirativne priče – „storytelling“ i snažne vizuale.

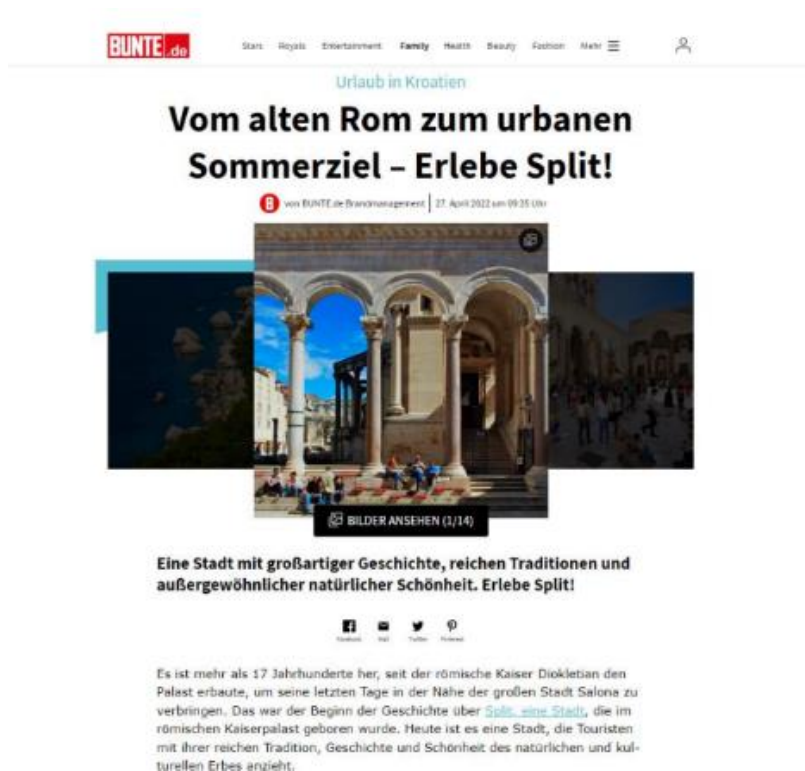


Promo na društvenim mrežama je kroz tri kreative predstavio tri glavna rješenja za potpuni odmor u Splitu – prirodu (plaže i aktivnosti), kulturu (s naglaskom na Dioklecijanovu palaču) i gastro ponudu.

Vizualno najjači – storytelling format / advertorial je bio aktivan na 2 medija s tekstovima i vizualima koji su promovirali grad Split te njegovu prirodnu i kulturnu baštinu.

Ovaj format je na njemačkom i britanskom tržištu generirao 26,622 čitanja s ukupno 1,087 sati provedenih čitajući članke.

Društveni oglasi na svih 5 tržišta su korišteni za promoviranje glavnih proizvoda destinacije ciljanoj publici s namjerom da posjete odredišnu web stranicu TZ-a grada Splita te da u konačnici tu provedu i svoje ljetovanje. Sveukupno su generirali 44,588 klikova i 1,958,940 impresija s prosječnim CTR-om od 2.27%.



U Njemačkoj, native story/advertorial i teaseri na portalu Bunte.de su ostvarili ukupno 12,866 čitanja s prosječnim vremenom zadržavanja na stranici od 3 minute i 39 sekundi. Facebook i Instagram oglasi su generirali 9,137 klikova te 374,170 impresija s CTR-om od 2.44%.

Facebook i Instagram s geotargetingom austrijskih putnika su generirali 4,035 klikova i 219,058 impresija s prosječnim CTR-om od 1.84%.

Na tržištu Velike Britanije i portalu Daily Mail, advertorial je ostvario 13,756 čitanja s prosječnim vremenom provedenim na članku od 1 minute i 15 sekundi. Facebook i Instagram oglasi su ostvarili 7,116 klikova i 437,184 impresija s CTR-om 1.62%.

U Češkoj su Facebook i Instagram oglasi generirali 7,740 klikova i 272,580 impresija s CTR-om od 2.84%, a u Poljskoj su društveni oglasi generirali 16,650 klikova i 655,948 impresija s prosječnim CTR-om od 2.52%.

Ovako veliki broj čitanja, a i visoki CTR-ovi na društvenim mrežama svjedoče o jakoj zainteresiranosti targetiranih skupina putnika za ponuđeni sadržaj i destinaciju te želju za putovanjem nakon dvije godine pandemije i nemogućnosti prelaženja granica.



EU projekt „Palača života – grad mijenja / Palace of life – City of changes“ provodi se kroz ITU mehanizam Urbane aglomeracije Split. Korisnik je Grad Split, partneri su Turistička zajednica Grada Splita i Muzej grada Splita. Projekt se temelji na obnovi, valorizaciji, prezentaciji i unaprjeđenju upravljanja UNESCO-ovim lokalitetom stare gradske jezgre s Dioklecijanovom palačom. Lokaliteti obuhvaćeni projektom su Stara gradska vijećnica, prizemlje i dvor Muzeja grada Splita, Jugoistočna kula sa zgradom Lukačićeve 5.

Aktivnosti predviđene ovim koje provodi Turistička zajednica su već izrađena Strategija razvoja, pozicioniranja, provođenje promocije i vidljivosti i organizacija edukacije za turističke vodiče. Aktivnosti će pozicionirati staru gradsku jezgru kao centar slojevite i žive baštine, održivo preusmjeriti fokus javnosti i posjetitelja sa najposjećenijih lokaliteta unutar Dioklecijanove palače i osuvremeniti verbalne i vizualne komunikacije kulturne baštine s javnošću.

Troškovi potrebni za realizaciju dijela aktivnosti u 2022.g. (EU financira dio tih troškova u iznosu 71, 69 %) su: troškovi koji se odnose na pisanje PR članka u prilogu Slobodne Dalmacije, izrada i plasiranje objave za medije na web portalima grada Splita i TZ grada Splita, savjetovanje za krizno komuniciranje i izrada memoranduma, iznosili su: 17 500,00 HRK i, troškovi koji se odnose na grafički dizajn, oglašavanje na društvenim mrežama, zakup medijskog prostora, izradu multimedijiskog sadržaja i izradu i dostavu promotivnih materijala, iznosili su: 204 000,00 HRK.

Važan dio online komunikacije u 2022. godini realiziran je putem društvenih mreža.

Kada govorimo o društvenim mrežama koje su u današnje vrijeme najpopularnija stvar kojom se ljudi bave i tako populariziraju svoje brendove, možemo slobodno reći kako je Instagram vodeća platforma za navedeno. Zadnjih par godina njegova je popularnost veoma brzo porasla pa je čak i vrlo očito kako je Instagram zasjenio ostale društvene mreže kao npr. Facebook koji je imao ogromnu popularnost godinama. Razlog tome je što su ljudi vizualna bića, a kako je Instagram platforma na kojoj se isključivo prikazuju slike i videa, nema sumnje da će još dugo biti jedna od najpopularnijih društvenih mreža.

Instagram profil #visitsplit je na početku 2022. godine imao 30, 6 tisuća pratitelja (30.683), a taj broj je u godinu dana narastao do 35,7 tisuća pratitelja (35.714).

Na Instagram profilu je bitno osigurati što bolji vizualni prvi dojam kada netko dođe na naš profil. To znači, staviti originalan i uočljiv opis profila/privlačan izgled feeda kojim ćemo privući ljude da ostanu dulje od par sekundi na profilu i bolje se upoznaju sa stranicom. Zatim ključna stvar je redovito objavljivanje kvalitetnih fotografija koje uz sebe imaju i adekvatan opis.

Svakodnevna komunikacija s korisnicima putem fotografija i video isječaka je bitna jer tako održavamo konstantnu komunikaciju s korisnicima i dajemo im do znanja koliko nam je njihovo mišljenje važno. Također je veoma bitno biti u kontaktu s korisnicima, odgovarati na njihove upite te postavljati pitanja.

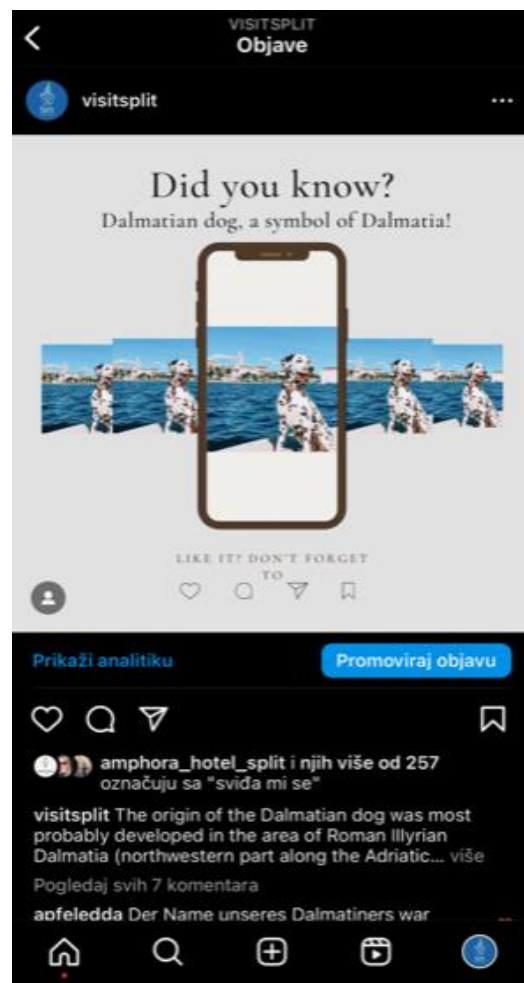


1. Postavljanje pitanja je od iznimne važnosti jer dovodi do interakcija s publikom

2. Ono što je na Instagramu najvažnije i što je postala revolucija u svijetu društvenih mreža je video koji je vizualno zanimljiv, dovodi do veće interakcije da pratiteljima koji dalje dijele video i tako dolazimo do većeg dosega i broja novih followera

3. Pričam ti priču.... storytelling. Bitno je biti zabavan, jednostavan, konkretan i kreativan te sadržaj kreirati na način koji će pratiteljima biti zanimljiv i poučan te dovesti do veće interakcije i vidljivosti

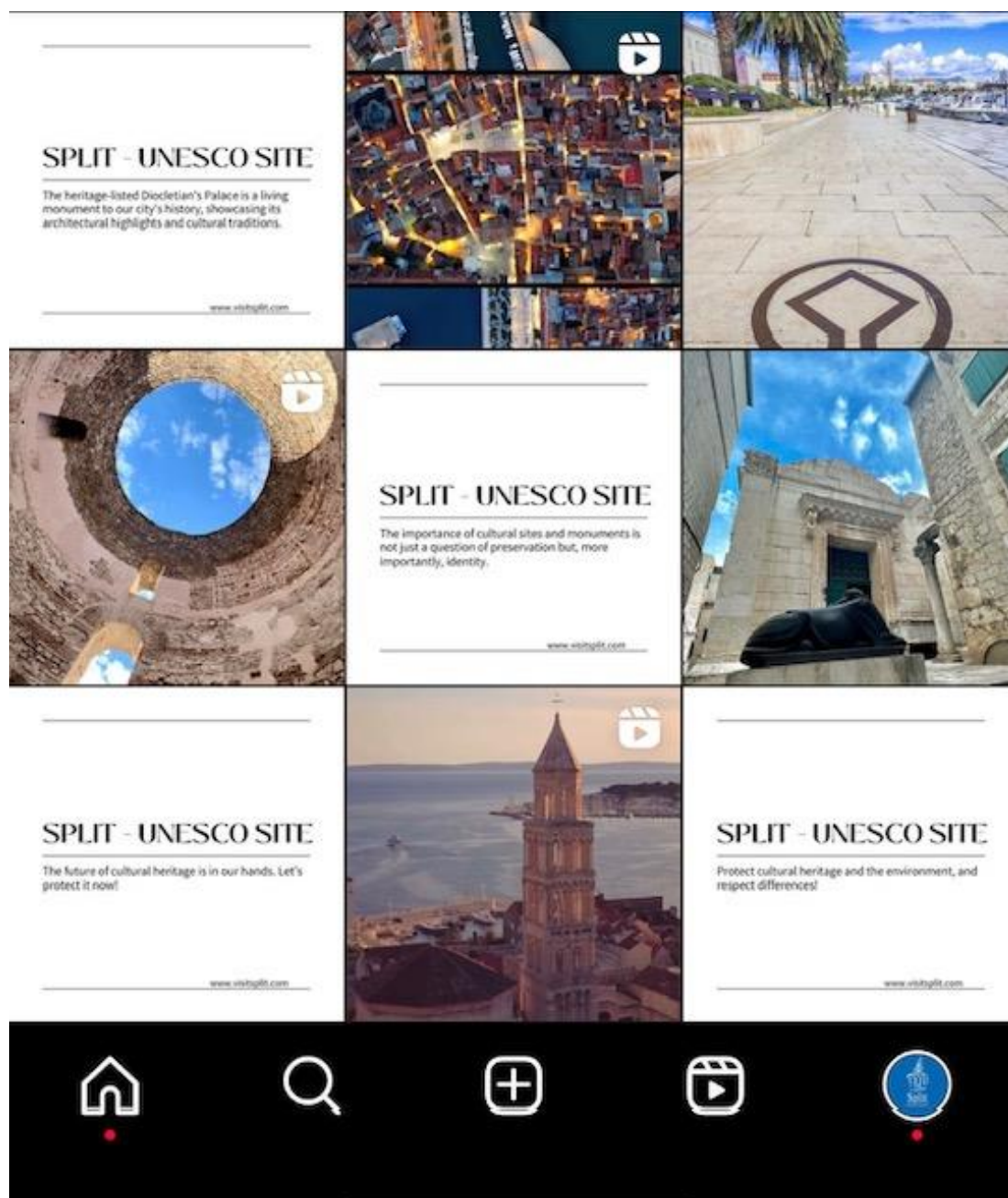
4. Objavljivanje Instagram storya jer pratitelji vole dodatne fotografije te kratke videozapise, tako im se lakše uključiti i sudjelovati u anketama ili odgovaranjima na storije, a komentiranjima i dijeljenjem sadržaja ostavljaju svoj trag na našem profilu.



5. Kreiranje vlastitog sadržaja i strategija - u ovom slučaju naglasak je stavljen na Split kao UNESCO grad te je cilj povećanje svijesti o očuvanju kulturnog nasljeđa, a samim time i kreiranje objava kojima je naglasak na očuvanje UNESCO zaštićenih lokacija

6. Kreiranje reelsa - odnosno zabavnih i kreativnih videozapisa koji privlače pažnju pratitelja, navode ih na komentiranje ili dijeljenje samog sadržaja. Danas, Instagram je društvena mreža kojom prednjače video objave, odnosno Reel objave.

Facebook profil Visit Split je na početku 2022. godine imao 31.498 tisuća pratitelja a taj je broj u godinu dana narastao na 35.704 tisuća pratitelja. Navedena društvena mreža može postati snažan dodatak digitalnoj strategiji, tako što će povećati eksponiranost kompanije te učinkovito dosegnuti ciljnu publiku i visoki postotak angažiranih korisnika.



1. Pažnja će se najlakše privući Facebook vizualnim sadržajima kao što su slike i videozapisi koji igraju veliku ulogu u razvijanju svijesti o brandu na kanalima društvenih.

medija te potiču na komentiranje dijeljenje sadržaja čime se povećava vidljivost i doseg objave – u ovom slučaju primjer je videozapis sa zvukom, odnosno pjesmom u pozadini.

2. Facebook je koristan alat za komunikaciju i dijeljenje bitnih informacija vezane za destinaciju i samim time dolazi do dvosmjerne komunikacije tako što se pokreću zanimljive i aktualne teme, spominju se bitni pojmovi te označavaju korisnici čime utječemo na veći doseg i vidljivost objave.

3. Storytelling. – u ovom slučaju #Throwback Thursday koji priča zanimljivosti o prošlosti Splita koji je podjednako zanimljiv i domaćim i stranim pratiteljima jer ujedno pruža informativan, ali i zanimljiv sadržaj.

4. Laka dostupnost informacijama - promoviranje raznih manifestacija i događanja u destinaciji s kratkim opisom i najvažnijim informacijama uz privlačnu fotografiju

5. Objavljivanje FB storija - pratitelji često tako više sudjeluju u lajkanju, odnosno reagiranju storija što dovodi do veće interakcije.



Trošak se odnosi na: trošak honorara dizajnerima za vizualno oblikovanje (7.768,43kn), trošak dizajna brenda (151.500,00kn), trošak izrade brenda EU Palača (8.750,00kn), trošak internet oglasa na inotržištima (Njemačka, Austija, VB, Češka i Poljska (288.532,50kn), trošak oglasa turizmoteka.hr (12.500,00kn), trošak oglasa ostali elektronski mediji (61.243,16kn), trošak sadržaja na web stranici croatia.hr (14.273,50kn) trošak oglasa Discover Split (12.500,00kn), trošak emitiranja oglasa na radiju (25.284,38kn), trošak paketa

oglašavanja HanzaMedia (49.875,00kn), trošak oglašavanja ostalo (127.662,91kn), trošak oglasa kamp Stobreč (36.079,02kn), trošak PDV-a oglas Arterija, GoodIdea (3.040,50kn), trošak upravlja., savjet. Oglašavanja (4.385,98kn), trošak izrade okvira za oglas(2.000,00kn) trošak snimanja TV emisije NauticalChannel (10.000,00kn), trošak roll up-ova s oglasima, naljepnica i oglasa na ceradi (9.472,50kn) oglašavanje EU projekta Palača -elektronski medij (43.570,83kn) oglašavanje EU projekta Marjan (18.750,00kn), oglašavanje EU projekta Palača (82.224,74kn), trošak promocije EU projekta Palača (78.620,90kn), trošak mat.za promidžbu EU projekta Palača (11.875,00kn).

Realizacija: 1.103.034,45kn

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

Organizacija studijskih putovanja za predstavnike medija nastavljena je i u 2022. godini.

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije organiziran je dolazak preko 50 turističkih novinara poput novinara britanskih novina The Times, Tristana Tobiasa. Osim dolaska novinara, blogera i influensera, Turistička zajednica podržala je i snimanja reportaža o Splitu poput snimanja australske turističke TV reportaze Getaway - „Croatia in Depth“ s voditeljem Jason Dundasom, Nautical Channel- serijal Wind Masters, TV ekipa Češke nacionalne televizije/Rolling media production snimala je popularni projekt BEDEKR, snimanje američke serije *90 days fiance*, EBS nacionalne korejske TV- World Theme Tour, japanske medijske produkcijske kuće TBS koja snima putopisne emisiju Sekai Fushigi Hakken, u prijevodu Otkriće svjetskih misterija.

Osim suradnje s globalnim medijima ostvarena je kontinuirana suradnja s domaćim medijima.

Trošak se odnosi na: Trošak honorara voditelju press konferencija(4.210,00kn), trošak suradnje s novinarom HearthFul za Fb (4.140,00kn), trošak smještaja novinara (14.987,00kn), trošak ulaznica u muzeje (3.088,00kn), trošak welcome desk-a (10.000,00kn), trošak odnosa s javnošću Advent (13.158,55kn), trošak pripreme priopćenja za medije (60.562,50kn), trošak parkinga (8.014,00kn), trošak najma dvorane (3.437,50kn), trošak zakupa javne površine za snimanje FRA novinara (3.000,00kn), trošak turističkog vođenja (8.430,00kn), trošak ispisa i montaže plana grada ispred Turističke palače (6.375,00kn), trošak knjiga vodiča Put u Split (6.000,00kn), trošak konzumacije jela i pića novinara (44.916,40kn).

Realizacija: 190.368,95kn

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 sudjelovala je u strateškim projektima u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, aviokompanijama i privatnim sektorom, a suradnje se realizirala temeljem javnog poziva.

<https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/strateski-marketinski-projekti/strateski-projekti>

Suradnja je ostvarena sa sljedećim partnerima:

1. Croatia airlines
2. Easy Jet
3. Eurowings
4. Wizz Air
5. TRANSAVIA
6. VOLOTEA
7. VUELING
8. JET2.COM
9. CONDOR

Croatia airlines u ljetnom redu letenja 2022. povezuje Zračnu luku Split s ukupno 18 europskih odredišta. U prvoj polovici lipnja uvodi se pet novih sezonskih linija iz Splita prema Bukureštu, Dublinu, Milanu, Stockholmu i Amsterdamu. U travnju smo sufinancirali predstavljanje linije Split-Stockholm-Split. Za zimu 2022/2023 Croatia airlines uvodi direktni let Split- Zürich -Split i TZSD te će bit organizirana zajednička promocija.

Trošak se odnosi na Trošak CroatiaAirlines strateški projekti (213.108,11kn), Trošak Jet2 (30.030,51kn), Trošak WizzAir (39.539,11kn), Trošak Eurowings (50.013,73kn), Trošak Volotea (39.555,18kn), Trošak Condor (19.791,19kn), Trošak TransAdriaAir (39.556,13kn), Trošak hotel Park (6.294,28kn).

Realizacija: 439.219,11kn

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

Turistička zajednica grada Splita nastupila je na sajmovima u koordinaciji s Turističkom zajednicom Splitsko- dalmatinske županije.

Trošak se odnosi na trošak službenih putovanja na sajmove i prezentacije (51.138,96kn), trošak najma vozila za odlazak na prezentaciju (2.400,00kn), trošak goriva za unajmljeno vozilo (500,28kn), trošak prezentacije u Stockholmu (14.162,50kn), trošak prezentacije u Pragu (7.534,50kn), trošak prezentacije na pomorskim fest. u Francuskoj (10.000,00kn), trošak prezentacije (3.562,50kn), trošak najma dvorane za prezentaciju (2.187,50kn), trošak putnog osiguranja (1.309,50kn), trošak kotizacija (3.100,00kn).

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

Realizacija: 95.895,74kn

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:

I tijekom 2022. godine TZ Split nastavlja organizirati, provoditi i pružati podršku studijskim putovanjima turističkih agenata i pružati potporu organizaciji kongresa u destinaciji. Najveći dio studijskih putovanja ostvario se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i TZ Splitsko– dalmatinske županije. Osim suradnje sa sustavom turističkih zajednica, TZ Split organizacijski je podržao i studijska putovanja agenata u suradnji sa sljedećim agencijama Obzor putovanja i Croatia Airlines, Taste Dalmatia DMC, Olive Tree Escapes, Katarina Line, Calvados Club Luxury & Experiental Travel DMC, Iworld of Travel & Adriatic Service Travel DMC, Q travels, Real Croatia, Avanti destinations. Domaćinstvo je pruženo preko 160 inozemnih agenata i tuoperatora.

Među studijskim putovanjima ističu se Femmes de Tourisme održano u razdoblju od 06. do 10.listopada 2022.Članice najutjecajnijeg udruženja žena na ključnim pozicijama u turizmu Francuske 'Femme de tourisme' - studijsko putovanje u Hrvatsku s ciljem turističke promocije s 25 najmoćnijih žena turizma Francuske među kojima su bile direktorice hotelskih lanaca, zračnih kompanija, tuoperatora, agencija.... Members – Femmes du Tourisme. Ovo putovanje u Hrvatsku bilo je odlična prilika za promociju te dodatni veliki direktni poticaj članicama za proširivanje ponude Hrvatske, a posebice Zagreba i Splita u programima kompanija/agencija/tuoperatora kao kvalitetne i atraktivne turističke destinacije. Članice su u Splitu uživale u raznim restoranima poput Bokerije, welcome drink na terasi hotela Cornaro te

kasnije večera u hotelu uz prekrasan nastup Ane Opačak. Osim toga imale su stručno vođenje po Dioklecijanovoj palači te po završetku vođenja, na trgu Peristil u srcu Dioklecijanove palače sudjelovale su u smjeni straže i tako upoznale kulturni dio Splita. Navedeno studijsko putovanje bilo je od iznimne važnosti budući da je uključivalo najuspješnije žene u Francuskoj iz područja turizma koje su doživljena iskustva uz okuse i mirise Hrvatske prenosili dalje turoperatorima i agencijama te dodatno promovirali kako naš grad tako i cijelu regiju.

Drugo studijsko putovanje koje se ističe bilo je 'Dalmatia Full of stories' održano u razdoblju od 4. do 5. listopada 2022.. Fam trip je nazvan „Dalmatia Full of stories“ jer nudi koncept kojemu je cilj da agenti dožive „priče“ koje se mogu „pričati“ kroz cijelu godinu kako bismo ih osnažili za prodaju putovanja Amerikancima izvan glavne sezone. Agenti su dio Virtuoso (2) ili Signature mreže (1), jedan je predstavnik velike agencije koja radi corporate (World Travel), jedan je predstavnik tour-operatora (Sky Vacations), i jedan nezavisni specijaliziran za male wellbeing grupe i FIT. Ukupno ih je bilo šest, a uz njih u Hrvatsku je došao i direktor marketinga Turkish Airlines NY. Agenti su uživali u ljepotama Splita i regije. U Splitu su imali organizirano stručno vođenje po Dioklecijanovoj palači s jednim od najboljih vodiča Dinom Ivančićem. Osim toga, posjetili su Galeriju Meštrović i Kaštilac te Vilu Dalmaciju. U tradicionalnoj konobi 'Oštarija u Viđakovi' imali su večeru gdje su kušali tradicionalna jela i tako zaokružili priču u Hrvatskoj.

Trošak se odnosi na trošak glazbenih izvođača na kongresima (78.066,96kn), trošak smještaja za glazbene izvođače (3.302,24kn), trošak taxi prijevoza organizatora putovanja (150,00kn) trošak prijevoza transfera organizatora putovanja (1.200,00kn), trošak obilazaka, ulaznica, smještaja organizatora putovanja (9.045,00kn), trošak smještaja sudionika, organizatora programa (17.572,00kn), trošak nastupa klapa i folklora (24.000,00kn), trošak programa Heartful Live Virtual (7.539,10kn), trošak parkinga (1.600,00kn), trošak najma dvorane za poslovnu radionicu (2.187,50kn), trošak turističkih vodiča (25.015,00kn), trošak izdavanja HGU potvrda za glazbene izvođače (60,00kn), trošak promidžbeni materijala za organizatore putovanja (51.025,00kn), trošak konzumacije jela i pića i dekoracije (29.123,85kn), trošak sufinanciranja manifestacije za organizatore putovanja (50.000,00kn).

Realizacija 299.886,65kn

3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

U 2022. godini kreirali su se online i offline promotivni materijali. Izradili su se i distribuirali postojeći informativni materijali (Welcome magazin, mape, brošure).

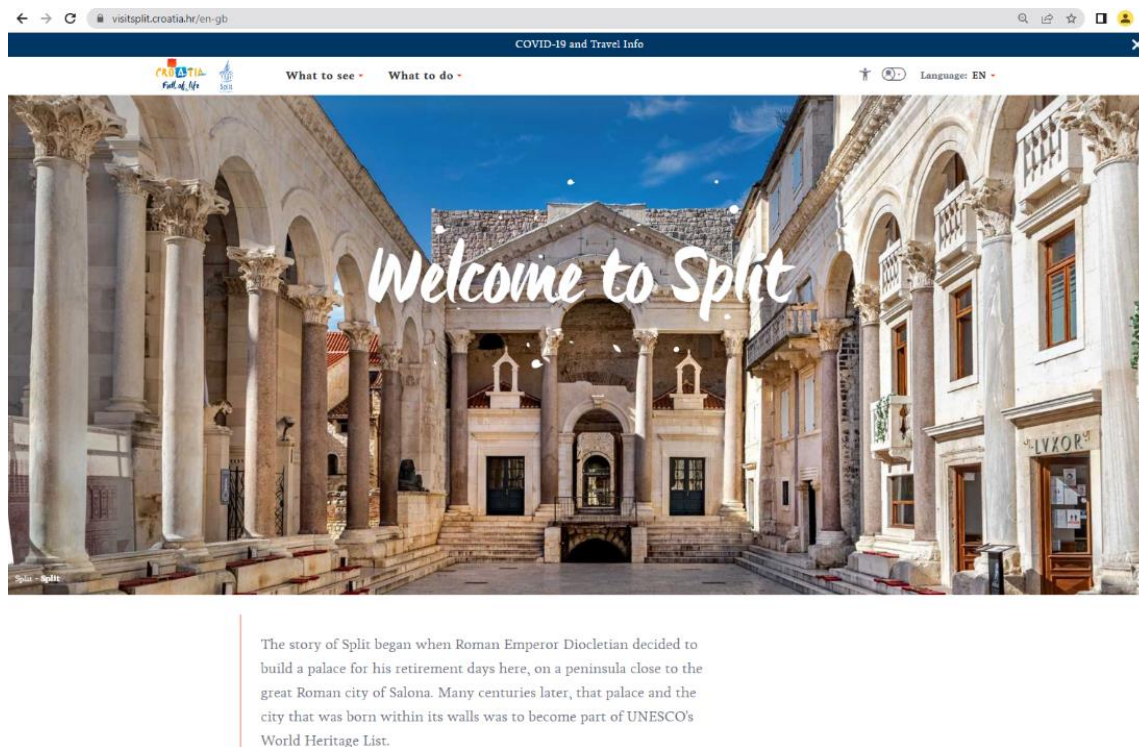
Trošak se odnosi na trošak autorskih tekstova i fotografija za Welcome magazin(46.284,99kn) trošak tiska 1.000 kom Welcome magazine (22.950,00kn), trošak lekture na engleskom jeziku (250,00kn), trošak autorskih teksta i uredništva Welcome magazina (15.942,17kn), trošak printanja i kopiranja (342,54kn), trošak fotografija za Welcome (5.375,00kn), trošak 10.000 kom letak Sv.Duje (11.125,00kn), trošak 10.000 kom dječje mape Split for Kids (8.000,00kn), trošak 300.000 kom mape City Map B3 (127.500,00kn), trošak 100.000 kom mape City Map B4 (31.250,00kn), trošak 3.500 kom image brošure (35.500,00kn), trošak 8.000 kom mape B4 Stobreč (3.400,00kn), trošak 1.000 kom malih i 3.000 kom vrećica (26.812,50kn) trošak pripreme mjesečnika Visit Split (68.975,40kn), trošak tekstova za kongresnu brošuru (7.500,00kn), trošak idejnog i izvedbenog rješenja dječje karte (7.031,25kn), trošak obrade i pripreme za tisak mape B3 (2.125,00kn), trošak 5.000 kom SplitInYourPocket (10.187,50kn), trošak 2.000 kom Gastro monografije (51.250,00kn), trošak dizajna bedža (1.250,00kn), trošak 1.000 kom bedževa (3.000,00kn), trošak 5650 kom vrećice lavande (2.750,00kn), trošak 250 kom USB stick-ova Split (10.421,81kn).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Realizacija: 499.223,16kn

3.8. Internetske stranice:

Važan dio komunikacije nastavlja se putem web stranice visitsplit.com. Trošak se odnosi na održavanje web stranice i kreiranje sadržaja za novu podstranicu Hrvatske turističke zajednice koja je posvećena Splitu.



Trošak se odnosi na trošak održavanja web kamere (8.775,00kn), trošak teksta i dopune web i Fb stranica (66.363,82kn), trošak godišnjeg hostinga www.visitsplit.com (13.250,00kn), trošak autorskih tekstova i lekture za web stranice (10.000,00kn), trošak zakupa domene visitsplit.com (112,50kn).

Realizacija: 98.501,32kn

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

U 2022. godini smo nastavili s ažuriranjem baze podataka o ponudi u destinaciji. Glavni cilj je nadopuna baze fotografija ponude destinacije s naglaskom na fotografije i video zapise turističke ponude.

Trošak obuhvaća: Trošak izrade promo video materijala (97.605,93kn), trošak autorskih snimki i fotografija (32.399,02kn), trošak autorskog teksta (11.663,17kn), trošak izvedbenog rješenja i pripreme (28.500,00kn), trošak fotografija (27.001,19kn).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Realizacija: 197.169,31kn

3.10. Turističko-informativne aktivnosti:

Turistička zajednica grada Splita upravlja s 4 informativna centra na Rivi, Peristilu, u 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 i plaće zaposlenika.

Realizacija: 2.380.671,86kn

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije

Trošak se odnosi na aplikaciju Audioguide.hr Splitski olimpijci (2.500,00kn), Aplikaciju Liberato Map (30.000,00kn), najam mobilne aplikacije Plaja (6.000,00kn), trošak izrade audio snimki lokacija ST na 8 jezika (49.000,00kn).

4.2. Stručni skupovi i edukacije

U 2022. godini provedene su edukacije namijenjen turističkim dionicima i djelatnicima TZ-a. Cilj edukacija je unaprijediti turističku ponudu i podizati kvalitetu turističkog kadra.

Trošak se odnosi na trošak smještaja (1.050,00kn), trošak nastave (7.920,00kn)

trošak prijevoza autobusom (760,00kn), trošak najma dvorana za edukacije (4.800,00kn)

trošak organiziranih edukacija (85.358,55kn), trošak domjenka tijekom edukacija (11.280,00kn), trošak kotizacija (2.050,00kn).

Realizacija: 113.218,55kn

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Sustav nagrađivanja

Sustavom nagrađivanja potiče se pojedince i tvrtke na usavršavanje i podizanje kvalitete usluge. U 2022. godini podržali smo dugogodišnju uspješnu suradnju i rad Turističko-ugostiteljske škole.



Trošak se odnosi na trošak nagrade Turističko-ugostiteljskoj školi (20.000,00kn)

Projekt Split Card

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 trošak 2.000 kom letka SplitCard (2.225,00kn), trošak 4.000 kom kartica SplitCard (28.250,00kn), trošak participacija za ulaznice u muzeje (11.710,00 kn).

Realizacija: 42.185,00kn

Projekt City Break

Turistička zajednica grada Splita nastavlja sa City break programom 2022/2023. Ovim projektom cilj je turistima pružiti dobrodošlicu i dodatno ih motivirati za dolazak u naš grad i izvan ljetnih mjeseci. Do sada su neki hoteli prepoznali ovaj projekt kao zanimljiv i koristan način nadopune hotelske CityBreak ponude.

Program City break traje u razdoblju 6.10.2021.-31.03.2023. i uključuje:

- Besplatni razgled gradske jezgre (subotom u 10h na hrvatskom ili engleskom jeziku)
- Karte za predstave u subotu (HNK Split)
- Besplatna kartica SplitCard

Da bi gost ostvario pravo korištenja pogodnosti City Break programa, mora realizirati minimalno dva noćenja u hotelskom smještaju (može biti petak i subota ili subota i nedjelja).

Trošak se odnosi na trošak oglašavanja projekta City Break (123.750,00kn), trošak ulaznica za predstave HNK Split (6.975,97kn), trošak turističkih vodiča (13.240,00kn).

Realizacija 143.965,97kn

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša:

- **Akcija čišćenje podmorja i plaža**

Uoči slavlja dana našeg zaštitnika sv. Duje koje se svake godine obilježava nizom događanja, ronionci volonteri i Turistička zajednica grada Splita uz tehničko logističku podršku Državne intervencijske postrojbe civilne zaštite Split, Crvenog križa Split, HGSS-a, Čistoće d.o.o. i mnogih drugih, odlučili su organizirati ekološku akciju pod nazivom EKO SUBDAMJA 2022.s ciljem uređenja i turističke promocije ljepota podmorskog dijela naše baštine i nasljeđa. Akcija je okupila brojne prijatelje i kolege ronioce iz cijele Hrvatske, čak njih 120, među kojima su bili ronionci iz RK Giričić, RC Deep Blue Diving, RK Murter Kornati, RK Nautilus, KPA Iglun, KPA Marsonia Slavonski brod, RK Roniti se mora Šibenik, REK Podstrana, KPA 3. maj, Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj-Sunce, PŠD Zenta, Studentska udruga Oceanus te učenici Pomorske škole Split, mali jedriličari JK Mornar te mnogi drugi. Ovom akcijom smo olakšali podmorje za čak sedam tona/kubika otpada. Nakon održane akcije svi su se sudionici zajedno podružili uz hranu i piće, puno smijeha i pokoju

pjesmu te primili zahvalnice za svoj trud i sudjelovanje u akciji kojoj se veselimo da postane i tradicija Dioklecijanovog grada te jedan novi običaj slavljena zaštitnika grada, svetoga Duju.



Trošak se odnosi na Trošak hrane i pića za sudionike akcije (4.749,53kn)

trošak smještaja za sudionike akcije (894,00kn), trošak tiska zahvalnica za sudionike akcije (300,00kn), trošak majica SubDamja(6.866,25kn), trošak zaštitnih rukavica i vreća za otpad (880,00kn), trošak ulaznica u muzej za sudionike akcije (1.000,00kn), trošak materijala za izradu bio kugli za čišćenje mora (5.275,00kn), trošak plogging akcije u sklopu projekta Tura Forca (10.000,00kn).

Realizacija: 29.964,78kn

- **Projekt uređenja staza na području Žrnovnice i Srinjina „Dioklecijanov put“**

Projekt uređenja tematskih staza na području grada Splita sve više napreduje. Otvoreno je 5.5 kilometara staze koja ide uz potok Vilar, između Žrnovnice i Srinjina. Staza nosi naziv "Dioklecijanov put" jer je tu zaista išao službeni put starih Rimljana od Salone prema istoku. Radi se o stazi koja je nezahtjevna, a nudi mnoge prirodne i baštinske znamenitosti. "Dioklecijanov put" uređen je zaslugom volontera PD Peruna, ali i udruge Žrvanj, volontera iz Srinjina, sve uz potporu HGSS-a. Staza je u potpunosti očišćena i sređena, za što je bilo angažirano PD Perun, a u čišćenju su pomogli i mještani Srinjina. Opremljena je sa šest informativnih tabli i više malih odmarališta, na kojima gosti mogu predahnuti, te uživati u pogledu na kanjon. U dijelu staze, gdje se s druge strane potoka, odnosno ceste, nalazi ulaz na tematsku stazu „Put do Sv. Jure“, postavili smo mali most preko potoka, tako da fizički povežemo dvije staze i gostima omogućimo direktan prijelaz s jedne staze na drugu. Projekt nastavljamo i iduće godine, označavanjem šetnice uz rijeku Žrnovnicu.

Trošak se odnosi na troškove uređenja staza.

Realizacija: 105.205,76kn



- **Projekti uređenja Stobreča**

U 2022. godini realizirano je ređenje javne površine između kamene gustirne (koju smo obnovili godinu ranije) i HEP-ove trafostanice.

Ostvaren cilj je dodatna valorizacija mjesta i razvoj turističkih sadržaja.

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

Trošak se odnosi na trošak održavanja TIC Stobreč (22.143,13kn), trošak adventskog ukrašavanja (13.750,00kn), trošak projektne dokumentacije (21.250,00kn), trošak uređenja zida iznad česme (28.500,00kn), trošak uređenja površina (124.076,88kn), trošak sufinanciranja smotre klapa (15.000,00kn).

Realizacija: 224.720,01kn



- **Uređenje Slatina**

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

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

Trošak se odnosi na izradu i realizaciju projekta.

Realizacija: 198.923,13kn



(u kn)

		PRIHODI	Plan 2022.	Replan 2022.	Realizacija 2022.	udio % u realizacij	Indeks realizacija /replan
1.		Izvorni prihodi	11.922.910	13.292.910	13.584.621	80,52	102
	1.1.	Turistička pristojba	6.200.000	7.570.000	8.320.176	49,32	110
	1.2.	Članarina	5.722.910	5.722.910	5.264.445	31,20	92
2.		Prihodi iz proračuna grada	1.000.000	1.500.000	1.349.129	8,00	90
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	30.000	30.000	69.000	0,41	230
4.		Prihodi iz EU fondova	460.000	90.000	88.728	0,53	99
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	70.000	70.000	111.000	0,66	159
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	3.400.000	2.900.000	1.598.370	9,47	55
7.		Ostali prihodi	1.000	1.000	69.771	0,41	6977
		SVEUKUPNO	16.883.910	17.883.910	16.870.619	100,00	94

(u kn)

		AKTIVNOSTI	Plan 2022.	Replan 2022.	Realizacija 2022.	udio % u realizacij	Indeks realizacija /replan
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	240.000	240.000	241.258	1,43	101
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikac./akcijskih dokumenata	150.000	150.000	150.000	0,89	100
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	70.000	70.000	70.000	0,41	100
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	20.000	20.000	21.258	0,13	106
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	7.330.000	8.330.000	7.991.691	47,37	96
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda (IQM Destination)	150.000	150.000	156.675	0,93	104
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	10.000	10.000	9.437	0,06	94
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	6.070.000	7.070.000	6.724.845	39,86	95
	2.4.	Turistička infrastruktura	0	0	0	0,00	
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	1.100.000	1.100.000	1.100.734	6,52	100
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	5.590.000	5.590.000	5.303.970	31,44	95
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	210.000	210.000	168.018	1,00	80
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	950.000	950.000	935.016	5,54	98
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	200.000	200.000	190.369	1,13	95
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	500.000	500.000	439.219	2,60	88
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	100.000	100.000	95.896	0,57	96

	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	300.000	300.000	299.887	1,78	100
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	500.000	500.000	499.223	2,96	100
	3.8.	Internetske stranice	100.000	100.000	98.501	0,58	99
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	200.000	200.000	197.169	1,17	99
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	2.530.000	2.530.000	2.380.672	14,11	94
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	1.223.310	1.223.310	965.682	5,72	79
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	100.000	100.000	87.500	0,52	88
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije	128.310	128.310	113.218	0,67	88
	4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	320.000	320.000	206.151	1,22	64
	4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	675.000	675.000	558.813	3,31	83
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	600	600	600	0,00	100
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	2.500.000	2.500.000	2.367.418	14,03	95
	6.1.	Plaće	1.900.000	1.900.000	1.835.329	10,88	97
	6.2.	Materijalni troškovi	400.000	400.000	347.843	2,06	87
	6.3.	Tijela turističke zajednice	200.000	200.000	184.246	1,09	92
7.		REZERVA					
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE					
		SVEUKUPNO	16.883.910	17.883.910	16.870.619	100,00	94

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA SPLITA
REALIZACIJA FINANCIJSKOG PLANA 2022.

iznos u kunama

3	Prihodi	REPLAN 2022.	REALIZACIJA 2022.
31	Prihodi od pružanja usluga	40.000	81.000
32	Prihodi od članarina	5.722.910	5.264.445
33	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	7.570.000	8.320.176
34	Prihodi od imovine	30.000	30.010
35	Prihodi od donacija	1.590.000	1.437.856
36	Ostali prihodi	1.000	69.762
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	30.000	69.000

522	Korištenje prenesenog viška prihoda	2.900.000	1.598.370
-----	-------------------------------------	-----------	-----------

4	Rashodi	REPLAN 2022.	REALIZACIJA 2022.
41	Rashodi za radnike	3.500.000	3.501.381
42	Materijalni rashodi	9.450.910	8.750.436
43	Rashodi amortizacije	100.000	71.344
44	Financijski rashodi	24.000	24.001
45	Donacije	4.800.000	4.513.771
46	Ostali rashodi	9.000	9.686
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	0	0