

**IZVJEŠĆE O RADU DIREKTORA I IZVRŠENJU PROGRAMA UZ
FINANCIJSKI IZVJEŠTAJ TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA
SPLITA ZA 2019. GODINU**

(prijedlog)



Split, ožujak 2020. godine

STATISTIKA TURISTIČKOG PROMETA U 2019. GODINI

MEĐUNARODNI TURIZAM

Međunarodni dolasci turista u svijetu porasli su za 4% u 2019. godini i dosegli 1,5 milijardi na temelju podataka koje su objavile destinacije širom svijeta. Prethodna godina (2019.) bila je još jedna godina snažnog rasta međunarodnog turističkog prometa, iako sporija u usporedbi s izvanrednim stopama rasta u 2017. (+ 6%) i 2018. (+ 6%). Potražnja je bila sporija, uglavnom u naprednim ekonomijama, a posebno u Europi. Nesigurnost oko Brexita, geopolitičke i trgovinske tenzije, kao i usporavanje globalnog gospodarstva, pridonijeli su sporijem rastu međunarodnog turizma u 2019. godini. Isto tako, 2019. bila je i godina velikih pomaka u sektoru putovanja s bankrotom Thomasa Cooka i nekoliko niskobudžetnih avioprijevoznika u Europi. Međutim, za rezultate u 2019. naglašava se da je to deseta godina za redom u svjetskom turizmu s porastima te turizam i dalje u postocima rasta nadmašuje svjetsku ekonomiju.

Sve su regije diljem svijeta uživale porast dolazaka. Bliski Istok bilježi rast od 8%, a slijede Azija i Tihi ocean (+ 5%). Međunarodni dolasci u Europi i Africi (+ 4%) povećali su se u skladu sa svjetskim prosjekom, dok su Amerike zabilježile porast dolazaka stranih turista od 2%, pri čemu su mnoge otočne destinacije na Karibima imale veća povećanja, a južna Amerika padove zbog stalnih socijalnih i političkih previranja. Francuska je izvijestila o najjačem rastu međunarodnih izdataka za turizam, dok su Sjedinjene Države predvodile rast u apsolutnom iznosu. Broj odredišta koji od međunarodnog turizma zarađuju milijardu ili više dolara gotovo se udvostručio od 1998. do danas

UNWTO je 2020. godinu označio "Godinom turizma i ruralnog razvoja" s nadom da će se sve više vidjeti kako turizam utječe na pozitivne promjene u ruralnim zajednicama, stvaranjem radnih mjesta i raznih mogućnosti. Na temelju trenutnih trendova, ekonomskih perspektiva i UNWTO indeksa povjerenja, UNWTO predviđa rast od 3% do 4% u međunarodnim dolascima turista širom svijeta 2020. godine. Tako 47% ispitanika vjeruje da će turizam imati bolje rezultate, a 43 posto očekuje jednake rezultate kao i lani. Glavni generatori rasta u ovoj godini bit će Olimpijada u Tokiju i Expo 2020 u Dubaiu.

TURIZAM U HRVATSKOJ

Prema podacima sustava eVisitor, koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), u Hrvatskoj je u 2019. godini ostvareno 20,7 milijuna dolazaka (+5 posto) i 108,6 milijuna noćenja (+2 posto). Od toga su strani turisti ostvarili 18,3 milijuna dolazaka (+4 posto) i 94,8 milijuna noćenja (+2 posto), a poraste bilježe i domaći turisti u dolascima za 9 posto te u noćenjima za 8 posto. Tijekom 2019. godine najviše noćenja ostvareno je u Istri (28,7 milijuna), u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvareno je 20,5 milijuna noćenja, dok je na Kvarneru ostvareno 19,3 milijuna noćenja. Slijede Zadarska županija sa 15,1 milijun noćenja, Dubrovačko-neretvanska županija sa 9,2 milijuna noćenja i Šibensko-kninska županija s 7,3 milijuna noćenja. U Ličko-senjskoj županiji ostvareno je 3,4 milijuna noćenja, a u Zagrebu 2,7 milijuna noćenja. Na kontinentu je, ne uključujući Zagreb, ostvareno 1,2 milijuna dolazaka (+7 posto) i 2,4 milijuna noćenja (+7 posto), a gledajući po županijama najviše je noćenja ostvareno u Karlovačkoj (638.000), Krapinsko-zagorskoj (373.000), Osječko-baranjskoj (234.000), Zagrebačkoj (230.000) i Međimurskoj županiji (201.000).

Na nacionalnoj je razini najviše noćenja ostvareno s tržišta Njemačke (21,2 milijuna), Slovenije (10,9 milijuna), Austrije (7,8 milijuna), Poljske (6,1 milijun) i Italije (5,5 milijuna), a gledajući po segmentu smještaja najviše je noćenja ostvareno u objektima u domaćinstvu (39,3 milijuna) te u hotelima (25,8 milijuna) i kampovima (18,8 milijuna). Najuspješnije destinacije u 2019. godini po kriteriju ostvarenih noćenja su Dubrovnik, Rovinj, Poreč, Split i Medulin.

Uz sajamske nastupe i posebne prezentacije te provedbu promotivnih kampanji i aktivnosti povezanih uz velika međunarodna događanja, hrvatski turizam će se tijekom 2020. godine promovirati i kroz suradnju Hrvatske turističke zajednice s internetskom kompanijom Google, kao i kroz suradnju s poznatim globalnim platformama za putovanja - Expedia, Lonely Planet i Trip Advisor - te medijima kao što su National Geographic, eDreams, Skyscanner i dr. Među ključnim projektima i aktivnostima koje će također obilježiti 2020. godinu su projekt Hrvatski digitalni turizam, izrada novog Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma, a ključni će biti i procesi prilagodbe turističkog sektora na nove zakonske okvire koji su stupili na snagu s početkom ove godine.

SPLITSKO- DALMATINSKA ŽUPANIJA

Prema podacima eVisitor u 2019. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji u komercijalnom i nautičkom smještaju ostvareno je 3.672.970 turističkih dolazaka i 18.129.993 noćenja, što je rast od 5 posto u odnosu na 2019. u dolascima i 3 posto u noćenjima. Na prvom mjestu po brojnosti gostiju u komercijalnom smještaju su Nijemci s ostvarenih 354.710 dolazaka i 2,23 milijuna noćenja. Drugi su Poljaci s 303 tisuće dolazaka, slijede Britanci s 242 tisuće dolazaka te Česi s 214 tisuća dolazaka.

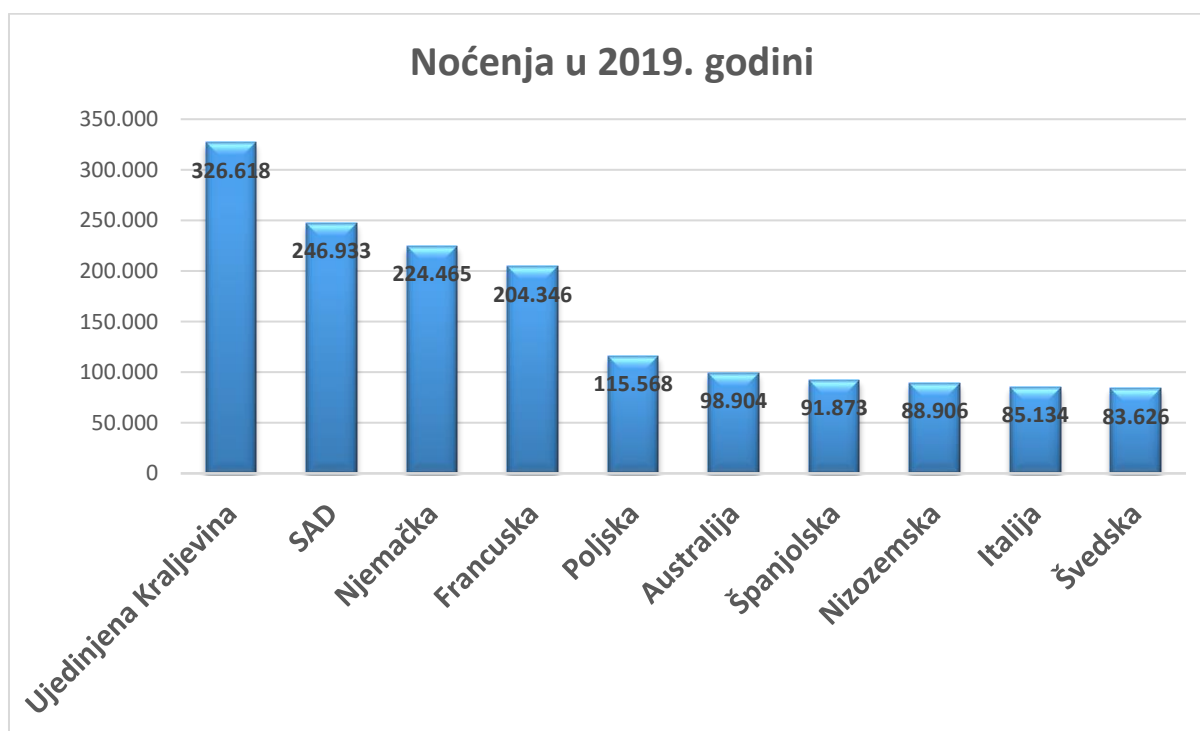
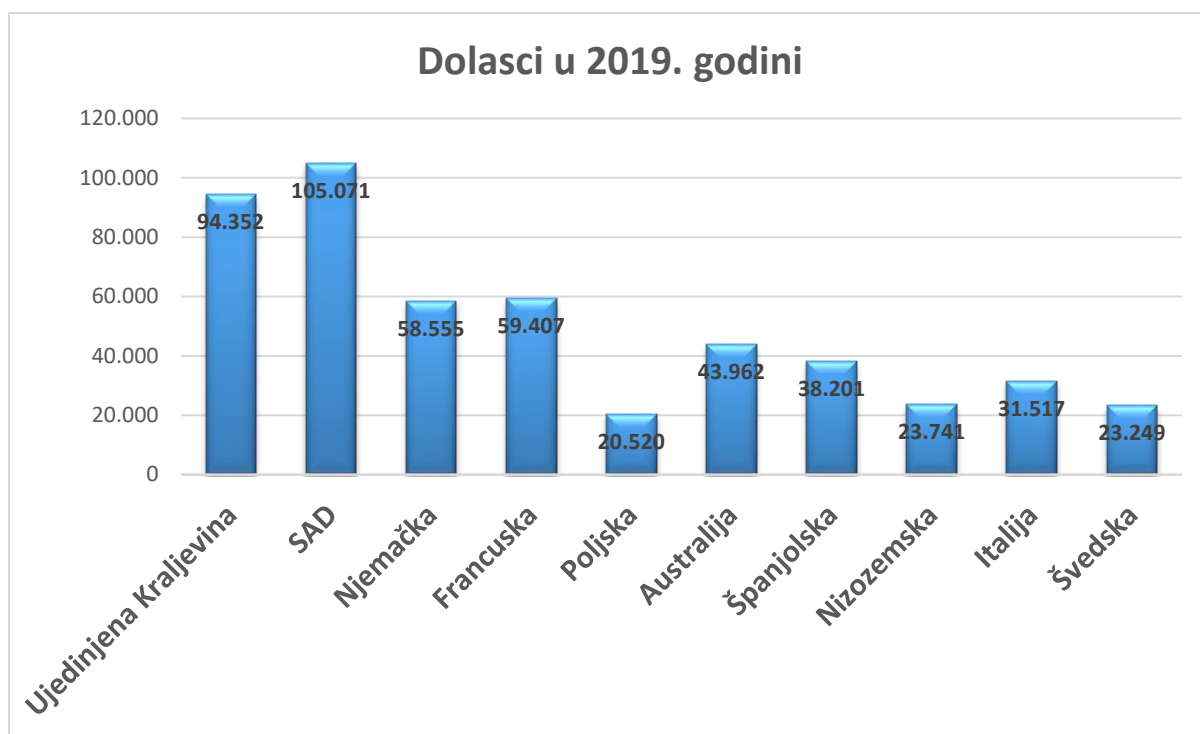
U ukupnom turističkom prometu Hrvatske, Splitsko-dalmatinska županija ima udio od gotovo 22%, odnosno svaki peti gost Hrvatske u komercijalnom smještaju noćio je u Srednjoj Dalmaciji. Na području Splitsko-dalmatinske županije najveći udio u noćenjima imala je Splitska rivijera, a slijedi je Makarska rivijera.

Posebno je važno da je Splitsko-dalmatinska županija po rastu turističkog prometa u izvansezonskim mjesecima među najboljima u zemlji jer je na njezinom području stalan rast turističkih dolazaka bio od ožujka pa do kraja prosinca. Pri tome je grad Split sa stalnim rastom dolazaka i noćenja tijekom godine i dvoznamenkastim rastom turističkog prometa u prosincu bio apsolutni šampion Srednje Dalmacije. Split, Makarska, Hvar, Omiš, Baška Voda, Seget i Tučepi su najposjećenije turističke destinacije Splitsko – dalmatinske županije u 2019. godini.

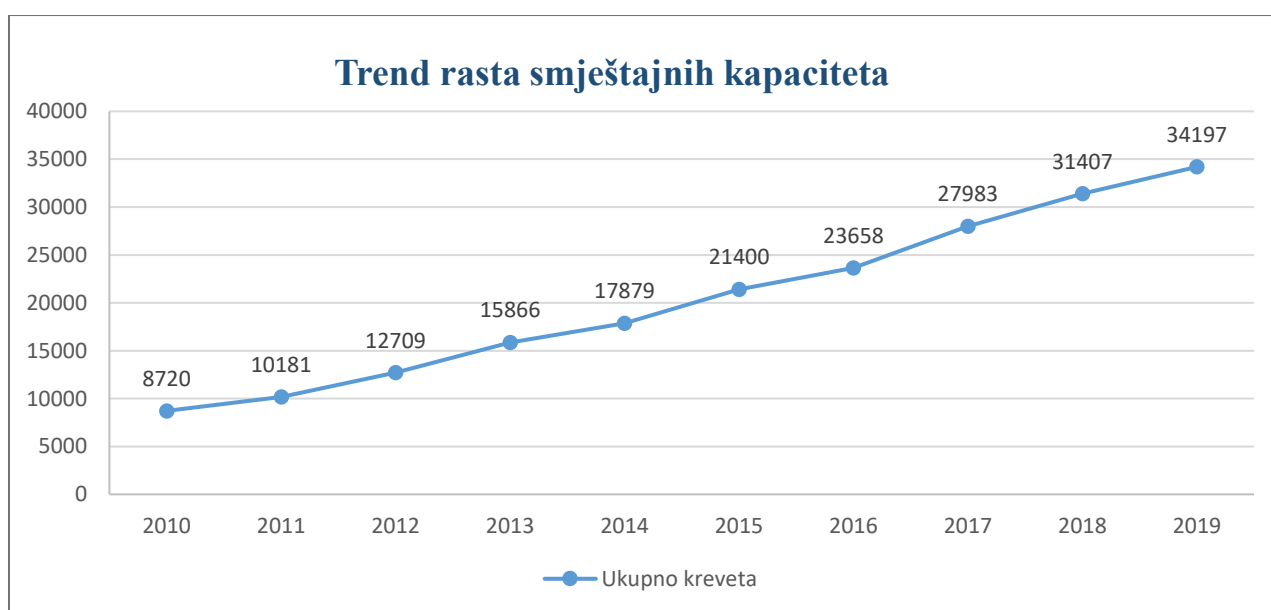
SPLIT

Baš kao što je cijele godine bio među najboljima u zemlji po rastu turističkog prometa i popularnosti, tako je i sam kraj godine Split završio novim rekordima. Tijekom prosinca Split je ugostio rekordnih gotovo 17 tisuća gostiju, što je čak 19% više u dolascima nego godinu ranije te sa 37,8 tisuća ostvarenih noćenja zabilježio porast od velikih 17% u odnosu na prethodnu godinu. Čak 10.426 stranih turista (20 posto više nego lani) posjetilo je Split u posljednjem mjesecu prošle godine, potvrđujući tako njegovu atraktivnost u svim godišnjim dobima. Među stranim posjetiteljima Splita u prosincu, najbrojniji su bili azijski gosti te gosti iz BiH, ali i Slovenije, Austrije, Nijemci i turisti SAD-a.

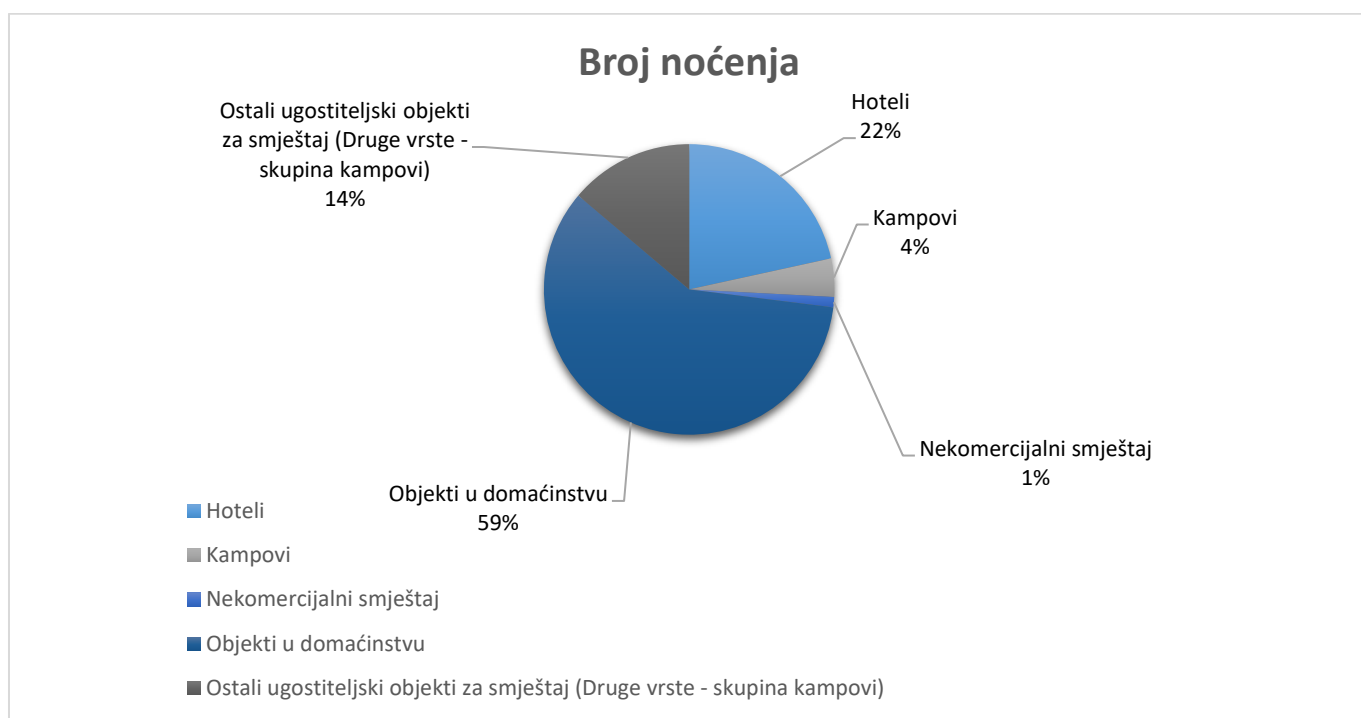
Pogled na turističke brojke za cijelu 2019. godinu za grad Split nikad nije bio bolji jer se turistički promet približio brojci od milijun dolazaka gostiju (943.907) tijekom cijele godine koji su ostvarili 2,75 milijuna noćenja. Time je Split tijekom cijele 2019. godine registrirao rast dolazaka gostiju i rast noćenja od po 9%, jedan od najvećih u Hrvatskoj na razini cijele godine. Najbrojniji inozemni gosti tijekom cijele godine u Splitu bili su građani SAD kojih je stiglo čak 105 tisuća, na drugom mjestu su Britanci kojih je stiglo 94 tisuće u Split, slijede Nijemci, Francuzi, Australijanci i Talijani. I 75 tisuća hrvatskih građana odabralo je u 2019. godini Split za mjesto odmora. Posebno veseli činjenica da je zadržavanje gostiju u Splitu bilo u prosjeku tri dana, čime se Split svrstao među najuspješnije city break destinacije jer je u gradovima u Europi prema podacima UNWTO-a, prosjek zadržavanja gostiju 2,4 dana.



Godina	Hoteli	Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Kampovi	Domaćinstvo	Ukupno
2010	2073	963	1230	4454	8720
2011	2073	1123	1230	5755	10181
2012	2101	1884	1221	7503	12709
2013	2123	2049	1221	10473	15866
2014	2315	2104	1221	12239	17879
2015	2460	2386	1155	15399	21400
2016	2765	3682	1149	16062	23658
2017	3180	4119	1149	19535	27983
2018	3313	4560	1149	22385	31407
2019	3857	5003	1149	24188	34197



U 2019. godini nastavlja se trend rasta smještajnih kapaciteta, prvenstveno privatnoga smještaja. Neprekinuti rast smještajnih kapaciteta bilježi se od 2010. godine, najviše u domaćinstvu. Najznačajniji porast smještajnih kapaciteta u domaćinstvu zabilježen je u 2013. godini, što se često povezuje s Ultra Europe festivalom koji se te godine prvi put održao u Splitu. Ova manifestacija značajno je utjecala na privlačenje većeg broja turista, a time i na veću ponudu smještajnih kapaciteta. Ostvareni broj noćenja po vrsti smještaja prati strukturu smještajnih kapaciteta. Na području Splita u 2019. godini najveći broj noćenja ostvaren je u objektima u domaćinstvu, potom u hotelskom smještaju.



FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

PRIHODI

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

Tijekom 2019. godine TZG Splita ostvarila je 21.741.681 prihoda i 20.968.777 kn rashoda.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2019.	OSTVARENJE	indeks	struktura
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	10.000.000	10.937.293	109	50,31
2.	Prihodi od turističke članarine	6.400.000	7.495.893	117	34,48
3.	Prihodi iz proračuna grada za gradske manifestacije	3.000.000	2.975.588	99	13,69
4.	Prihodi od boravišne pristojbe nautičara	200.000	190.420	95	0,88
5.	Prihodi od drugih aktivnosti	30.000	54.712	182	0,25
6.	Ostali nespomenuti prihodi (HTZ, Županijska TZ, Županija, Ministarstvo)	50.000	77.515	155	0,36
7.	Prihodi iz EU fondova	10.000	10.260	103	0,05
8.	Prijenos prihoda iz prethodnih godina	1.295.000	0	0	0,00
	SVEUKUPNO PRIHODI	20.985.000	21.741.681	104	100,00

RASHODI - STRUKTURA MARKETING MIXA

ADMINISTRATIVNI RASHODI

I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI (1. + 2. + 3. + 4.)	4.565.000	4.496.006	98	21,44
1.	Rashodi za radnike i troškovi Turističkog ureda	2.370.000	2.335.793	99	11,14
1.1.	Rashodi za radnike - Turistički ured	2.050.000	2.026.469	99	9,66
1.2.	Troškovi Turističkog ureda	320.000	309.324	97	1,48
2.	Rashodi za radnike i troškovi TIC-eva	1.960.000	1.930.926	99	9,21
2.1.	Rashodi za radnike - TIC Split	1.250.000	1.248.450	100	5,95
2.2.	Troškovi TIC Split	400.000	372.744	93	1,78
2.3.	Rashodi za radnike - TIC Stobreč	224.000	224.776	100	1,07
2.4.	Troškovi TIC Stobreč	40.000	40.152	100	0,19
2.5.	Rashodi za radnike - TIC Slatine	26.000	29.713	114	0,14
2.6.	Troškovi TIC Slatine	20.000	15.091	75	0,07
3.	Rashodi za radnike - Lučka kapetanija (HTZ)	35.000	34.456	98	0,16
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	200.000	194.831	97	0,93

U administrativne troškove ubrajaju se svi poslovi Ureda turističke zajednice i ostali poslovi nužni za ostvarivanje Programa rada, a određeni Zakonom i statutom Turističke zajednice. Administrativni troškovi uključuju rashode ureda turističke zajednice, troškove TIC-a i troškove rada tijela TZ. Sukladno Programu rada i financijskom planu za 2019. godinu, sredstva su utrošena za bruto plaće i ostala materijalna primanja radnika, izdatke za prijevoz i ostale rashode za radnike prikazane u Financijskom izvješću. Administrativni rashodi ostvareni su u iznosu od 98% u odnosu na Financijski plan, a odstupanja su vidljiva u troškovima za djelatnike TIC Slatina radi više cijene rada studenata. Rashodi ureda Turističke zajednice grada Splita odnose se na provedbu i koordinaciju provedbe aktivnosti nužnih za ostvarivanje Programa rada i financijskog plana za 2019. godinu i aktivnosti vezanih za obavljanje zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Splita. Naglasci su: promoviranje turističke destinacije samostalno i putem udruženog oglašavanja; koordinacija javnog i privatnog sektora; izrada strateških i razvojnih planova turizma; redovito prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama), radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista; izdavanje turističkih promotivnih materijala; obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom, poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih i drugih manifestacija koje doprinose obogaćivanju turističke ponude; koordinacija djelovanja svih subjekata neposredno ili posredno uključenih u turistički promet; poticanje, organiziranje i provođenje akcija radi očuvanja

turističkog prostora, unaprjeđivanja turističkog okružja i zaštite okoliša, te prirodne i kulturne baštine; poticanje, unaprjeđivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti; vođenje jedinstvenog popisa turista za područje grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka; dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području grada; provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista radi suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista; promocija turističkog proizvoda prema Godišnjem programu rada i financijskom planu.

DIZAJN VRIJEDNOSTI

Za organizaciju događanja, i potpore događanjima i projektima utrošeno je 8.136.126 kn, što je 99% planiranih sredstava. Odstupanja od planiranog iznosa vidljiva su u donacijama i sponzorstvima događanjima te potpori projektima koja su bila planirana ali nisu realizirana od strane organizatora.

II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	8.260.000	8.136.126	99	38,80
1.	Manifestacije	7.870.000	7.757.854	99	37,00
	Donacije i sponzorstva događanjima	1.000.000	882.000	88	4,21
	Nova godina - adventska događanja	1.500.000	1.515.620	101	7,23
	Splitski maraton	100.000	100.000	100	0,48
	Karneval	300.000	300.000	100	1,43
	Glazbeni akvarel	1.000.000	999.551	100	4,77
	Uskršnja događanja	100.000	98.391	98	0,47
	Sudamja	620.000	619.894	100	2,96
	Splitski festival	500.000	500.000	100	2,38
	Koncertni program: Riva, trgovi grada, Podrumi	1.000.000	1.005.390	101	4,79
	Cili svijet u Split	100.000	101.575	102	0,48
	Antička događanja	300.000	300.433	100	1,43
	Splitsko ljeto	100.000	100.000	100	0,48
	Smjena straže	300.000	300.000	100	1,43
	Festival Ultra Europe	200.000	200.000	100	0,95
	Festival klapa na Peristilu	50.000	50.000	100	0,24
	Festival Mali Split	100.000	100.000	100	0,48
	Praznik cvijeća	100.000	100.000	100	0,48
	Ured direktora - potpore projektima	100.000	85.000	85	0,41
	Potpore po odluci vijeća TZ	400.000	400.000	100	1,91
2.	Incentivi i promidžbeni alati	190.000	185.146	97	0,88
	Split Card kartica	40.000	36.245	91	0,17
	City Break program	150.000	148.901	99	0,71
3.	Potpore podizanju kvalitete turističke ponude	200.000	193.126	97	0,92

DONACIJE I SPONZORSTVA DOGAĐANJIMA

Ured direktorice raspisao je Javni poziv za potporu manifestacijama u 2019. koji lokalnoj zajednici omogućava uključivanje u turistički razvoj grada osiguravajući svima jednake tržišne uvjete. Predmet poziva bila je dodjela bespovratnih novčanih sredstava Turističke zajednice Grada Splita za manifestacije lokalnog, regionalnog, nacionalnog i/ili međunarodnog značaja koje bi trebale biti motiv dolaska turista u destinaciju. Tako se potiču nove manifestacije koje doprinose razvoju turizma, valorizaciji kulturne i povijesne baštine, podizanju kvalitete i količine turističke ponude, razvoju kongresnog, kulturnog, sportskog i ostalih selektivnih oblika turizma, te povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezona i posezone. Temeljem Javnog poziva objavljenog 11. prosinca 2018. godine, na sjednici Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita održane 20. ožujka 2019. godine, donesena je sljedeća

ODLUKA

o dodjeli potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2019. godini

Vrijeme održavanja	Naziv manifestacije	Ponuditelj	Odluka o dodjeljenoj financijskoj potpori
SIJEČANJ			
1 Sij - 31 Pro	Izložbeni program u Salonu Galić	Hrvatska udruga likovnih umjetnika - Split HULU SPLIT	5.000,00
25 - 27 Sij	Sajam vjenčanja, wedding day	Fancy Flowers	10.000,00
27 Sij	New kids on the block (winter)	Plesni studio "Dance and fun" Split	5.000,00
VELJAČA			
6 - 9 Velj	Adriatic Gastro Show	P.P. Poslovni mediji	10.000,00
18 Velj - 18 Svi	Humanitarna akcija "Dina za mira"	Triatlon klub Split	2.000,00
27 Velj - 2 Ožu	23.Međunarodni specijalizirani sajam GAST 2019.	Sajam d.o.o.	10.000,00
OŽUJAK			
5.ožu	Mečkari kaj nas	Makedonska kulturna udruga "Stobi"	5.000,00

9.ožu	Dan žena: 5. Zumba marathon	Adriatic Entertainment	5.000,00
15.ožu	VK Jadran u LEN Champion League - Main Round	VK Jadran	10.000,00
15 - 17 Ožu	FantaSTikon - konvencija igara i znanstvene fantastike	Udruga za fantastiku, igre i znanstvene fantastike F&ST	5.000,00
15 Ožu - 28 Tra	Dani jazz-a i vina	Paradox group d.o.o.	5.000,00
19 - 23 Ožu	Festival pričanja priča Pričigin 2019.	Udruga Pričigin	15.000,00
19 - 25 Ožu	8. Međunarodni dani Bacha u Splitu	GUU Artemis	5.000,00
22 - 23 Ožu	Croatia MMA Challenge Split 2019	Sambo klub Pit Bull	3.000,00
23.ožu	7. Festival studentskih klapa	Udruga studenata grada Splita	5.000,00
28 Ožu - 9 Lis	Izložbeni program u Dioklecijanovim podrumima i javnom prostoru	Hrvatska udruga likovnih umjetnika - Split HULU SPLIT	5.000,00
31.ožu	Split Gourmet Expo	ŠKMER	10.000,00
29 - 31 Ožu	17. festival folklorne koreografije	KUD Jedinstvo	5.000,00
TRAVANJ			
4 - 8 Tra	Gostovanje na 8.international Spring Festival "Lago di Garda"	Plesni klub Vruća čokolada	5.000,00
6 - 16 Tra	Dani kršćanske kulture 2019	VERBUM	10.000,00
10 - 14 Tra	Croatia Boat Show	BOAT SHOW d.o.o.	10.000,00
17.tra	Konferencija vrhunskih vinskih znalaca	Ri-cerca Mercato	10.000,00
između 20 - 30 Tra	Obilježavanje 90.godišnjice smrti Ive Vojnovića	Osnovna škola Grohote	3.000,00
22 - 28 Tra	Dota Pit Season 5 LAN Finale	ONE GAME j.d.o.o.	10.000,00

23 - 28 Tra	Festival Vune	Prirodoslovni muzej i ZOO vrt	3.000,00
26 - 28 Tra	Ego free festival	Podzemna kontrola	10.000,00
27.tra	Pripreme za finalni izbor Miss Universe Hrvatske 2019.	Media produkcija d.o.o.	5.000,00
30.tra	Neka riva u cviću pliva	Talnet studio M	10.000,00
SVIBANJ			
svibanj - listopad	Dioklecijanova gozba	ŠKMER	10.000,00
3.svi	Splitski moti - plesom protiv nasilja	ŠPK Amber	15.000,00
4.svi	"Sv. Duje!"	UPA Rostrum	3.000,00
4 - 7 Svi	18. Međunarodna veslačka regata Sveti Duje	Splitski sveučilišni sportski savez	10.000,00
7.svi	Turnir "Sveti Duje" "Božićni turnir gluhih"	Splitski sportski savez gluhih	5.000,00
7 - 31 Svi	Split 3 - ulice, kvartovi, stanovnici	Sveučilište u Splitu, Fakultet građ.,arhit. i geodezije	5.000,00
9 - 12 Svi	Splitska debatna akademija	Splitska debatna unija	3.000,00
11 Svi - 9 Lip	Međunaordni festival pjesme SING (in) Split	Udruga Schola Cantorum Split	5.000,00
12.svi	Dan Marjana	JU Marjan	5.000,00
12.svi	Djeca pjevaju Marjanu na dan Marjana	Karaman koncert	5.000,00
2 - 5 Svi	Dalmatinko Cup - Međunarodni nogometni turnir za djecu	Udruga Dalmatinko	10.000,00
15 Svi - 27 Lis	Ljeto na Jadrana	PK Jadran	10.000,00
17 - 18 Svi	Vinski podrum	Slobodna dalmacija	30.000,00
21 Svi - 1 Lip	Paralela Pariz - Split - značajke i različitosti	Udruga LIKOS	3.000,00
22 - 23 Svi	Startup Europe Regatta	Klaster pametan otok	5.000,00
27 Svi - 2 Lip	Europski festival mora i mornara, Tjedan zaljeva Morbihan	Cronaves	10.000,00
30 - 31 Svi	SHIFT developer konferencija 2019	SEND d.o.o.	20.000,00
31.svi	Montura- Split fashion destination (ljeto)	Euro gastro festival j.d.o.o.	10.000,00
31.svi	Montura- Split fashion destination (zima)	Euro gastro festival j.d.o.o.	10.000,00

LIPANJ			
4 - 7 Lip	My global fashion awards	Very important person agency	20.000,00
5 - 6 Lip	Dalmatinko Cup - Međunarodni nogometni turnir za djecu	Udruga Dalmatinko	10.000,00
13.lip	Basket Tour 2019	Sportart	3.000,00
13 - 22 Lip	12. Festival Mediteranskog filma	FMFS	20.000,00
13 - 17 Lip	Europski veteranski festival EGORF SPLIT	Rugby klub Nada	5.000,00
15 - 16 Lip	New kids on the block (summer)	Plesni studio "Dance and fun" Split	5.000,00
18 - 21 Lip	Splitech 2019 - 4. međunarodna konferencija o pametnim i održivim tehnologijama	FESB	5.000,00
21.lip	Svjetski dan Glazbe	Hrvatska glazbena unija	10.000,00
28 Lip - 8 Ruj	6. EVO RUKE! (Revija urbane kulture) 2. Split Open Jazz Fair Zlatni Grgur	Wolfman	50.000,00
SRPANJ			
5.srp	Prikaz antičke-rimske svadbe	Športska udruga GAZ	10.000,00
13 ili 14 Srp	LegendFest - festival mitova, legendi i priča Splitsko-dalmatinske županije	Val kulture	10.000,00
15 - 18 Srp	Predstave Kazalište Hotel Bulić	Kazalište "Hotel Bulić"	3.000,00
16 - 17 Srp	San Sustipanske noći	Ritam produkcija	20.000,00
18 - 20 Srp	9. Split Blues Festival	Wolfman	30.000,00
19 - 25 Srp	Dani Makedonske kulture - Ilinden 2019	Makedonski kulturni centar	10.000,00
22.srp	International folk festival - Split 2019	KUD Filip Dević	5.000,00

25 - 28 Srp	4 . Ljetne noćne izložbe pasa	KSP SPLIT	10.000,00
KOLOVOZ			
3 - 11 Kol	9. Split Open Chess Tournament	Šahovski klub Brda Split	10.000,00
7 - 14 Kol	Kickboxing Summer Camp 2019	Kickboxing klub Pit Bull	5.000,00
9.kol	Noćne sinteze - koncert za prirodu	Cochlea	5.000,00
10.kol	Zapedaliraj za centar Juraj Bonači	Klub mladih Split	2.000,00
14.kol	10. smotra klapa u Žrnovnici	Žrvanj	10.000,00
15 Kol - 15 Pro	Mečkari kaj nas	Makedonska kulturna udruga "Stobi"	5.000,00
14 - 22 Kol	6. Piano Loop Festival	Piano Projekt	10.000,00
20 - 24 Kol	Split at Night - Jazz festival	Udruga Split At Nigjht	10.000,00
23 - 25 Kol	21. Marjanski đir - otvoreno prvenstvo Splita i KUP Hrvatske u olimpijskom triatlonu	Triatlon klub Split	5.000,00
24 - 28 Kol	16. Europska Skautska konferencija	Savez izviđača Hrvatske	10.000,00
28 Kol - 8 Ruj	10. MAG Festival - Međunarodni festival komorne glazbe	Udruga MAG	10.000,00
27 - 31 Kol	Dalmatia Film Festival	Dalmatia film festival	5.000,00
29 - 31 Kol	Festival AJ CHA posvećen Dinu Dvorniku	Apostrof strategy	30.000,00
30 Kol - 1 Ruj	Cigar Smoking World Championship	Cigar club Mareva	10.000,00
RUJAN			
2.ruj	Obilježavanje 90.godišnjice smrti Ive Vojnovića	Društvo prijatelja kulturne baštine Split	2.000,00

18 - 25 Ruj	24.Splitski filmski festival - Međunarodni festival novog filma	Međunarodni festival novog filma	20.000,00
27 - 30 Ruj 5 - 6 Lis	Mrduja Optimist Kup	JK Labud Split	15.000,00
27 - 29 Ruj	3. Međunarodni turnir odbojke "SPLIT OPEN"	Rekreacijska odbojkaška liga	5.000,00
LISTOPAD			
1 - 30 Lis	32. Adria Art Annale, manifestacija suvremene umjetnosti	A.A.A.Umjetnička udruga	3.000,00
10.mjesec	Naše slatkice - Splitska torta	Udruga Navada Split	5.000,00
5.lis	1500 balona prijateljstva	Lions klub Dioklecijan	3.000,00
15 - 30 Lis	I mi to možemo	Centar za odgoj i obrazovanje "Juraj Bonači"	10.000,00
15 Lis - 15 Stu	Dalmatinske vedute u djelima likovnih umjetnika	Brešan d.o.o.	10.000,00
19 - 20 Lis	Dani tovara	Prirodoslovni muzej i ZOO vrt	3.000,00
23 Lis - 12 Stu	Splitgraphic - Međunaordni bijenale grafike	KUU Splitgrafik - Split	10.000,00
23 - 26 Lis	23. Međunarodni specijalizirani sajam SASO	Sajam d.o.o.	10.000,00
24 - 26 Lis	Budi žena, igraj nogomet!	ŽNK MARJAN	2.000,00
28 Lis - 3 Stu	Međunarodni festival gitare - 7. Dani klasične gitare	Udruga splitskih gitarista Gitara ST	5.000,00
STUDENI			
studen 2019.	Unired Colors of Dalmatia	Udruga "Timbar Dalmacije"	3.000,00
2 - 16 Stu	Festival fotografije "SPLIT FORMAT"	Foto klub Split	10.000,00
10 - 13 Stu	ISPOD BIN - sound art festival	Mavena - 36 njezinih čuda	3.000,00

15 Stu - 15 pro	Retrospektiva Izložba Ratka Janjića Jobe	Brešan d.o.o.	10.000,00
PROSINAC			
prvi adventski vikend	23. Međunarodni zborski festival CRO Patria	Glazbena mladež Split	25.000,00
13 - 14 Pro	23. Croatia open "2. Memorial Davor Jović"	Kickboxing klub Pit Bull	3.000,00
14 - 15 Pro	25. božićna regata Krstaša	JK Zenta	3.000,00
21.pro	Božićni turnir gluhih	Sportska udruga gluhih Splitsko-dalmatinske županije	5.000,00
26.pro	Humanitarni malonogometni turnir 4 kafića	Karaman koncert d.o.o.	10.000,00
28 - 30 Pro	Memorijalni rukometni turnir "Dragica Mijač Palaversa"	ŽARK Split	3.000,00
29 Pro - 1 Sij	Salsa Split Silvester Nights	Adriatic Entertainment	20.000,00
CJELOGODIŠNJE MANIFESTACIJE			
6 jednodnevnih manifestacija	Open stage Mala scena	KAM - HRAM	2.000,00
4 termina u godini	Ciklus predstava suvremenog cirkusa u Domu mladih	KAM - HRAM	2.000,00
11 mjeseci	Kulturna ustanova galerija "Kula", izložbeni program u 2019.godini	Kulturna ustanova galerija "KULA"	40.000,00
tijekom godine	Dragi Split moj	Dječji zbor Srdelice	10.000,00
tijekom godine	Obilježavanje 40-te obljetnice Dječjeg zbora "Srdelice"	Dječji zbor Srdelice	10.000,00
svibanj / lipanj	Nastup Glazbe Split na Županijskoj i Državnoj smotri puhačkih orkestara	Glazbena škola Josipa Hatzea	5.000,00
12. -14. 2019.	Sudjelovanje klape Ventula na Michelangelo International Music Festivalu	Ženska klapa Vetula	10.000,00

NOVA GODINA - ADVENTSKA DOGAĐANJA



U 2019. godini manifestacija *Advent u Splitu- zimski akvarel* osim obilja glazbe i zabave, imala je za cilj probuditi emocije nekih davnih vremena. Glazbenici su odabrani u koordinaciji Turističke zajednice grada Splita, tvrtke Spalatum DMC te vanjskih suradnika poput HNK Split i Glazbene mladeži. Govorimo o preko 150 nastupa poput nastupa Gustafa, Giuliana, Alena Nižetića, Tedia Spalata, Borisa Oštrića i Ribara, Noe i Funkblastersa, Marka Pecotića, Vatre, bendova poput Aurora Band, Dreamersi, Bravo Band, 058 Band, Harpoon Blues Band, Festivo, After Fire...Posebno se vodilo računa o potrebama svih dobnih skupina posjetitelja i sadržajnoj raznovrsnosti programa i izvođača pa smo tako imali od natjecateljskih nastupa zborova, plesnih salsa večeri, festivala djece do novosti poput stand up nastupa.

Suradnja se ostvarila s glazbenicima afirmiranim od strane struke i publike poput zbora HNK Split, glazbenicima koji njeguju tradicionalnu glazbu i kulturnu baštinu, glazbenicima i bendovi s kojima je do sada ostvarena uspješna dugogodišnja suradnja, mladim glazbenicima i zborovima svjetovne i duhovne glazbe, glazbenicima koji se svojim izvedbama uklapaju u retro tematiku i buđenje zaboravljenih osjećaja. U 2019. godini jedan od organizacijskih ciljeva bio je potaknuti sponzore kako bi se sudjelovanjem poznatih brendova povećala sam vidljivost manifestacije. Marmontova ulica oživila je u duhu dječje igre i dijeljenja prijateljstva koju je osigurao sponzor zaigranosti- Radio Dalmacija. Igralo se na zaboravljene „zoge“ ili „školice“ koja se protezala duž cijele Marmontove ulice, a dnevnim javljanjem u radijski eter i veselim plesnim animacijama uz nastupe uličnih zabavljača najavljivala su se nadolazeća događanja. Strossmayerov perivoj, nama draži kao Đardin, postao je pravi ledeni park s klizalištem. OTP banka, sponzor je radosti božićnih lampica i 3D figurica. Subota ujutro od 11 sati bila je

rezervirana za djecu koja su uživala u glazbenom i dramskom programu, plesnim nastupima, brojnim darovima i gastro ponudi na 4 adventske kućice. Tradicionalno paljenje adventske svijeće subotom, bilo je popraćeno svečanim zvukovima crkvenih zborova, nastupom zborova 23. Međunarodnog zborskog festivala CRO PATRIA 2019 i kulturno umjetničkih društava.



Nedjeljom ujutro uživalo se u klasičnoj i duhovnoj glazbi od 11 sati. Kazališni trg, odnosno Trg Gaje Bulata, fotografijom je sve posjetitelje vratio u 70e i 80e u Splitu. Sponzor sjećanja bila je Hrvatska lutrija koja je sufinancirala izložbu jednog od najuglednijih splitskih fotografa, Feđe Klarića.



Nezaobilazna adventska lokacija je naravno Riva koja se i ovu zimu pretvorila u pozornicu gradskog života i nudila veselu božićnu zabavu, gastronomsku ponudu i raznolike autohtone suvenire kroz 11 ugostiteljskih, 3 trgovačke i 3 slatke kućice. Sponzor ljubavi i topline koja se uvukla u adventske kućice je bila Coca Cola, a brojni posjetitelji uživali su i u Coca Colinom ugodnom foto dnevnom boravku s jedinstvenim pogledom na simbole Grada. Zabavni program obilovao je tematskim večerima i nastupima poznatih glazbenih imena. Dječji programi, klapski nastupi, klasični kvinteti, zabavne grupe, tradicionalni napjevi zborova, samo su dio dnevnog programa. Retro Božić ponedjeljkom, rock utorkom, plesnjak srijedom, after work četvrtkom, koncertne večeri petkom i subotom te unplugged nastupi i stand up nedjeljom učiniti su ovaj Avent na Rivi, nezaboravnim. Prava splitska fešta uz spektakularan vatromet oduševila je brojne prisutne na novogodišnjem koncertu. Klapa Intrade i Tomislav Bralić stvorili su veseli dalmatinski ugođaj, a za zabavu do jutarnjih sati bila je zadužena Jelena Rozga, jedna od najtrofejnijih hrvatskih pjevačica.

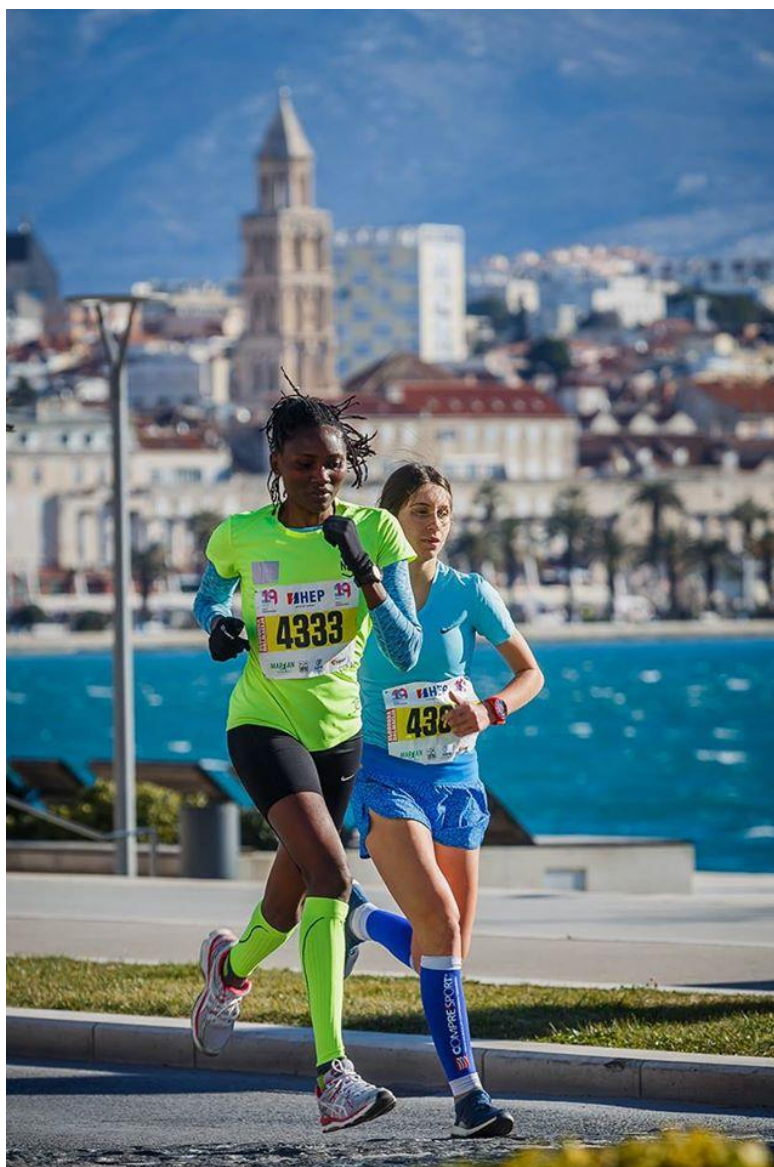


Zaključno, retro tema koja je postavljena kao krovna strategija razvijanja Adventa u Splitu kao manifestacije je zapravo samo skica koja nadilazi okvir. Retro tema, razrađena po svim pojedinostima, ima vrlo pozitivnu konotaciju te primjenu može dobiti u različitim turističkim proizvodima i događanjima tijekom cijele godine. Vizualni identitet koji smo postavili kao standard primjenjiv je, s malim prilagodbama, na druga vremenska razdoblja koja želimo apostrofirati. Njegova prilagodba za sve komunikacijske kanale predstavlja primjer dobro osmišljene i postavljene kampanje kao i odabir medija putem kojih se događanje oglašavalo. Uvođenje sponzora u projekt je osvježenje. Đardin je predstavljao pravo osvježenje u ponudi i vrlo je dobro primljen od strane javnosti i primarne ciljne skupine - djece i mladih. Suradnja s gradskim tvrtkama i institucijama, je kao i uvijek, bila na zavidnoj razini s time da će se u narednim godinama raditi na podizanju općeg dojma o manifestaciji kroz zajedničke dogovore oko ukrašavanja Grada s naglaskom na lokacije na kojima će se događati programi. Tijekom prosinca Split je ugostio rekordnih gotovo 17 tisuća gostiju, što je čak 19% više u dolascima nego godinu ranije te sa 37,8 tisuća ostvarenih noćenja zabilježio porast od velikih 17% u odnosu na prethodnu godinu. Čak 10.426 stranih turista (20 posto više nego lani) posjetilo je Split u posljednjem mjesecu prošle godine, što potvrđuje ostvarenje cilja povećanja motiva dolaska turista u posezoni.



SPLITSKI POLUMARATON

Maraton klub Marjan, kao najveći i najpoznatiji maraton klub u Dalmaciji i jedan od najvećih u Republici Hrvatskoj, od 22.02.2019. do 24.02.2019. organizirao je manifestaciju 19. Splitski polumaraton na kojoj je sudjelovalo oko 3.000 sudionika iz više od 40 zemalja, a koja se sastojala od: Sportskog sajma „Start“; Humanitarne utrke dječjih milja; Trofeja Slobodne Dalmacije; Utrke na 5 KM; Utrke polumaratona i štafetnog polumaratona; Dodjele medalja i završne zabave. Na manifestaciji 2019. godine je sudjelovalo 2.450 trkača na polumaratonu, 360 trkača na utrci građana „Trofej Slobodne Dalmacije“ te 300 djece sudionika dječjih utrka i 10.000 posjetitelja. Tijekom trodnevnog programa dio natjecatelja imalo je priliku postići vrhunske sportske rezultate, čak i oboriti svjetski rekord polumaratona na licenciranoj stazi, a ostali su mogli sudjelovati u sportsko-rekreativnom i humanitarnom dijelu manifestacije. "dm dječje milje" su pod pokroviteljstvom dm-a koji su za sve sudionike osigurali natjecateljsku majicu, broj i medalju te nagrade za najbrže dječake i djevojčice, a poduprijeli su i provedbu čitave manifestacije kroz volontersko sudjelovanje svojih djelatnika. Kroz organizaciju dječjih utrka, najmlađima smo pružili priliku za razvoj natjecateljskog duha i zdravih sportskih navika, ali i toliko nužnog i važnog promicanja solidarnosti i brige za bolesne i potrebite od najranije dobi. Sudjelovanje u dm dječjoj milji je bilo moguće je uz simboličnu startninu u iznosu od 10 kuna koja se donirala Županijskoj ligi za borbu protiv raka Split. „dm dječje milje“ su bile u 4



kategorije: TIĆI A (6, 7, 8 godina), TIĆI B (9, 10 godina), REPCI (11, 12 godina) i GRDELINI (13, 14, 15 godina). U sklopu manifestacije je bio organiziran i sportski sajam „Start“ u velikoj dvorani Sportskog centra Gripe gdje je bilo ujedno i organizirano preuzimanje startnih brojeva. U sklopu sajma su bila organizirana i besplatna predavanja za sve zainteresirane građane na kojima su vrhunski stručnjaci iz polja nutricionizma, kineziologije, fizioterapije održali su predavanja od interesa za sve koji se rekreativno bave sportom ili to planiraju započeti te se organiziralo i nekoliko rekreativnih natjecanja iz različitih sportova.



KARNEVAL



Splitski krnjeval već petu godinu organiziraju Udruga Centar plesa Split i Split Event d.o.o. u suradnji sa svim splitskim udrugama i organizacijama koji se prijave za sudjelovanje. Neki uspoređuju Splitski krnjeval nekad i sada, no nekada su to bile samo maškare utorkom uz dječji krnjeval prijepodne, a 2019. godine manifestacija je trajala 11 dana uz preko 20 događanja s naglaskom na dvije subote i utorak. Upravo u tome i leži i razlika između Splitskog i Riječkog i svih ostalih Krnjevala. Splitski je nekada i povijesno sadržavao više krabuljnih plesnjaka na više lokacija. Tema karnevala je bila „Marjan – Čarobna šuma“. Ovogodišnji Splitski krnjeval se odlučio više pozabaviti splitskim a manje turističkim problemima. Tako su se okupili članovi Centra plesa, DNFa, HNK, GKL, čak i iz najpopularnije splitske serije Carstva Ladovine da precizno dijagnosticiraju uzroke ovih elementarnih neugoda u Gradu. Meštrovica je bila Šumska vila sa vilinskom glasom – mlada pjevačica Albina Grčić. Za meštra je pozvala Batmana da spasi ovaj Geto City čiji lik je utjelovio glumac GKL Split Franjo Đaković, poznatiji pod alter egom Miljenka Stošića iz Carstva Ladovine. Tema koja se provlačila je da se svi skupa pšrebrace sa Marjana u Čarobnu šumu Đardina. Predaja ključa grada započela je

Krnjevalskim vjenčanjem - tradicionalnom prigodnom predstavom u kojem se već detektiraju neki problemi koje optimistični karnevalisti nasljeđuju od grada u svoju vladavinu kao kosture iz ormara a imaju samo deset dana vremena da prepoznaju pravog Krnju koji je bio otkriven u Šentenci na pokladni utorak. Od subote do pokladnog utorka u Đardinu su se izmjenjivali brojni programi: Dječji krnjeval, Paškare, Modna revija, Povorka, Erasmus student Carnival, Cubismo, DJ Daddy Cool: Kamen, krš i rock'n'roll, Adastra, Leteći odred, TBF i kao završnica je održana Šentenca i spaljivanje Krnje. Zbog sječe šume na Marjanu brojna stvorenja među kojima su šumske vile, paškare, čarobnjaci, tovar, odbjegli tigar i vepar Špiro, spustili su se u posljednju očuvanu šumu – Čarobnu šumu Đardin gdje su uživali kao da im je to zadnje, u četiri dana koncerata i raznih rasplesanih programa. Kao novost u 2019. godini po prvi puta se jelo i pilo u „Krnjevalskim kućicama“. Svaki od četiri finalna dana pratila je jedna vrsta glazbe i publike. U subotu Leteći odred za sve koji vole zvukove devedesetih, u nedjelju Cubismo za „latinose“ i salsa plesače. Ponedjeljak je bio rezerviran za rokere uz Adastru i Dj Daddy Cool, a u utorak se nakon dugo godina u Krnjeval vratio TBF - za urbanu splitsku scenu. Paškare kao jedinstveni krnjeval pasa ove godine su imali osim natjecateljske i humanitarnu notu – sva donirana pseća hrana koju su građani donijeli, odnijelo se u azil. Sudjelovanje je bilo besplatno. Na Krnjevalskoj modnoj reviji nastupili su mali i veliki modeli škole manekenstva Twist models te brojni pjevači i plesači te naravno i dizajneri. U nedjelju nakon Dječjeg krnjevala povorka je krenula iz Đardina preko Marmontove do Rive gdje se od podne sviralo i plesalo. Cubismo uz brojne salsa plesače bio je najljepši Krabuljni plesnjak uz sunce, more i latino ritam.

USKRŠNJA DOGAĐANJA

Da bismo obogatili ponudu izvan turističke sezone i oplemenili prikaz kršćanske tradicije svetkovanja najvećega kršćanskog blagdana, u 2019. godini organizirali smo niz događanja povodom Uskrsa. U nedjelju na sam Uskrs 21.04. se na Rivi ispred pozornice u jutarnjim satima održala podjela 1000 sirnica, 1000 čaša prošeka i 1000 pisanica uz prigodni uskršnji program crkvenog zbora Sv. Mihovil. Cijela Riva je bila okupana suncem, a jedan od prvih ovogodišnjih kruzera je to jutro uplovio u gradsku luku tako da je na tisuće stranih turista uz građane grada Splita čekalo u redu kako bi uspjeli probati naše domaće proizvode. Također je neizostavna suradnja s Udrugom branitelja sekcije likovnih umjetnika



koji tijekom velikog tjedna u jutarnjim satima svaki dan na Rivi organiziraju već tradicionalno bojanje uskršnjih pisanica s djecom, građanima Splita i turistima. Kao glazbena poslastica organiziran je „Korizmeni koncert“ u izvedbi Glazbenog laboratorija u Vestibulu i neizostavna suradnja s dječjim zborom Srdelice i tradicionalna izvedba mališana uz glazbeno scensko uprizorenje Križnog puta u Podrumima Dioklecijanove palače. Na uskršnji ponedjeljak je bio organiziran prigodni koncert banda duhovne glazbe Vis Veritas Aeterna na centralnoj pozornici na Rivi.



SUDAMJA

Blagdan svetoga Dujma ili *Fjera svetoga Duje* posvećena je sv. Dujmu, salonitanskom biskupu, zaštitniku grada Splita. Ovom za Split najvažnijom manifestacijom ujedno se obilježava i Dan Grada.

Sudamja je jedinstven događaj koji jedini u Hrvatskoj spaja stoljetnu tradiciju, UNESCO-ov lokalitet, nematerijalnu kulturnu baštinu, glazbu, ples, sport, gastronomiju... Ove godine se povodom najsvečanijeg dana proslave Sv. Dujma organizirao humanitarni koncert pod nazivom „Ključ života“ gdje su nastupali eminentni pjevači sa domaće estrade: Doris Dragović, Gibonni, Neno Belan, Tedi Spalato, Goran Karan, Jole, Tiho Orlić, grupa Buđenje, Giuliano i Diktatori, grupa Dalmatino, Domenica. U klaustoru crkve Sv. Frane je bio smješten call centar te se cijeli koncert direktno prenosio na HTV-u. Sav



prihod je išao za Odjel dječje fizikalne terapije KBC Split. Događanja u sklopu Sudamje održana u 2019. godini, organizirana od strane Grada Split i Turističke zajednice grada Splita te ostalih kulturnih umjetničkih i sportskih udruga, su: Turnir o' balot Sv. Duji Splita grada; nastup Mažoretkinje grada Splita; nastup mješovitog zbora Elektrodalmacije; koncert grupe Trio sol; koncert grupe Bye Bye; cjelovečernji koncert klape Kontra; koncert grupe Pop Art; Devetnica u čast sv. Dujma (sveta misa i propovijed) te koncert duhovne glazbe; otvaranje izložbe *Dioklecijanova palača i povijesna gradska jezgra*; cjelovečernji program KUD-a Filip Dević; radionice pod nazivom *Pomorski Split u vrijeme cara Dioklecijana*; 2. međunarodni kuglački turnir sv. Duje; u atriju Banovine je bila organizirana izložba dječjih radova splitskih vrtića *Moj grad u mom srcu*; u knjižnici Ravne njive je bio maketni prikaz palače *Iz plače se*

grad rodi; dječji program *Neka Riva u cvijeću pliva; Otpad nije smeće!*, Otvoreni šahovski turnir Sudamja 2019.; cjelovečernji program KUD-a Brodosplit; Priča o gradu-edukativna prezentacija; otvorenje izložbe *Majka grbava; dica lipa, unučad ma'nita -o lozi, grožđu i vinu* autorice: Ida Jakšić i Ivana Vuković; promocija knjige J. Škare *Druge beside*; otvaranje izložbe fotografija *Novi horizonti*; Inauguracija postava skulptora u okruženju muzeja: Slavomir Drinković, *Grop*, 1987, – 1999. /Gorki Žuvela, *U ime ja*, 2014./Kosta Bogdanović, *Hefestov stub*, 1987.; večer dalmatinskih klapa u HNK Split; cjelovečernji koncert grupe Providenca na Rivi; Fešta sv. Križa; 9. međunarodni kup sv. Duje u sportskom ribolovu; otvoreno prvenstvo Splitsko-dalmatinske županije za osnovne i srednje škole u HVK Gusar; otvaranje izložbe *Crkve u povijesnoj jezgri*; inauguracija postava skulptora u prirodnom okruženju na Matejuški:



Slavomir Drinković, *Pusti me proć* ; 44. međunarodni festival florista *Praznika cvijeća* u Dioklecijanovim podrumima; koncert Simfonijskog orkestra studenata Sveučilišta u Utrechtu, Kraljevina Nizozemska; cjelovečernji koncert KUD-a Jedinstvo; Splitski akvarel u HNK Split; 18. međunarodna veslačka regata sveučilišta Sv. Duje *Oxford Cambridge*; nastup Udruge Srce povodom Nacionalnog dana cerebralne paralize *Srce na Rivi*; otvaranje izložbe *Iza zatvorenih vrata*; u staroj gradskoj vijećnici je održana izložba *Motivi Splita iz fundusa Galerije umjetnina*; u HNK je održana svečanost povodom 50-te obljetnica Udruženja obrtnika Split te gastro ponuda hrvatskih obrtnika na Matejiški; cjelovečernji koncert zborova Brodosplit i Gladsaxe

Folklor u dvorani Medicinskog fakulteta; koncert grupe Disco Inferno Magic na Rivi; plivačko natjecanje Grdelini sv. Duje; regata Split 1700- klasa optimist; koncert duhovne glazbe u čast sv. Dujma *Sudamja fest*; koncert grupe Flores Acoustic na Rivi, Svečana sjednica GV i dodjela nagrada Grada Splita; obljetnica prosvjeda pred Banovinom; otvaranje moćnika sv. Dujma i svečana Večernja; otvaranje izložbe akvarela *Sveti Duje ti zvizdo nad Splitom*; Smotra povijesnih postrojbi i udruga nematerijalne kulturne baštine; cjelovečernji koncerti klasične glazbe na Rivi: Kvartet Music Forever i Spalato; mimohod limenih glazbi, povijesnih postrojbi i udruga nematerijalne kulturne baštine; Sajam Sudamje; Svečana procesija i sveta misa na Rivi; pucanj dubrovačkih trombunjera u čast Sv. Dujmu; Fešta spize i pića na Peškariji u suradnji s udrugom ŠKMER; humanitarni plivački maraton od Šolte do Splita „Dina za košarkaše“; koncert Mješovite klape Filip Dević; Tradicionalna splitska tombola; Humanitarni koncert za Dan Grada *Ključ života*; Mala Floramye u HNK Split; Podizanje europske zastave povodom Dana Europe; Spalatum Expo-Festival destinacije; program splitskih KUD- ova nacionalnih manjina: *Dom je tamo gdje je pjesma*; Coppelia u HNK Split. Ova manifestacija svojim bogatim programom i uključivanjem svih dionika grada Splita zadovoljava ukuse najzahtjevnijih posjetitelja, kako građana grada Splita tako i stranih turista. Upravo ova manifestacija već desetljećima njeguje našu tradiciju, kulturno- povijesnu i nematerijalnu baštinu, te sportski duh grada i cilj nam je da postanemo prepoznatljivi i turistima koji će doći posjetiti naš grad baš u vrijeme Sudamje kada će imati priliku okusiti, doživjeti i sudjelovati u našim tradicionalnim običajima. Upravo raznovrsnim programom koji u potpunosti promiče tradiciju, ostvaruje se iznimno visoka izvornost i za domaće i za strane posjetitelje. Program se održava od početka do sredine svibnja, i jedan je od vodećih motiva dolaska turista u Split izvan glavne sezone. Ekonomska korist ovog događaja ogleda se u multiplikativnom efektu na cijeli turistički sektor Splita u predsezoni.

KONCERTNI PROGRAM: RIVA, TRGOVI GRADA, PODRUMI

CILI SVIT U SPLIT



Glavni cilj koncertnog programa na Rivi bio je prezentacija kulturne baštine kroz glazbu i narodnu nošnju. Dodano, naglasak je bio i na različitim tematskim zabavnim koncertima s ciljem bogaćenja sadržaja u destinaciji za vrijeme boravka gostiju. Obilje kulture, zabave, glazbe i sporta prošlo se kroz više od 90 programa kroz tri mjeseca. Nastupi kulturno umjetničkih društava od kojih se ističu KUD Brodosplit, KUD Filip Dević i KUD Jedinstvo, izazvali su izrazito pozitivne reakcije posjetitelja. Glazbene programe uspješno su svojim plesnim točkama nadopunjavale Mažoretkinje Grada Splita. Klapskom pjesmom tradiciju Splita i Dalmacije prezentirale su brojne muške i ženske klape. Zabavu na Rivi upotpunili su brojni zabavni bendovi i tematske večeri: večeri klasične glazbe, disco, večer Mile Krajne, večer bluesa, latino glazba, country vikend, vikend irske i engleske glazbe, projekt *Romansa pod zvizdama*. Brojni ljubitelji jazza uživali su u jazz večerima a veliki interes izazvao je nastup Jazz World Orchestra. Dio programa posvetili smo njegovanju nacionalnog identiteta: vikend posvećen Danu pobjede i domovinske zahvalnosti i Danu hrvatskih branitelja. Poseban nacionalni ponos osjetio se na proslavi Dana hrvatskog ponosa i zajedništva gdje smo brojne domaće i strane posjetitelj prisjetili veličanstvenog uspjeha na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji. Jedan od ciljeva koncertnog programa je i njegovanje simbola Splita i

Dalmacije pa je tako posebno bilo na koncertu pod nazivom „Dalmacija u mom oku“ i „Oliver tribute“ posvećen Oliveru Dragojeviću a u izvedbi hrvatskih iseljenika u Argentini. Da ljeti uistinu cili svijet dođe u Split potvrdili su nastupi brojnih inozemnih kulturno umjetničkih društva poput umjetničkog društva Ilinden iz Struge. Riječ je o suradnji s Kulturnim Makedonskim centrom koja je do sada rezultirala gostovanjem kulturno umjetničkih društava iz Skopja, Ohrida, Bitola, Demir Hisara, Prilepa i Kreševa. KUD broji 40 plesača te cijeli zabavni orkestar i bend Cresevo topče. Bila je to večer makedonskih plesova, napjeva, vrhunskih i živopisnih narodnih nošnji. Ovim gostovanjem Split je jednom pokazati da, kao grad kulture, njeguje i cijeni kulturu i običaje prijateljskih zemalja poput Makedonije. Nastup na manifestaciji *Cili svijet u Split* uvećali su i mažoretkinje iz Poljske te Crne Gore.

SPLITSKI FESTIVAL

59. Festival zabavne glazbe Split 2019. se održao od 04. do 06. srpnja na Prokurativama. U programu su sudjelovala renomirana autorska i pjevačka imena iz Hrvatske. Prvu festivalsku večer pred prepunim gledalištem otvorio je Petar Grašo uz prateći bend sastavljen od vrhunskih glazbenika. Od prvog takta u raspjevanoj atmosferi, splitska je publika uglas pjevala s ovim jedinstvenim umjetnikom, a Prokurative su bile popunjene do posljednjeg mjesta. Druga, retrospektivna večer festivala pod nazivom *Split pjeva Mišu*, bila je posvećena Miši Kovaču. Omiljeni pjevači su izvodili Mišine najveće hitove. Mišine evergreene pjevali su Ivana Kovač, Mladen Grdović, Vlado Kalember, Dražen Zečić, Goran Karan, Alen Nižetić, Giuliano, Mjesni odbor, klapa Rišpet i brojni drugi, a sve je to u publici na Prokurativama pratio i jedan i jedini Mišo Kovač kojem se publika još jednom poklonila i gromoglasno mu zapljeskala. Hrvatska diskografska udruga dodijelila mu je posebnu plaketu za 20 milijuna prodanih nosača zvuka, a u ime Splitskog festivala dobio je Bijelog galeba. Bila je to noć za pamćenje i teško da će se ikad ponoviti takva emotivna večer na Prokurativama. Besmrtni Mišini hitovi užarili su atmosferu pjesmama koje diraju dušu i srce. Treću, finalnu večer festivala, poznati hrvatski izvođači izveli su novih 25 pjesama uz veliki festivalski orkestar te isključivo pjevanje i svirku uživo. Show program finalne večeri s odličnom ekipom glazbenika bio je posvećen grupi More i vječnim hitovima koje su izvodili s neprežaljenim Oliverom, Meri Cetinić, Doris, Tedijem... U ovoj večeri nastupili su Tomislav Bralić i klapa Intrade, Hari Rončević, Giuliano, Neno Belan, Alka Vuica, Marko Tolja, Mia Dimšić, Mladen Grdović, Goran Karan, Tedi Spalato, klapa Rišpet, Domenica... te mnogi mladi perspektivni izvođači. Sve tri večeri je snimala Hrvatska radio televizija, a program Finalne večeri bio je u izravnom televizijskom prijenosu. I ove godine gledalište je pretvoreno u amfiteatar. Pozornica je smještena ispred istočnih arkada čime se postigla intima između izvođača i publike, te se još više naglasila ljepota kamenih kolonada na Prokurativama, koje su posebnim osvjetljenjem uz sjajnu scenografiju Davora Antolića Antasa poprimile jedan sasvim novi izgled.

ANTIČKA DOGAĐANJA I SMJENA STRAŽE

U 2019. godini naglasak antičkih događanja bio je na projektu Rimski đir koji se održavao na Peristilu svaki petak u 20 sati, nakon kojeg je uslijedila promenade povorke rimskih vojnika zajedno sa carem Dioklecijanom kroz cijeli grad. Glavni cilj je bio pružiti većem broju posjetitelja sudjelovanje u oživljavanju povijesti i bogaćenju sadržaja na temu antike kroz cijelo ljeto.

Nakon svakodnevne *Smjene straže* i stotina tisuća posjetitelja ovog programa kroz proteklih četrnaest godina tijekom ljetne sezone, želja nam je bila s *Rimskim đirom* pružiti novi estetski i umjetnički program s elementima povijesnog sadržaja svim građanima grada Splita te stranim i domaćim turistima. Kroz dvadeset petaka kreirali smo četiri različita tematska sadržaja: Pozdrav i obraćanje cara Dioklecijana, Sapere Aude/Usudi se znati, Rimski marš te Uspomena na carski Split. Svi ljubitelji antičke kulture imali su priliku upoznati cara Dioklecijana, caricu Prisku, fotografirati se uz pretorijansku stražu i legiju diljem Palače, doživjeti Cara kao vodiča kroz svoju palaču, te ono najbitnije, kao uspomenu sa sobom ponijeli su fotografiju sa carskog Peristila.

Svečano otvaranje manifestacije obilježili smo u sklopu prve ovosezonske *Smjene straže*, dana 17. svibnja u 12 sati na Peristilu smo dali priliku malom caru Dioklecijanu i njegovoj ženi Priski, čije su likove utjelovili učenici OŠ Pojišan, da nam ispričaju priču o nastanku našeg grada kroz spoj prošlost i sadašnjost Splita igrom pod nazivom *Dječja turistička razglednica*. U večernjim satima istoga dana, u 20 sati na Peristilu je održana svečana *Smjena straže*, pod vodstvom vojnika iz HNK Split i udruge Dioklecijanova legija, kada se car Dioklecijan obratio narodu na Peristilu te su se održale gladijatorske borbe uz postrojavanje rimske legije. Svečani završetak antičkih događanja održan je 27. rujna na svjetski Dan turizma.

SPLITSKO LJETO

Tijekom 32 dana međunarodnog kazališnog festivala održanog od 14. srpnja do 14. kolovoza na čak 18 ambijentalnih pozornica izvedeno je 39 naslova/događaja u ukupno 49 izvedbi; četiri operna, deset dramskih, pet plesnih i devet koncertnih naslova, tri filmske projekcije, šest izložbi, jedna promocija monografije i otkriven je spomenik velikom splitskom pjesniku Tonču Petrasovu Maroviću. I ove godine Splitsko ljeto predstavilo je svoje produkcije i izvan Splita, u Vrlici, Makarskoj, Gatima i Gornjem Sitnu. Festival je otvoren premijernom izvedbom opere *Rigoletto*, Giuseppe Verdija, 14. srpnja na Peristilu – po prvi put ova je opera izvedena na Peristilu -, u režiji Dražena Sirišćevića i pod dirigentskom palicom Ive Lipanovića. Uz premijernu izvedbu *Rigoletta*, u repriznom opernom programu izvedeni su i *Aida* i *Nabucco* Giuseppe Verdija, te *Ero s onoga svijeta*, Jakova Gotovca, u Vrlici i Makarskoj. Ukupan broj opernih izvedbi bio je 8. U dramskom programu premijerno je u Meštrovićevoj galeriji izvedena produkcija koja je dramaturški i produkcijski izazovno spojila djela Racine i Camusa: *Kaligula/Britanik*, u režiji Gorana Golovka, a obnovljena je i prošlogodišnja uspješnica *Orestija*, u režiji Dejana Projkovskog u Sitnu Gornjem, prostoru drevne Poljičke republike. Reprizirani su i *Smije i suze starega Splita*, *Marlene Dietrich* te realizirano 5 gostovanja. U baletnom programu premijerno je na Sustipanu izvedena produkcija *Piazzola/Stravinski*, spoj Piazzollinog *novog tanga* i ruske poganske legende u avangardnoj i revolucionarnoj glazbenoj i plesnoj obradi Stravinskog i Nižinskog. Produkciju je realiziralo čak pet europskih koreografa mlađe generacije: Claudio Cangialosi, Douglas Lee, Kristian Lever, Stephen Delattre i Igor Kirov. Splitski balet realizirao je i Baletnu gala-večer te koprodukciju u sklopu drugog izdanja *Heritart festivala* naslovljenu *Plesna baština Posveta - Djagilevu i Nižinskom*. Realizirana su i dva gostovanja. U programu Splitskog ljeta, prikazana su i tri filma (General, Dopunska nastava i Dnevnik Diane Budisavljević), predstavljena monografija dr.sc Acije Alfirević, Kazalište okrutnosti Harolda Pintera, te održano svečanost otkrivanja spomenika splitskom pjesniku i književniku Tonču Petrasovu Maroviću na Sustipanu. Usporedbom broja programa, gledatelja i prihoda, svake godine primjetan je porast u svim segmentima što pokazuje da Splitsko ljeto uspješno nastavlja s razvijanjem svoga programa, a što donosi i porast publike i veći prihod od ulaznica.

FESTIVAL ULTRA EUROPE

Festival Ultra Europe održan je u 2019. godini na novoj lokaciji, stadionu Park mladeži. Ultra Europe festivala u tri dana posjetilo oko 150 tisuća partijanera iz 140 zemalja a nastupili su brojni svjetski poznati DJ- evi, David Guetta, Swedish House Mafia, Above & Beyond, Adam Beyer, Afrojack, Alesso, Armin van Buuren, Carl Cox, The Chainsmokers, DJ Snake, Dubfire, Jamie Jones, Joseph Capriati, Maceo Plex, Marco Carola, Gud Vibrations, Rezz, Rezz, Richie Hawtin, Sasha & Nic Fanciulli, Steve Aoki i Tchami X Malaa i ostali. U tjednu Ultra festivala, prema podacima sustava eVisitor, na području Splita ostvareno je 49.591 dolazaka i 166.542 noćenja. Ukoliko ove podatke usporedimo sa rezultatima turističkog prometa u tjednu Ultra festivala prošle godine, riječ je o porastu od 10% u dolascima i 12% u noćenjima. Kada govorimo o popunjenosti svih smještajnih kapaciteta, ona iznosi 60% što je za 4% više u odnosu na tjedan Ultra festivala u prethodnoj godini a najbolja popunjenost zabilježena je u objektima visoke kategorije (4 i 5 zvjezdica).

FESTIVAL KLAPA NA PERISTILU

Večer klapa koja se održala u susret Splitskom festivalu pod nazivom *Split u klapskoj pjesmi* se održava već tradicionalno na Peristilu kao uvertira Festivalu. Pa je tako i ove godine 03. srpnja održana klapsku večer na Peristilu koja njeguje tradiciju i prezentira Split kroz glazbu i kulturu. Ova večer predstavlja dodanu vrijednost najprestižnijem festivalu zabavne glazbe u Hrvatskoj koji iz godine u godinu pobuđuje veliko zanimanje javnosti i okuplja najbolje autore i istaknute glazbene zvijezde i što je najvažnije, pridonosi kvaliteti glazbenog izričaja u našoj zemlji. Na taj način smo samu manifestaciju programski i umjetnički osvježili te dodatno obogatili popratnim događanjima turističku, glazbeno-kulturnu ponudu grada Splita.

FESTIVAL MALI SPLIT

Festival Mali Split godinama bogati turističku ponudu i u Split dovodi djecu iz cijelog svijeta. Mali Split već 29 godina za redom ima posebnu sociološku vrijednost u povezivanju djece Splita sa djecom iz Hrvatske i cijelog svijeta te njihovog razvoja kroz glazbu i ples. I u 2019. godini Festival je okupio preko 500 djece koja su uživala u nastupima Slavuji Glazbene škole “Jan Vlašimski” iz Virovitice, dječjeg plesnog zbora Libretići iz Zadra, plesnog zbora Zagrepčanke i dečki, dječjeg vrtića Kaštela, dječjeg zbora Plavi mjesec Vrbovec, nastupu malih pjevača iz Splita, Imotskog, Rijeke, Trogira, Mostara...

PRAZNIK CVIJEĆA

Udruženje obrtnika Split organiziralo je 44. tradicionalni Praznik cvijeća *Cvitni trudi 2019* koji je bio izložen u Dioklecijanovim podrumima. Uz Turističku zajednicu Grada Splita i Grad Split kao pokrovitelje ove manifestacije, tu su i Parkovi i nasade d.o.o kao suorganizatori. Imali smo priliku vidjeti brojne cvjetne kreacije i prezentaciju zanimljivih cvjetnih eksponata. Praznik cvijeća je ugostio brojne floriste, kolege iz drugih dijelova Hrvatske: Siska, Zagreba, Ploča, Brača, Kaštela, Sinja, Rijeke, te razne lokalne OPG-ove koji su ove godine prezentirali svoje cvijeće te rad naših vrsnih splitskih florista. Cvjetni aranžmani su prikazali živote i rad obrtnika-bačvara, poljoprivrednika, fotografa, urara i mnogih drugih zanimanja te se nastojalo našim sugrađanima i gostima prikazati kako se živjelo nekada. Vratili smo se u Palaču koja je vrvjela od malih obrtničkih radnji i još jednom podsjetili kako su upravo obrtnici ti koji su sudjelovali u razvoju našeg grada. Otvorenje same manifestacije bilo je održano za građane 3.svibnja 2019. u Podrumima Dioklecijanove palače, a manifestacija je trajala sve do 7.svibnja. Dana 2. svibnja u podrumima u jutarnjim satima, smo ugostili Hrvatsku obrtničku komoru koja je organizirala državno florističko natjecanje te su radovi florista bili prezentirani na sajmu i dostupni našim građanima za razgledavanje.

URED DIREKTORICE

Tijekom 2019. godine direktorica je organizirala i rukovođila radom i poslovanjem Turističkog ureda s ciljem ostvarenja Programa rada Turističke zajednice grada Splita za 2019. godinu, a koji je temeljen na strateškim razvojnim dokumentima s naglaskom na Strateški marketinški plan destinacije Split. Direktorica je koordinirala suradnju ureda s Gradom Splitom, glavnim uredom HTZ-a, MINT-a i ostalim za turizam značajnim institucijama.

Ured direktorice ostvario je uspješnu suradnju s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije kroz projekte edukacije ključnih dionika, suorganizaciju studijskih putovanja za više od 100 inozemnih novinara i agenata, zajedničkim koordinacijskim sastancima na kojima se raspravljalo o gorućim temama turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji i Splitu, a na kojima su sudjelovali i predstavnici Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice i Državnog inspektorata. Glavne teme odnosile su se na pripremu turističke sezone, razvoj cikloturizma i tematskih staza, primjenu novih Zakona, zajednička očitovanja na "Pravilnik o najvišem i najnižem iznosu boravišne pristojbe"...

Uspješna suradnja ostvarena je i s lokalnim turističkim zajednicama a posebno uspješnim pokazao se projekt Welcome desk u Zračnoj luci Split. Suradnju s lokalnim turističkim zajednicama ostvarena je i kroz brojne manifestacije i kongrese poput Međunarodnog kongresa antičkih gradova.

Od suradnje s domaćim institucijama važno je istaknuti suradnju s HGK kroz brojne rasprave o važnim temama za turizam Splita te podrškom projektima poput projekta Kupujmo Hrvatsko, 5. nacionalnog Foruma obiteljskog smještaja i prezentaciji Splita u Poljskoj.

Direktorica je u 2019. godini ostvarila suradnju s konzularnim uredima i



veleposlanstvima s ciljem poboljšanja uvjeta boravka i sigurnosti turista u Splitu. Direktorica je podržala imenovanje gospodina Mirka Tunjića počasnim konzulom Kraljevine Španjolske kao i otvaranje konzulata. Ured direktorice sudjelovao je na prijemu za delegaciju iz J.Koreje a ostvarena je i suradnja s Ambasadom Republike Koreje pa je tako kreiran i u distribuiran letak „Safe travel in Croatia for Korean tourists“ koji olakšava turistima s ovog emitivnog tržišta boravak u Splitu i Hrvatskoj.

Značajna suradnja ostvarena je i s Konzularnim uredom Veleposlanstva Sjedinjenih Američkih Država, pa je tako održan sastanak s vicekonzulicom Rebeccom I. Tehan, s ciljem unaprjeđenjem kvalitete boravka gostiju iz SAD-a u Splitu, koji predstavljaju jedno od vodećih emitivnih tržišta, ali i dodatnom zaštitom i pružanju brzih informacija američkim turistima. S ciljem unaprjeđenja boravka kineskih gostiju, ured direktorice sudjelovao je na radionici „Welcome Chinese“ u organizaciji Ministarstva turizma.

S ciljem doprinosa na promociju Splita kao pristupačne destinacije osobama s invaliditetom, ured direktorice sudjelovao je na fokus grupi u okviru projekta "Tourism4All", financiranog iz programa prekogranične suradnje Interreg Italy - Croatia. Direktorica je sudjelovala i na sastancima s Pravobraniteljicom za osobe s invaliditetom na temu pristupačnost javnih površina, ugostiteljskih i trgovačkih objekata u gradu Splitu.

Ured direktorice podržao je i projekt Grada Splita „Otpad nije smeće“ te su kroz informativne centre domaći i strani posjetitelji informirani o važnosti održivog razvoja i očuvanja prirodnih resursa ali i samog projekta.

Zasigurno jedan od najznačajnijih projekata u 2019. godini je ITT konferencija, prestižna godišnja konferencija britanskog udruženja profesionalaca u turizmu ITT - Institute of Travel and Tourism. Domaćinstvo Splita rezultat je nekoliko inspekcijskih putovanja kroz 2018. i 2019. godinu na kojima smo prezentirali mogućnosti i prednosti Splita za organizaciju ovako značajne konferencije. ITT konferencija održala se od 10. do 12. lipnja u hotelu Le Méridien Lav te je u Split privukla više od 400 vodećih delegata i predstavnika britanskog turizma kao što su VisitBritain, British Airways, easyJet, TUI, Thomas Cook, Lonely Planet i dr. Domaćini ITT konferencije, jedine profesionalne turističke udruge u Ujedinjenom Kraljevstvu u čijem su članstvu vodeći generalni menadžeri i lideri britanske turističke industrije, su Hrvatska turistička zajednica, TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ grada Splita i TZ grada Hvara.



Predsjednik ITT-a Steven Freudmann predstavio je rad ITT-a i nove članice te je naglasio kako su oduševljeni golemim gostoprimstvom, zadivljujućom ljepotom te kvalitetom hrvatske turističke usluge. „Ovakvo domaćinstvo teško je opisati riječima. Nema razloga da vaša zemlja ne bude jedna od top destinacija britanskih turista. Hvala Hrvatskoj, hvala Splitu i Splitskoj regiji“, poručio je Freudmann. Sudionici konferencije i govornici na konferenciji bili su visoki uzvanici kao što je lord Andrew Adonis, bivši britanski ministar za promet i obrazovanje koji je govorio o utjecaju Brexita na ulazni i izlazni turizam zemlje, dok je Carol Dray, komercijalna direktorica VisitBritain govorila o novim ulogama i ciljevima britanske nacionalne turističke organizacije u promoviranju zemlje. Predstavnici British Airwaysa održat će posebnu prezentaciju povodom 100. obljetnice koju ova kompanija obilježava ove godine, a na konferenciji se govorilo i o ulozi novih tehnologija u analizama podataka i kreiranju proizvoda, važnosti komunikacije u turističkoj promociji, kružnim putovanjima i dr. Prije Splita domaćinstvo su imale svjetske turističke destinacije poput Tel Aviva, Malte, Abu Dhabia, Venecije i Dubaia, ali reakcije na izvrsnu organizaciju potvrđuju da je ovo bio najuspješnije izdanje ITT konferencije do sada, a sudionici su posebno oduševljeni programom koji smo organizirali u suradnji HTZ-om i TZ Splitsko- dalmatinske županije. Cjelokupni program

konferencije uključivao je organizirane ture te obilaske turistički atraktivnih lokacija i znamenitosti na području županije s naglaskom na Split.

U suradnji s predsjednikom TZ-a, Ured direktorice pripremao je materijale za rad tijela TZ-a (Vijeće i Skupštinu). Direktorica je sudjelovala u radu Nadzornog odbora, te provodila odluke turističkog vijeća. Prema odluci Skupštine TZ-a tijekom godine odobravalala je potpore brojnim manifestacijama, projektima, skupovima koji unaprjeđuju i promiču splitski turizam.

Ured direktorice pružio je podršku u provedbi nekih od najvažnijih istraživanja o preferencija i motiva dolaska turista u RH, dobar primjer je nacionalno istraživanje

obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj pod nazivom - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - TOMAS HRVATSKA 2019. koje je Ministarstvo turizma RH provelo po prvi puta u 2019. godini. Podršku smo pružili i Institutu za turizam u provodi istraživanja strukture, kvalitete i razvojnih perspektiva obiteljskog smještaja na području Splitsko – dalmatinske županije.

Direktorica je u 2019. godini imenovana članom Partnerskog vijeća "Strategije razvoja grada Splita do 2030. godine".

Direktorica je podržala i preko 50 međunarodnih skupova i kongresa poput „Nobel Days“ na Medicinskom fakultetu i „MEDITERAN 365,, - sajam, manifestacija turizma, ugostiteljstva,



Good afternoon Ladies and Gentlemen,

I wish to express my sincere thanks to you all for your welcome and incredible hospitality at the ITT 2019 Conference. There is no doubt that our Split Conference will be remembered as one of the most successful ITT Conferences in our sixty-five year history.

Feedback from the 400 delegates has been truly amazing. Without exception, everyone loved Croatia and the City of Split and its surrounding islands. The setting of the Welcome Party was simply unforgettable and the hospitality and food and music of the Farewell Party were equally memorable.

It is now clear that you have 400 lifelong ambassadors for your wonderful country. I sincerely hope that we shall be able to continue to work together in the future to our mutual benefit.

Once again, thank you so much.

Very best wishes,

Steven



zdravstva, mediteranskog načina života, koji predstavlja profesionalnu platformu za okupljanje vodećih stranih medicinskih i zdravstvenih i turističkih poslovnih subjekata. Osim kongresa i skupova važnih za razvoj zdravstvenog turizma, direktorica je podržala i brojen druge kongrese s naglaskom na kulturu i sport poput konferencije „Sigurnost povijesnih gradova“.

Direktorica je poticala suradnju i s obrazovnim institucijama i školama poput Splitskog sveučilišta. Valja istaknuti i projekt novog suvenira, maskice za mobitel kojim je potaknuta suradnja s Turističko-ugostiteljskom školom. Turističko-ugostiteljska škola Split bila je i domaćin 32. godišnje konferencije AEHT koju je podržao Ured direktorice. Na Pomorskom fakultetu Sveučilišta u Splitu provedeno je istraživanje “Održivi razvoj brodova na kružnim putovanjima u luci Split” koje je također podržano od strane Ureda direktorice.

Direktorica je poticala na suradnju među institucijama s ciljem očuvanja kvalitete i sigurnosti boravka turista u destinaciji. Dobar primjer je i tečaj engleskog jezika za djelatnike MUP-a ili pak zajednički sastanci predstavnika MUP-a, Grada Splita, Turističke zajednice grada Splita te Udruženja obrtnika Split, radi problematike džepara na području grada Splita.

Ured direktorice doprinio je izradi projektnog zadatka Strateški plan brendiranja Integriranog programa Splita kao grada sporta i kulture u sklopu EU projekta Split – mjesto dodira sporta i kulture. Nositelj projekta je Grad Split, dok su partneri Turistička zajednica Grada Splita i Javna ustanova Športski objekti Split. S obzirom na dobru suradnju s Gradom Splitom, uvidjeli smo priliku za zajedničkom izradom Strategije brendiranja jer je riječ o projektu od strateške važnosti. Nedostatak je što su prilikom prijave projekta u samom nazivu Strategije istaknuta dva turistička proizvoda, ali u samom Projektnom zadatku i prilikom dogovora s Izvođačima naglašeno je da se analiza ova dva proizvoda ne može vršiti bez kompletne analize cjelokupne turističke ponude. Prilikom davanja prijedloga Gradu Splitu za izradu Projektnog zadatka koristili smo piramidu od šest faza za razvoj koncepta brenda. Riječ je o metodi Svjetske turističke organizacije (UNWTO) prema kojoj se do srži brenda dolazi kroz etape putem kojih se 'sustavom lijevka', polazeći od atributa destinacije, dolazi do same biti brenda, odnosno, do dva ili tri ključna pojma koja na najbolji način oslikavaju njenu posebitost.



Plodna i uspješna suradnja nastavljena je sa svim kulturnim institucijama na području Splita, od kojih je osobito važno istaknuti suradnju s HNK Split, Muzejom grada Splita i Galerijom Meštrović kroz brojne projekte s naglaskom na poticanje povećanja broja posjetitelja u kulturnim ustanovama u zimskom periodu. Osim kulturnih institucija izvrsna suradnja nastavljena je i s kulturno umjetničkim društvima od kojih se posebno ističe KUD Jedinstvo koje je u 2019. godini proslavilo svoj 100. rođendan.

U 2019. godini ured direktorice uspješno je informirao javnost o radu Turističke zajednice, kroz svakodnevnu komunikaciju s medijima i brojne konferencije za medije, i surađivao s lokalnim, nacionalnim i inozemnim medijima od kojih naglašavamo sljedeće: Slobodna Dalmacija, Jutarnji list, Večernji list, 24 sata,



Dalmatinski portal, Dalmacija Danas, Hina, UT magazin, Poslovni dnevnik, Radio Dalmacija, TV Dalmacija, TV Jadran, Kanal 5, Mreža TV – HRT, NOVA TV, RTL, N1. Tijekom 2019. direktorica Turističkog ureda zastupala je Turističku zajednicu na brojnim nacionalnim i internacionalnim skupovima izuzetno važnima za razvoj i održivi rast turizma u gradu Splitu.

Direktorica je sudjelovala na Turističkoj burzi PUT, najstarijem hrvatskom B2B turističkom susretu gdje je prezentirala Split kao cjelogodišnju turističku destinaciju. Na poziv organizatora Turističke zajednice grada Zagreba i njihove direktorice, gospođe Martine Bienenfeld, Hrvatske turističke zajednice i pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma Republike Hrvatske, Ministarstva zdravstva Republike Hrvatske i Hrvatske gospodarske komore te uz podršku Hanza Medije i Grada Zagreba, direktorica je sudjelovala na Konferenciji zdravstvenog turizma u Hrvatskoj „Health Spot Croatia“.

Uz dodjelu financijskih sredstava, Ured direktorice podršku sportskim, kulturnim, gastronomskim, zdravstvenim manifestacijama osnažuje i tiskovnim konferencijama i objavom putem naših promotivnih kanala. Ističemo sljedeće manifestacije: Ultra music festival, 19. Splitski polumaraton, Dioklecijanova amfora, Međunarodna veslačka regata Sveti Duje, SHIFT konferencija, EVO RUKE! (Revija urbane kulture), Festival mediteranskog filma Split, MAGfestival, međunarodni festival komorne glazbe, Međunarodni zborni festival CRO Patria...





Dalmatinski portal
11 h · 🌐

Veličinom i brojem stanovnika taj je španjolski grad najslbližnji Splitu, a svojim strateškim opredjeljenjem cjelogodišnji turizam bazira na ponudi kulture i gastronomije



DALMATINSKIportal.hr
RAZMJENA ISKUSTAVA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM
Turistički djelatnici Splita kod kolega u San Sebastianu



STANAK U TURISTIČKOJ
EDNICI Razmjena iskustava s ciljem
išanja uvjeta boravka američkih
u Splitu

... jedna od najvećih emitivnih tržišta u svijetu s 325,7
... od čega petina američkih državljana putuje u

Predstavnice Konzularnog ureda Veleposlanstva Sjedinjenih Američkih Država danas su posjetile Turističku zajednicu grada Splita. Tako je vicekonzulicu **Rebecu I. Tehanu**, u pratnji službenice za konzularne poslove **Martine J. Delije**, primila direktorica Turističke zajednice grada Splita **Alijana Vukšić**.

SPLIT TOURIST BOARD DIRECTOR ALIJANA VUKSIC ON THE UPCOMING SEASON

🕒 APRIL 8, 2019 🧑 PAUL BRADBURY



As Split prepares for another bumper tourist season, Split Tourist Board Director Alijana Vuksic talked to the [Croatian media](#) about tourism in the Dalmatian capital.

"If judged by the results of the Split Tourist Board, in the first two months we recorded a 25 percent increase in arrivals and overnights. The reason for this may be the many events in the city during the winter months because we must not forget that behind us is the Split Half Marathon, numerous congresses, and fairs that are a good motivator for arrivals to the destination, but good results are also recorded in the surrounding cities. It's a great introduction



Dalmacija danas

OTKRIVEN PROGRAM ADVENTA U SPLITU Kreće 30. studenog koncertom ...

Direktorica je prezentirala Split na najvažnijim turističkim sajmovima WTM London i ITB Berlin. Valja istaknuti i ostale prezentacije Splita na kojima je Direktorica u suradnji s Gradom Splitom predstavljala turističku ponudu Splita, poput prezentacije u Rimu na sajam UNESCO gradova koji se održao od 24. do 29.09., te u poljskom Rzeszówu u organizaciji Grada Splita, Turističke zajednice Splita i HGK - Županijske komore Split, u sklopu manifestacije "Paniagi Feast" koja se svakog 3. svibnja održava u Ulici 3. maja, gdje je predstavljen gospodarski i turistički potencijal Splita i Splitsko-dalmatinske županije.

Splitski polumaraton najvažnija je sportska manifestacija i glavni motiv dolaska turista u predsezoni, stoga je s ciljem povećanja broja sudionika i razvoja Splitskog polumaratonu u Splitski maraton, direktorica prezentirala Split na Maratonu u Moskvi, jednom od najvećih svjetskih maratona. Prezentacija je održana na info pult na „Moscow expo“ sajmu u sklopu maratona. Prezentacija je ujedno bila i prilika za jačanje suradnje s predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u Moskvi i dogovore oko promocije Splita na tržištu Rusije.



Direktorica je sudjelovala i na studijskom putovanju Turističkog vijeća Splita, u posjet turističkim djelatnicima grada San Sebastian u Španjolskoj, gdje su s domaćinima izmjenjena iskustva u upravljanju turističkom destinacijom koja je uspješno realizirala cjelogodišnji turizam.

Od brojnih studijskih putovanja novinara koje je podržao Ured direktorice i podršku snimanju brojnih međunarodnih TV kuća, valja istaknuti Newsweek Magazine, talijanski Vanity fair, Condé Nast Traveler putopisni program o Splitu "Somewhere Street" japanske državne televizije (Japan Broadcasting Corporation, NHK), španjolski TV program "Viajeros Cuatro", švedsku produkcijsku kuću UDSY za TV3, Travel Channela Poljska, Nautical Channel, Sonnenklar TV- Frankfurt, ruska TV, UKTV and the Discovery Channel, Njemački TV channel ZDF, Sonnenklar TV- Frankfurt, putopis na temu luksuzna Hrvatska sa slovenskom nacionalnom televizijom RTV SLO, kinesku TV kuću Zhejiang TV i turističko-putopisnu dokumentarnu emisiju "ON THE ROAD", Slovačku TV JOJ...

U suradnji Turističke zajednice Splitsko- dalmatinske županije i Turističke zajednice grada Splita, organiziran je studijski posjet istaknutih svjetskih novinara s naglaskom na kulturni turizam. U trodnevnom programu "Kulturni turizam", novinari upoznaju kulturnu ponudu Dalmacije i Splita a poseban naglasak stavljen je na proslavu blagdana svetog Dujma i Dana grada Splita. Ugledni novinari iz ciljanih tržišta Danske, Francuske, Poljske, Nizozemske, Francuske, Austrije i Norveške: Maria Christina Hilstrom, Duclos/Solene Diane Marie Karine, Orlikowska Malgorzata, Schalke Melissa Debora, Van Bijsterveld Sandra, Weenink Laura Marbella, Blanken Mirjam, Vlaanderen Laura Marina, Walczowska Karolina Janina, Maraine Marie Ange Huguette, Reif Edith, Edelmayer Waltraud, Anette Brathen Moen, nisu krili zavidljivost značajem koji blagdan Svetog Dujma ima za grad Split ali i cijelu Hrvatsku.

Jedan od ciljeva u 2019. godini je bio i dodatna promocija gastro ponude pa je tako ured direktorice ugostio turističku agenticu Wandu S. Radetti iz New Yorka koja vodi www.visitcroatia.com (Tasteful Croatian Journeys). Svake godine od 2006. do danas nagrađivana je kao Top World Travel Specialist for Croatia koji organizira personalizirane luksuzne aranžmane s naglaskom na kulturi i gastronomiji.



SO, **WHY** WEAR A
RUNNING SHOE?



EDITORS' PICK | 141,054 views | Dec 18, 2019, 06:00am EST

Where To Go Next: 27 Best Places To Travel In 2020



Laura Begley Bloom Senior Contributor

ForbesWomen

Transformative Travel: I look at how travel can change lives.



Exploring the Greek island of Santorini, which is one of the 27 best places to go in 2020. PHOTO COURTESY OF BECCA INGLE

Where are you headed in 2020? Given that we're on the verge of not just a new year but a new *decade*, this is the time to go big—and travel far—in 2020. To help fuel your wanderlust,

Za kraj valja istaknuti da je kao rezultat jednog od studijskih putovanja u suradnji s predstavništvom Hrvatske turističke zajednice u New Yorku, uključivanje Hrvatske i Splita u Forbesov članak kao destinaciju koju se predlaže posjetiti u 2020oj godini.

INCENTIVI I PROMIDŽBENI ALATI,

POTPORE PODIZANJU KVALITETE TURISTIČKE PONUDE

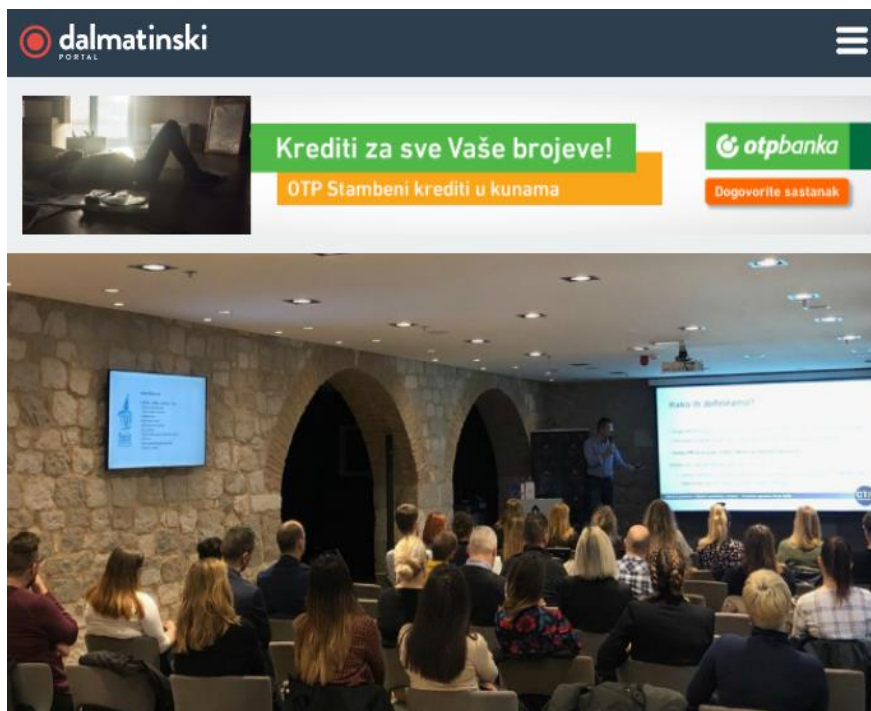
CITY BREAK projekt je alat kojim gostima u pred i posezoni nastojimo ponuditi povoljan proizvod koji će nas plasirati na tržište konkurentnih CITY BREAK destinacija. U CITY BREAK 2019. godine uključili smo besplatna vođenja, besplatne karte za predstave iz bogatog opusa HNK Split, gratis karte za subotnje koncerte te Split Card kojom je u program uključen i javni prijevoz. Split Card je kartica s dodanom vrijednošću kojom smo i 2019. godine našim posjetiteljima nudili niz pogodnosti. Pravila za ostvarenje SplitCard kartice razlikuju se u zimskom i ljetnom periodu. Ako gost u ljetnom periodu (od travnja do rujna) ostaje u Splitu 5 ili više noćenja, u bilo kojem tipu smještaja, može preuzeti svoju besplatnu SplitCard karticu u jednom od naših Turističkih informacijskih centara TIC Peristil, TIC Riva i TIC Stobreč. Ako gost u zimskom periodu (od listopada do ožujka) ostaje u Splitu 2 noći (od petka do nedjelje) u jednom od gradskih hotela, može preuzeti svoju besplatnu SplitCard karticu na recepciji svog hotela ili u Info centrima. Zimska SplitCard kartica dostupna je isključivo hotelskim gostima I dio je City Break programa Uslugu Split Card kartice u 2019. godini koristilo je preko 2.000 turista.

S ciljem podizanje kvalitete turističke ponude u 2019. godini organizirali smo niz edukacija. Osim samostalnih edukacija, suorganizacijom smo podržali i edukacije pod organizacijom Turističke zajednice Splitsko- dalmatinske županije kako bi zajedničkim angažmanom educirali o nekim od najvažnijih tema. U 2019. godini teme su se odnosile na edukaciju privatnih iznajmljivača, agencija i hotelijera. Na edukacijama su se obrađivale sljedeće teme: prava i obveze privatnih iznajmljivača, mali iznajmljivač mali poduzetnik, domaćin u turizmu, inovacije u uređenju, borbeni paket – channel manager, povezivanje privatnog smještaja s ponudom destinacije, administrativno poslovanje- propisi i zakoni obiteljskog smještaja, ispostavljanje računa, plaćanje PDV-a, ulazak u sustav PDV-a, izrada cjenika, pomoćni kreveti, RTV pristojba, evakuacijski plan, kako se GDPR odnosi na male iznajmljivače, rekategorizacija, analiza isplativosti iznajmljivanja, predlošci i organizacija rada u objektu, komentari/komunikacija. Jedna od najpopularnijih edukacija za turističke djelatnike je i već tradicionalni tečaj engleskog jezika. Upotreba engleskog jezika kroz platforme, unapređenje komunikacije s gostima na engleskom jeziku kroz platforme, opisivanje nekretnine na engleskom jeziku za uspješnu prodaju, odgovaranje na upite, pripremanje standardiziranih

mailova, predlaganje alternativnih termina, postprodajne aktivnosti, cross-selling, najčešće pogreške.

Kroz edukacije se vodilo računa da se obuhvate teme koje će ukazati na trendove na turističkom tržištu pet friendly objekti, održivi razvoj u kontekstu privatnog smještaja, administracija privatnog smještaja. Edukacije su održane na temu marketinga i svih dijelova marketinga od prezentacije na društvenim mrežama do odnosa s javnošću. Poseban interes zabilježila je edukacija „Odnosi s javnošću i digitalni marketing u turizmu“. Na praktičnim i zanimljivim primjerima predstavnici splitskih hotela i agencija imali su priliku učiti od Petra Tante i Gordana Turkovića, komunikacijskih savjetnika s višegodišnjim iskustvom u strateškom savjetovanju, kriznom komuniciranju i marketingu. Koje su tehnike i alati komunikacije s javnošću, kako napisati priopćenje, kako

organski doprijeti do publike, na koji način i u koje vrijeme se oglašavati na društvenim mrežama, pravila ponašanja na pojedinim društvenim mrežama, kako analizirati uspješnost promotivnih aktivnosti, samo su dio tema koje su predavači na zanimljiv i kreativan način prenijeli turističkim djelatnicima.



EDUKACIJOM DO BOLJE KVALITETE Turistički djelatnici Splita učili na primjerima uspješne komunikacije s javnošću

Podijeli 45 Tweet Sviđa mi se 45

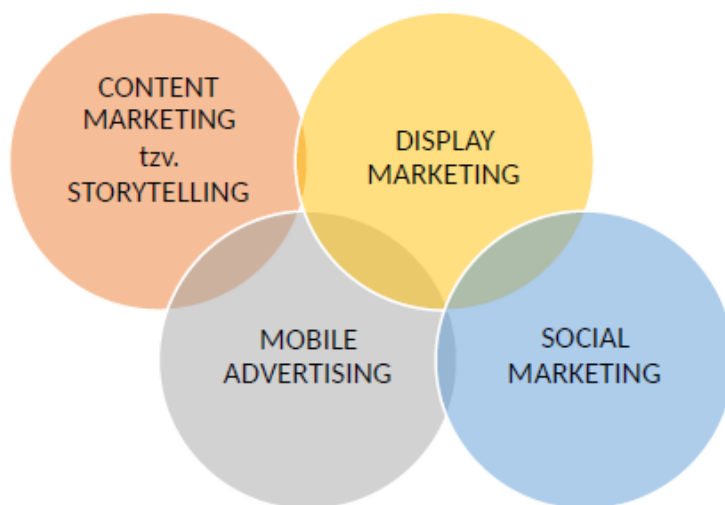
Tema je bila 'Odnosi s javnošću i digitalni marketing'

U organizaciji Turističke zajednice grada Splita održana je edukacija za splitske turističke djelatnike na temu 'Odnosi s javnošću i digitalni marketing u turizmu'. Na praktičnim i zanimljivim primjerima predstavnici splitskih hotela i agencija imali su priliku učiti od **Petra Tante** i **Gordana Turkovića**, komunikacijskih savjetnika s višegodišnjim iskustvom u strateškom savjetovanju, kriznom komuniciranju i marketingu

KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI (Online i offline komunikacije)	1.730.000	1.662.590	96	7,93
1.	Internet i opće oglašavanje	400.000	400.371	100	1,91
2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	300.000	246.189	82	1,17
3.	Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	500.000	495.485	99	2,36
4.	Odnosi sa javnošću	40.000	39.500	99	0,19
5.	Brošure i ostali tiskani materijali	350.000	350.351	100	1,67
6.	Suveniri i promo materijali	100.000	90.944	91	0,43
7.	Info table-smeđa signalizacija	40.000	39.750	99	0,19

Glavne komunikacijske aktivnosti u 2019. godini usmjerili smo na poboljšano investiranje u online komunikacije i oglašavanje putem društvenih mreža, naravno uz kvalitetan omjer offline oblika komunikacije. Od travnja do prosinca 2019. godine, putem digitalnih kanala ostvarena je promocija destinacije na tržištima Skandinavije, Njemačke, Hrvatske, te promociju Adventa na tržištima Bosne i Hercegovine te Slovenije. Na njemačkom tržištu promocija se odvijala u periodu predsezona tj. kroz mjesec travanj i svibanj, dok se oglašavanje na skandinavskom tržištu, koje uključuje Švedsku, Norvešku, Dansku i Finsku odvijalo kroz listopad i studeni. Za tržišta Hrvatske, BiH te Slovenije osmišljena je promocija razdoblja Adventa u Splitu kroz studeni i prosinac. Online kampanja je obuhvaćala kombinaciju različitih medijskih formata i kanala: *Content Marketing* tzv. *Storytelling* (pričanje priče o turističkoj destinaciji kroz zanimljiv i atraktivan sadržaj); *Display Marketing* (prikazivanje banner na naprednim display mrežama te u internetskim izdanjima vodećih medija na odabranim tržištima); *Mobile Advertising* (prikazivanje oglasa korisnicima na tzv. pametnim telefonima) te *Social Marketing* (oglašavanje na društvenim mrežama).



Unutar predviđenog budžeta napravljen je optimalan medijski miks kako bi se povećao doseg kampanje, osigurala prisutnost na relevantnim internetskim medijima te generirao kvalitetan promet na našim internetskim stranicama. Najveći iznos ukupno planiranog medijskog budžeta je dodijeljen Njemačkoj (43,62%), a slijede Hrvatska (32%), Bosna i Hercegovina (14,47%), Skandinavija (13,07%) te Slovenija (5,26%). Na t-online.de, jednom od najvećih njemačkih portala koji prati aktualna zbivanja, kao medijski format je izabran advertorial tj. članak koji je, uz zanimljiv tekst, uključivao fotografije destinacije, linkove koji vode na web stranicu TZ-a te display bannere. Članak je pročitao više od 7.500 posjetitelja portala te je zabilježeno prosječno vrijeme čitatelja od 01:14 minuta što znači da je čitatelju plasiran zanimljiv i relevantan sadržaj.

Kao dodatni kanal za targetiranje relevantne publike odabran je Mobile Network DE. Oglasi su se prikazivali korisnicima dok su konzumirali sadržaj na svojim pametnim telefonima. Ostvareno je više od 3,900 klikova koji su vodili na sadržaj web stranice TZ-a. Facebook je odabrana društvena mreža na kojoj su plasirane objave koje su za cilj imale promovira: grad Split kroz atraktivne fotografije i kratak tekst te tako privući željenu publiku s odabranih područja Njemačke na interakciju. Facebook oglasi su prikazani više od 230.000 te su privukli više od 3.200 osoba da kliknu i na taj način posjete službenu web stranicu. Tržište Skandinavije obuhvaćeno ovom online kampanjom čine četiri države: Švedska, Norveška, Danska i Finska. Budući da se radi o velikom geografskom području sličnih potrošačkih navika, kao glavni medijski komunikacijski kanali odabrani su News & Lifestyle Network te Scandinavia Mobile Network – kanali koji plasiraju oglase na različite portale posvećene turizmu. Za ovu online

mrežu portala kao format su odabrani display banneri različitih veličina koji su vodili na službenu web stranicu. Banneri su bili prikazani više od 160.000. S obzirom na činjenicu da mobilno oglašavanje u današnje vrijeme predstavlja nezaobilazan kanal promocije, za tržište Skandinavije je osmišljena promocija grada Splita kroz mobilnu mrežu koja sadržaj plasira na mobilne uređaje širom te regije. Na naše web stranice je došlo više od 2.900 posjetitelja preko ovog kanala digitalne promocije. Kampanja na Facebooku – u je ostvarila odlične rezultate. Oglasi s atraktivnim fotografijama grada Splita su bili prikazani više od 119.000 puta te je ostvareno 1.955 klikova.

Za online promociju Adventa u gradu Splitu, odabrana su četiri medijska kanala: portal jutarnji.hr, Linker mreža, RVM mobilna mreža te Facebook. Ovi kanali su zajedno imali iznimno dobar doseg ciljane publike s preko 10.100.000 prikazivanja preko kojih je ostvareno 18.200 klikova koji su korisnike vodili na službenu web stranicu. Advent u Splitu je promoviran na tržištu Bosne i Hercegovine kroz studeni i prosinac 2019. kroz kanale: jutarnji.hr, Native Network, Mobile Network te Facebook. Na svih digitalnim medijima je ostvareno ukupno 8.543.113 prikazivanja što je rezultiralo s te 13.432 klikova prema web stranici. Za tržište Slovenije osmišljena je adventska promocija grada Splita kroz Programmatic News mrežu, RVM Mobile Performance te Facebook. Oglasi su prikazani više od 780.000 puta te je ostvareno više od 2.500 klikova što je odličan rezultat s obzirom na udio budžeta namijenjenog za ovo tržište. Unutar zadanog budžet, planirani media miks za ciljano tržište je ispunio očekivanja te je kampanja generirala veliku posjećenost na stranicama različitih medija te na web stranici grada Splita. Kroz zanimljivo osmišljen medijski sadržaj, Split je predstavljen kao poželjna destinacija za cijelu godinu.

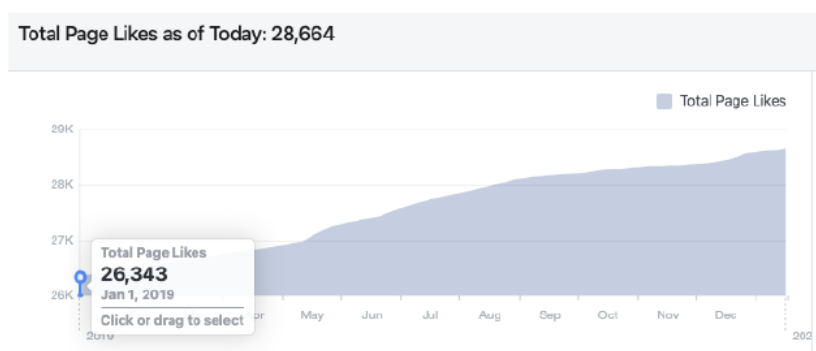
Odstupanje od planiranog iznosa vidljivo je u upravljanju web stranicama. U 2019. godini plan je bio redizajnirati web stranice i dodati podstranicu posvećenu gastronomiji no kako redizajn web stranice treba pratiti Strateški plan brendiranja Integriranog programa Splita kao grada sporta i kulture, vizualni identitet i knjigu grafičkih standarda, ove aktivnosti provesti će se u 2020. godini. Također je vidljivo manje odstupanje u nabavi suvenira iz istog razloga. U 2019. planiran je javni poziv za suvenire koji bi bili u skladu s novim vizualnim identitetom, ali zbog završetka Strategije krajem prosinca 2019. godine, aktivnosti će se realizirati u 2020. godini.

Glavni ciljevi promocije na društvenim mrežama u 2019. godini bili su: povećati popularnost stranice; povećati stupanj interakcije korisnika sa sadržajem; kvalitetno prezentiranje na društvenim mrežama. Ključni pokazatelji uspješnosti su broj pratitelja, organski doseg objava, plaćeni doseg objava, broj pregleda stranice, koji su prikazani na sljedećim grafikonima.

FACEBOOK: Visit Split

KPI 1 - Broj pratitelja

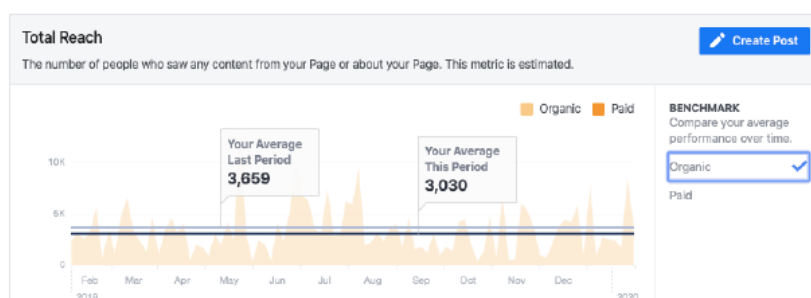
- kontinuirani rast (01.01. - 31.12.) = **rast za 9%**, postignut isključivo organskim putem



FACEBOOK: Visit Split

KPI 2 - Organski doseg objava

- usklađenost različitih tipova objava s komunikacijskom strategijom
- rast prosječnog dosega kroz vrijeme



FACEBOOK: Visit Split

KPI 3 - Plaćeni doseg objava

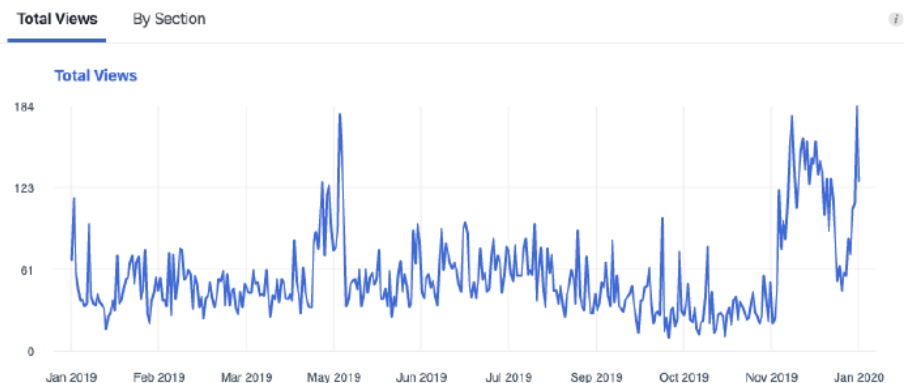
- ulaganje u doseg **manifestacija** u gradu Splitu (Zimski akvarel, Sudamja, Splitski litnji koluri...)



FACEBOOK: Visit Split

KPI 4 - Broj pregleda stranice

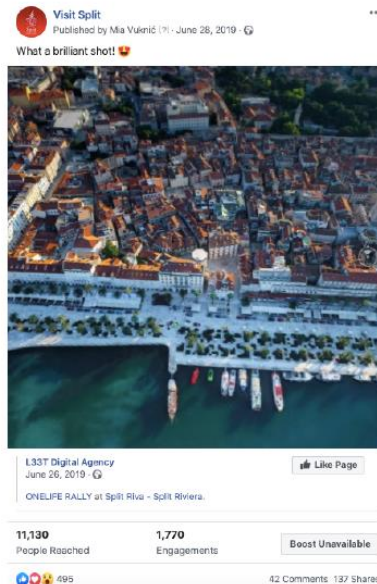
- **rast** prosječnih pregleda kroz godinu te u vrijeme aktivnih kampanja



Vrste objava

a) Zabavne

- veći angažman fanova
- veći doseg objava
- pozicioniranje u svijesti fanova



Vrste objava

b) Promocija manifestacija

- veliki broj pregleda
- veliki broj reakcija
- veliki doseg
- podizanje svijesti o manifestaciji



Vrste objava

c) Split Attractions

Posebne atrakcije Splita:

- npr. **Šotobrace Splitom** (najave + video kampanja)
- npr. **Game of Thrones muzej** (podjela zanimljivosti vezanih uz planetarno popularnu TV seriju)

Rezultat: oduševljenje i građana i turista, dijeljenje dojmova u komentarima itd.



Vrste objava

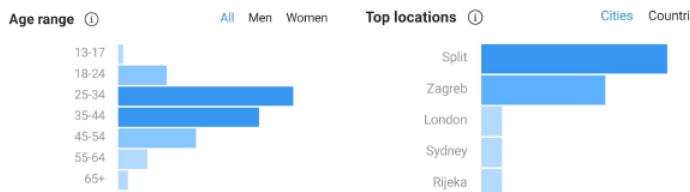
d) Throwback Thursdays

Stare fotografije i videa Splita!

(Apel na emocije)



INSTAGRAM: #visitsplit



- **rast** broja followera za **30%** u odnosu na 2018.

INSTAGRAM: #visitsplit



Objave s rekordnim brojevima likeova su iz 2019.

Kontinuirani rast:

- **broja fanova (30%)**
- **angažmana fanova (44%)**
- **dosega objava (67%)**

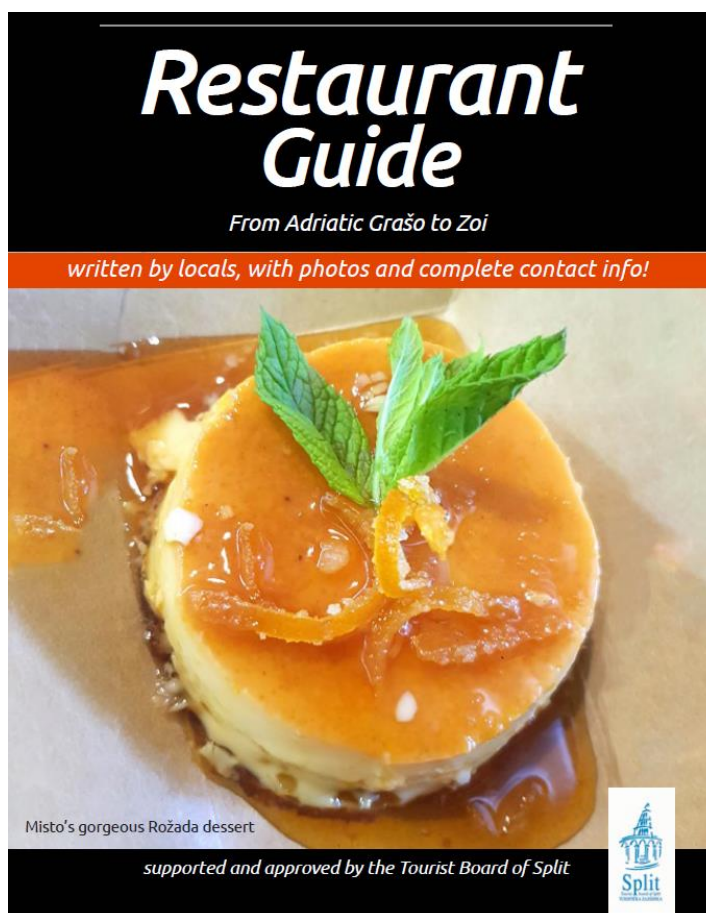
Kao zaključak može se ustvrditi da je promocija na društvenim mrežama u 2019. godini bila je usklađena s komunikacijskom strategijom a prema broju kvalitetnih interakcija sa sadržajima, evidentno je efikasno upravljanje budžetima. Izrazito povećanje pozitivnih reakcija nakon posjete destinaciji i dijeljenje fotografija, pokazatelj su da smo na dobrom putu. Naglasak u budućem komuniciranju putem društvenih mreža bit će u kreativnom osmišljavanju sadržaja.

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije nastavili smo provedbu Udruženog oglašavanja u zakupu javnih medija obuhvaća oglašavanje smještaja i ostalih oblika ponude u suradnji s nositeljima smještajne ponude destinacije i ostalim nositeljima ponude kao motiva novih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista, povećanju turističke potrošnje. U programu Udruženog oglašavanja sudjelovali su splitski hoteli, agencije te zračne kompanije Croatia airlines, Easyjet i Eurowings. Offline komunikaciju nastavili smo općim oglašavanjem u tisku, na TV-u, objavljivanjem brošura te ostalih promotivnih materijala, informativnim pločama te smeđom signalizacijom. Unatoč sve većem utjecaju društvenih mreža, snaga offline kanala i dalje ne jenjava. Nastavili smo također tiskati i distribuirati naše promotivne materijale.



Novost u 2019. godini je plan grada sa sadržajima namijenjenim djeci i obiteljima s djecom. No, mapa nudi i mnogo više: učenje o bogatoj povijesti Splita na djeci prihvatljiv način. Mapa koja će biti besplatno dostupna u informativnim centrima TZ Splita nudi tako lokacije kulturnih ustanova prikladnih za djecu poput muzeja i kazališta, te druge različite sadržaje - sportske objekte, igrališta, prostore za rekreaciju, radionice, plaže... Na suprotnoj strani prikazana je povijesna gradska jezgra s Dioklecijanovom palačom, te kratki, jednostavniji tekstovi o najvažnijim znamenitostima - Podrumima, Peristilu, vratima Palače, Grguru Ninskom, sfigama, skrivenim znakovima po zidovima gradske jezgre... Slijedeći upute, moći će riješiti i jednostavne zadatke kako bi šetnja po jezgri postala još zabavnije. Slogan "Igramo se i učimo o Dioklecijanovoj palači" dovoljno govori. Cilj mape je i promocija, jer su djeca i njihovi roditelji pozvani da tijekom obilaska Palače na društvenim mrežama objavljuju fotografije splitskih znamenitosti uz hashtag #SplitForKids ili #SplitZaDjecu, i tako po svijetu šire glas o

Splitu kao gradu prijatelju djece, i pozivaju djecu da postanu prijatelji Splita. S ciljem dodatne promocije gastro turizma u 2019. godini smo podržali jedinstveni gastro vodič koji objedinjuje sve restorane na području Splita. U 2019. nastavili smo tiskati brošure i promotivne materijale. Dio tiskanih materijala distribuiran je i putem turističkih informativnih centara, gospodarskih i sportskih organizacija, sportskih klubova, državnih institucija, udruga i ostalih organizatora kulturnih, sportskih i drugih događanja u Splitu i inozemstvu. Procesi izrade, nabave i organizacije dotiskanja promidžbenih materijala usklađeni su s Programom rada te zakonskom regulativom. U 2019. godini nastavili smo tiskati i ažurirati sljedeće promotivne materijale: magazin Visit Split, Plan grada, malu i veliku Image brošuru, klastersku brošuru Splitska rivijera. Podržali smo tiskanje i distribuciju vodiča Eat in Split, Use it mape, i turističke novine Discover Split i Travel Guide vodič kroz izlete i događanja.



DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	800.000	797.409	100	3,80
1.	Sajmovi i posebne prezentacije	400.000	400.376	100	1,91
2.	Studijska putovanja (novinari, agenti) i kongresi	400.000	397.033	99	1,89

U 2019. godini realizirana su sredstva u planiranom iznosu za promociju destinacije putem sajmova i posebnih prezentacija. Turističku ponudu Splita prezentirali smo na sajmu ITB Berlin, vodećem svjetskom turističkom sajmu koji iz godine u godinu okuplja najvažnije dionike u turizmu. Jedan svijet, jedna industrija, jedan sajam. Sajem, koji je mjesecima unaprijed rezerviran skoro do krajnjih kapaciteta, impresivno je potvrdio svoju ulogu kao pouzdan ekonomski pokazatelj i trendsetter budućnosti. Između 6. i 10. ožujka 2019. više od 10.000 izlagača iz 181 zemlje i regije predstavilo je svoje proizvode i usluge posjetiteljima u 26 dvorana, broj posjetitelja porastao je na 113.500 što je povećanje od tri posto u odnosu na prošlu godinu.

Da je Njemačko emitivno tržište izrazito važno za Split, potvrdio je i interes za Splitom i Splitsko-dalmatinskoj županiji na sajmu CMT 2019. Stuttgartski sajam je privukao ukupno 260.000 posjetitelja izložbenog centra s rekordnim brojem od 2207 izlagača na najvećem svjetskom sajmu turizma i slobodnog vremena. Značajno više od četvrt milijuna posjetitelja u roku od devet dana- CMT je tako impresivno potvrdio svoju poziciju najveće svjetske javne izložbe za turizam.

U 2019. godini TZG Split zakupom prostora i upućivanjem informatora sudjelovala je na najvećim turističkim sajmovima WTM London. Na Međunarodnom sajmu turizma (World Travel Market - WTM) održanom u razdoblju 4.11.2019. - 6.11.2019. Međunarodni turistički sajam bio je vrlo dobro posjećen, tijekom sva tri dana izlaganja zapaženo je veliko zanimanje za grad Split i Splitsko-dalmatinsku županiju. Zainteresirani posjetitelji našeg štanda mogli su dobiti opće turističke informacije o Republici Hrvatskoj, Splitsko-dalmatinskoj županiji i gradu Splitu, te pisane materijale za lakše snalaženje u destinaciji, poput karata Republike Hrvatske, regionalnih karata srednje Dalmacije, karata Splita, brošura o prirodnim ljepotama i kulturnoj baštini i image brošura na engleskom jeziku. Što se tiče pisanih materijala, podijeljeno je najviše image brošura, Welcome magazina i brošure Meetings Split. Osim pisanih materijala, posjetitelji su dobili i konkretne informacije važne za bolju organizaciju boravka u Splitu i cijeloj županiji. Na sajmu su, na našem štandu, održani i poslovni sastanci kojima su uz nas, djelatnike TZSDŽ-a i TZGS-a, nazočili predstavnici brojnih turističkih agencija i hotela s područja županije

Od poslovnih radionica valja istaknuti poslovnu radionicu u Amsterdamu: predstavljanje regije Split – Dalmacija. Riječ je o B2B susretu hrvatskih i nizozemskih tvrtki iz turizma u sklopu kojeg je održana posebna prezentacija Splita i Županije. Poslovna radionica je bila vrlo dobro posjećena od strane nizozemskih turoperatora i turističkih agencija i zapaženo je veliko zanimanje za županiju Splitsko-dalmatinsku i grad Split. Zainteresiranim turoperatorima i agentima pružene su općenite i specifične turističke informacije o Republici Hrvatskoj, Splitsko-dalmatinskoj županiji i gradu Splitu, te svi tiskani i digitalni materijali koji se odnose na prezentaciju turističke ponude županije Splitsko-dalmatinske i grada Splita. Za vrijeme trajanja radionice održani su kratki razgovori s nekoliko nizozemskih turoperatora i agenata koji su iskazali interes za regiju Split – Dalmacija i grad Split.

Uspjeh je zabilježen i na poslovnoj radionici u Parizu na kojoj je, uz B2B susreti hrvatskih i francuskih tvrtki iz turizma, također prezentirana ponuda Splita. Za vrijeme trajanja radionice održani su kratki razgovori s nekoliko francuskih turoperatora i agenata koji su iskazali interes za regiju Split – Dalmacija i grad Split. Pozvani su da kontaktiraju Turističke zajednice županije Splitsko-dalmatinske i grada Splita za podršku i asistenciju u povezivanju s hotelima, turoperatorima i turističkim agencijama na prostoru županije Splitsko-dalmatinske i grada Splita, te za suradnju u razvoju novih turističkih proizvoda. Održani su i razgovori s nekoliko novinara i izdavača. Novinarima je predstavljena turistička ponuda grada Splita i pozvani su da kontaktiraju predstavništvo Hrvatske turističke zajednice u Parizu za eventualnu realizaciju studijskih putovanja u nadolazećim razdobljima s naglaskom na posebne oblike turizma (kulturni, eno-gastronomski). Izdavači su iskazali interes za promocijom Splita u prestižnim turističkim časopisima (*Destination Croatie – le magazine du voyage avant le voyage*).

Ponuda Splita kao kongresne destinacije prezentirana je i na prvoj nacionalnoj kongresnoj burzi koja se održavala od 19.03. do 21.03.2019. u hotelu The Westin u Zagrebu, u organizaciji Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT) i tvrtke Inovativni eventi. Prvo izdanje MEETEX-a okupio je 60 inozemnih poslovnih kupaca iz specijaliziranih agencija, korporacija i međunarodnih strukovnih udruženja. Između ukupno 72 izlagača, njih 56 su bili predstavnici hotela, agencija PCO (Professional Congress Organizer) i DMC (Destination Management Company) te turističkih zajednica, a ostalih šesnaest bili su predstavnici tvrtki pružatelja tehničko-produkcijskih usluga u poslovnom turizmu. Inozemni kupci stigli su iz 21 zemlje diljem Europe te su održani sastanci i s predstavnicima pojedinih hrvatskih strukovnih udruga i korporacija koje su organizatori većih poslovnih događanja.

S ciljem dodatne promocije Splita kao destinacije kulturnog turizma, sudjelovali smo i na sajmu Salone Mondiale del Turismo Città e Siti Unesco (World Tourism Event – WTE UNESCO) koji se održao u razdoblju od 26.9.2019. do 28.9.2019. Turistički sajam je bio vrlo dobro posjećen tijekom sva tri dana izlaganja gdje je zapaženo veliko zanimanje za županiju Splitsko-dalmatinsku i lokalitete svjetske kulturne baštine UNESCO-a.

Promocija destinacije nastavljena je suorganizacijom preko 100 studijskih putovanja inozemnih novinara i turističkih agenata, te organizacijom ITT konferencije, prestižna godišnja konferencija britanskog udruženja profesionalaca u turizmu ITT - Institute of Travel and Tourism. Studijska putovanja organizirana su najvećim dijelom u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije. Posebno ističemo studijska putovanja u periodu pred i posezone. Na putovanjima smo u potpunosti dostupni novinarima i agentima, upoznajemo ih s atraktivnim, receptivnim i komunikativnim elementima ponude u Splitu. Studijska putovanja i potpora novinarima, agentima i TV kućama, rezultirala su brojnim člancima i TV reportažama o Splitu i Dalmaciji. Više informacija prikazano u dijelu ovog dokumenta koji se odnosi na Ured direktorice.

INTERNI MARKETING

U 2019. godini poticali smo ulaganje u najvažniji kapital - znanje i edukaciju djelatnika, s naglaskom na edukaciju djelatnika na temu odnosa s javnošću za turističke zajednice, dodatno smo ulagali u znanje jezika djelatnika, polaganje stručnih ispita i studijska putovanja s ciljem unaprjeđenja poslovanja informativnih centara .

V.	INTERNI MARKETING	55.000	54.334	99	0,26
1.	Edukacija	50.000	49.334	99	0,24
2.	Nagrade i priznanja	5.000	5.000	100	0,02

MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	760.000	715.437	94	3,41
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	10.000	10.000	100	0,05
2.	Istraživanje tržišta	20.000	20.000	100	0,10
3.	Suradnja sa javnim i privatnim sektorom	20.000	21.120	106	0,10
4.	Banka fotografija/video/ dizajn / pripreme u izdavaštvu	500.000	456.451	91	2,18
5.	Medija plan	200.000	197.866	99	0,94
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav	10.000	10.000	100	0,05

I 2019. godine nastavili smo surađivati s domaćim i međunarodnim institucijama, i istraživati turističko tržište kako bismo stalno ispitivali potrebe i sklonosti turista.

U suradnji s Ekonomskim fakultetom u Splitu nastavili smo dosadašnju uspješnu suradnju i aktivnosti predviđene Strateškim marketing planom destinacije Split 2017-2022, terenskim istraživanjem posjetitelja destinacije Split u 2019.g. Naime, istraživanja posjetitelja ključan su alat u planiranju i razvoju destinacije, a kako je prethodno istraživanje provedeno prije tri godine, to je upravo idealni vremenski odmak za provođenje ponovnog istraživanja usporedive metodologije. Nadalje, 2019. g. je izvrsna vremenska točka za provođenje istog s obzirom na vremenski obuhvat Strateškog marketing plana i činjenicu da je u istom preporučena eventualna revizija smjernica u 2020.g., za što je jedna od osnova upravo ovakvo (ponovljeno) istraživanje. Nadalje, kako je upravo započeo proces izrade Strategije razvoja grada Splita, navedeni rezultati bit će izvrsna osnova za adekvatno planiranje kako razvoja turizma, tako i drugih povezanih djelatnosti (promet, infrastruktura, ugostiteljstvo, zabava itd.). Ispitivanje je dijelom provedeno u sezoni 2019. (250 ispitanika), postsezoni 2019. (350 ispitanika), a nastavak

istraživanja bit će realiziran u predsezoni 2020. (350 ispitanika) te sezoni 2020. (250 ispitanika), uz moguće odstupanje od +/- 10%;

U odnosu na planirana sredstva, odstupanje je vidljivo u realizaciji stavke Banka fotografija/video/ dizajn/pripreme u izdavaštvu. Jedan od ključnih ciljeva u 2019. godini bio je dodatna promidžba i razvoj gastro turizma i manifestacija koje doprinose promociji Splita kao cjelogodišnje destinacije. U skladu s planiranim, realizirali video razglednice na temu gastro punude u Splitu te video razglednice i vanjsko oglašavanje za manifestaciju „Advent u Splitu-zimski akvarel“. Neurošena sredstva odnose se na planirani redizajn materijala koji je trebao uslijediti nakon usvajanja Strateškog plana brendiranja Integriranog programa Splita kao grada sporta i kulture.

POSEBNI PROGRAMI

VII.	POSEBNI PROGRAMI	1.815.000	1.825.687	101	8,71
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
1.1.	Stobreč i Žrnovnica	400.000	400.633	100	1,91
1.2.	Slatine	250.000	249.283	100	1,19
2.	Razvoj i unaprjeđenje turističkih proizvoda	400.000	399.370	100	1,90
3.	Projekti turist. valorizacije	400.000	408.971	102	1,95
4.	Unaprjeđenje prometne povezanosti van sezone	350.000	357.164	102	1,70
5.	EU projekti	15.000	10.266	68	0,05
VIII.	PLANOVI RAZVOJA TURIZMA	0	0		0,00

U 2019. godini ostvarena su planirana ulaganja u nedovoljno turistički razvijena područja Slatine Stobreč. Za područje Slatina naručili smo ozelenjavanje površina u centru mjesta pored Pošte te osigurali pametnu klupu u centru mjesta. Naručili smo city light s kartom Slatina i informacijama o povijesti Slatina te financijski podržali ljetne manifestacije u Slatinama. Na području Slatina naručili smo sustav automatskog navodnjavanja za park te smo naručili smo projekt uređenja stare gustirne u centru mjesta. Financijski smo podržali i razvoj zabavne ponude kroz koncerte povodom proslave Sv. Lovre.

U 2019. godini kroz brojne projekte utjecali smo na razvoj i unaprjeđenje turističkih proizvoda, naglasak je bio na razvoj proizvoda kulturnog turizma i gastro turizma izvan turističke sezone. S ciljem turističke valorizacije kulturno- prirodnih resursa, u 2019. godini osigurali smo

klizalište u Ćardinu koje je postalo jedinstvena zimska atrakcija brojnim domaćim i inozemnim posjetiteljima.



U 2019. godini sudjelovali smo u pripremi strateškog ITU projekta "Palača života, grad mijena" koji je krajem godine i prijavljen te je planirana provedba od 2020. godine. Ukupna vrijednost projekta iznosi 25.421.397,75 milijuna kuna, od čega su 18.225.974,54 milijuna kuna bespovratna sredstva Europske unije. Nositelj projekta je Grad Split, partneri su Turistička zajednica Grada Splita i Muzej grada Splita, a Razvojna agencija Split – RaST d.o.o. koordinirala je pripremu projektne prijave. Svrha projekta je integriranim pristupom, koji uključuje fizičku obnovu i interpretaciju baštine, edukaciju dionika i posjetitelja, kao i razvoj novih turističkih proizvoda temeljenih na staroj gradskoj jezgri s Dioklecijanovom palačom, staviti lokacije obuhvaćene projektom u funkciju održivog razvoja lokalne zajednice koji uključuje ekonomsku i društvenu komponentu, te brendirati Split kao grad slojevite i žive kulturne baštine. Uložit će se tako u uređenje i opremanje Stare gradske vijećnice, u obnovu i opremanje dijela Muzeja grada Splita te u jugoistočnu kulu s pripadajućim prostorima u Lukačićevoj 5 i dijelom istočnog zida Palače, za koje će se kroz projekt uspostaviti suvremeni prezentacijski postavi. U 2019. godini nastavili smo sa sudjelovanjem u projektu „Marjan 2020 – brdo prošlosti, oaza budućnosti“ čiji je glavni cilj održivo korištenje prirodne baštine kako bi se doprinijelo održivom društveno-gospodarskom razvoju na lokalnoj i regionalnoj razini.

Specifični cilj projektnog prijedloga je povećati privlačnost i obrazovni kapacitet te uspostaviti bolje upravljanje posjetiteljima prirodne baštine, pri čemu je projekt usmjeren na razvijanje javne svijesti o važnosti očuvanja bioraznolikosti i georaznolikosti kroz promociju Park-šume Marjan. Projekt „Marjan 2020 – brdo prošlosti, oaza budućnosti“, potaknut od Javne ustanove za upravljanje Park-šumom Marjan, te grada Splita i partnera cilja upravo na totalni preobražaj Park-šume Marjan i vraćanje starog duha Marjana, kroz mnoštvo sadržaja za građane grada Splita te sve ostale posjetitelje. Projekt je upravo iz navedenog razloga i nazvan «Marjan 2020 – Brdo prošlosti, oaza budućnosti» s obzirom da će razviti niz posjetiteljskih infrastrukturnih sadržaja, opremiti i unaprijediti signalizaciju, sve pješačke, biciklističke i trim rute, uvesti niz vježbališta, atrakcija, edukativnih sadržaja, i na sve to uspostaviti sustav prometa cestom i morem, te početi s nizom radionica, edukacija, škola u prirodi i sportu, te na koncu razviti cjelokupni edukacijski i informacijski multimedijalni sustav prezentacija na internetu i tržištima, ali i u vlastitom informacijskom i prodajnom prostoru. Turistička zajednica je sudjelovala u izradi Strategije brendiranja Park-šume Marjan, marketinškom planu i komunikacijskoj strategiji te u izradi projektnog zadatka za poučno – edukativnih multimedijalnih sadržaja park-šume Marjan s naglaskom na Izradu aplikacije- virtualni audio vodič Park- šume Marjan i izradu aplikacije- interaktivnog vodiča. Nastavak provedbe planiran je u 2020. godini. U cilju unaprjeđenja prometne povezanosti u suradnji s HŽ Putnički uveli smo u zimskom periodu besplatnu povratnu vožnju građanima Splita, Solina, Kaštela i Trogira do centra grada. Besplatan prijevoz subotom i nedjeljom ujutro i popodne bio je omogućen prigradskim vlakom na relaciji Kaštel Stari – Split – Kaštel Stari Split- Kaštel Stari. Za najmlađe je posebno prometovao adventski vlakić. Za svoje sugrađane u suradnji s tvrtkom Promet Split d.o.o. uveli smo besplatne Adventske linije.

FINANCIJSKI IZVJEŠTAJ

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2019.	OSTVARENJE	indeks	struktura
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	10.000.000	10.937.293	109	50,31
2.	Prihodi od turističke članarine	6.400.000	7.495.893	117	34,48
3.	Prihodi iz proračuna grada za gradske manifestacije	3.000.000	2.975.588	99	13,69
4.	Prihodi od boravišne pristojbe nautičara	200.000	190.420	95	0,88
5.	Prihodi od drugih aktivnosti	30.000	54.712	182	0,25
6.	Ostali nespomenuti prihodi (HTZ, Županijska TZ, Županija, Ministarstvo)	50.000	77.515	155	0,36
7.	Prihodi iz EU fondova	10.000	10.260	103	0,05
8.	Prijenos prihoda iz prethodnih godina	1.295.000	0	0	0,00
	SVEUKUPNO PRIHODI	20.985.000	21.741.681	104	100,00
RB	RASHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2019.	OSTVARENJE	indeks	struktura
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI (1. + 2. + 3. + 4.)	4.565.000	4.496.006	98	21,44
1.	Rashodi za radnike i troškovi Turističkog ureda	2.370.000	2.335.793	99	11,14
1.1.	Rashodi za radnike - Turistički ured	2.050.000	2.026.469	99	9,66
1.2.	Troškovi Turističkog ureda	320.000	309.324	97	1,48
2.	Rashodi za radnike i troškovi TIC-eva	1.960.000	1.930.926	99	9,21
2.1.	Rashodi za radnike - TIC Split	1.250.000	1.248.450	100	5,95
2.2.	Troškovi TIC Split	400.000	372.744	93	1,78
2.3.	Rashodi za radnike - TIC Stobreč	224.000	224.776	100	1,07
2.4.	Troškovi TIC Stobreč	40.000	40.152	100	0,19
2.5.	Rashodi za radnike - TIC Slatine	26.000	29.713	114	0,14
2.6.	Troškovi TIC Slatine	20.000	15.091	75	0,07
3.	Rashodi za radnike - Lučka kapetanija (HTZ)	35.000	34.456	98	0,16
4.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	200.000	194.831	97	0,93
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	8.260.000	8.136.126	99	38,80
1.	Manifestacije	7.870.000	7.757.854	99	37,00
	Donacije i sponzorstva događanjima	1.000.000	882.000	88	4,21
	Nova godina - adventska događanja	1.500.000	1.515.620	101	7,23
	Splitski maraton	100.000	100.000	100	0,48
	Karneval	300.000	300.000	100	1,43
	Glazbeni akvarel	1.000.000	999.551	100	4,77
	Uskršnja događanja	100.000	98.391	98	0,47
	Sudamja	620.000	619.894	100	2,96
	Splitski festival	500.000	500.000	100	2,38
	Koncertni program: Riva, trgovi grada, Podrumi	1.000.000	1.005.390	101	4,79
	Cili svit u Split	100.000	101.575	102	0,48
	Antička događanja	300.000	300.433	100	1,43
	Splitsko ljeto	100.000	100.000	100	0,48
	Smjena straže	300.000	300.000	100	1,43
	Festival Ultra Europe	200.000	200.000	100	0,95
	Festival klapa na Peristilu	50.000	50.000	100	0,24
	Festival Mali Split	100.000	100.000	100	0,48
	Praznik cvijeća	100.000	100.000	100	0,48
	Ured direktora - potpore projektima	100.000	85.000	85	0,41
	Potpore po odluci vijeća TZ	400.000	400.000	100	1,91

2.	Incentivi i promidžbeni alati	190.000	185.146	97	0,88
	Split Card kartica	40.000	36.245	91	0,17
	City Break program	150.000	148.901	99	0,71
3.	Potpore podizanju kvalitete turističke ponude	200.000	193.126	97	0,92
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI (Online i offline komunikacije)	1.730.000	1.662.590	96	7,93
1.	Internet i opće oglašavanje	400.000	400.371	100	1,91
2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	300.000	246.189	82	1,17
3.	Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	500.000	495.485	99	2,36
4.	Odnosi sa javnošću	40.000	39.500	99	0,19
5.	Brošure i ostali tiskani materijali	350.000	350.351	100	1,67
6.	Suveniri i promo materijali	100.000	90.944	91	0,43
7.	Info table-smeđa signalizacija	40.000	39.750	99	0,19
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	800.000	797.409	100	3,80
1.	Sajmovi i posebne prezentacije	400.000	400.376	100	1,91
2.	Studijska putovanja (novinari, agenti) i kongresi	400.000	397.033	99	1,89
V.	INTERNI MARKETING	55.000	54.334	99	0,26
1.	Edukacija	50.000	49.334	99	0,24
2.	Nagrade i priznanja	5.000	5.000	100	0,02
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	760.000	715.437	94	3,41
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	10.000	10.000	100	0,05
2.	Istraživanje tržišta	20.000	20.000	100	0,10
3.	Suradnja sa javnim i privatnim sektorom	20.000	21.120	106	0,10
4.	Banka fotografija/video/ dizajn / pripreme u izdavaštvu	500.000	456.451	91	2,18
5.	Medija plan	200.000	197.866	99	0,94
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav	10.000	10.000	100	0,05
VII.	POSEBNI PROGRAMI	1.815.000	1.825.687	101	8,71
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
1.1.	Stobreč i Žrnovnica	400.000	400.633	100	1,91
1.2.	Slatine	250.000	249.283	100	1,19
2.	Razvoj i unaprijeđenje turističkih proizvoda	400.000	399.370	100	1,90
3.	Projekti turist. valorizacije	400.000	408.971	102	1,95
4.	Unaprjeđenje prometne povezanosti van sezone	350.000	357.164	102	1,70
5.	EU projekti	15.000	10.266	68	0,05
VIII.	PLANOVI RAZVOJA TURIZMA	0	0		0,00
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	3.000.000	3.281.188	109	15,65
	SVEUKUPNO RASHODI	20.985.000	20.968.777	100	100,00