



PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA ZA 2024. GODINU



Split
Tourist Board of Split
TURISTIČKA ZAJEDNICA

Obala Hrvatskog
narodnog preporoda 9
HR – 21000 Split
CROATIA
www.visitsplit.com

1. TRENDOWI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Novi trendovi i inovacije kontinuirano utječu na različite industrije, uključujući i turističku. Prilagodba trendovima u turizmu pomaže destinacijama da zadrže svoju konkurentsku prednost i udovolje sve zahtjevnijim potrebama svojih posjetitelja. Aktualni trendovi u turizmu odražavaju promjene u potrebama i ponašanju putnika, a neki od novih trendova su izravna ili neizravna posljedica pandemije COVID-19. Trendovi koji će obilježiti turizam u 2024. godini su:

- *Wellness & Retreat Tourism*: putnici sve više traže iskustva koja pozitivno utječu na njihovo fizičko i mentalno zdravlje, što uključuje rast posjete mjestima kao što su meditacijski i zdravstveni spa centri;
- *Solo Travel*: samostalna putovanja postaju sve popularnija, a putnici traže različite doživljaje ovisno o svojim potrebama;
- *Eco-Travel*: rastuća svijest o održivosti dovodi do trenda ekološkog putovanja, gdje putnici biraju etičke i ekološki prihvatljive opcije smještaja i aktivnosti;
- *Local Experience*: putnici traže autentična lokalna iskustva i sudjelovanje u kulturi destinacije koju posjećuju;
- *Sleep Tourism*: ovaj trend naglašava značaj kvalitetnog sna i odmaranja putnika tijekom njihovog putovanja i boravka u destinacijama;
- *Personalization*: putnici očekuju prilagođena iskustva, od destinacija do smještaja i aktivnosti;
- *Indigenous Tourism*: aktivnosti i doživljaji vođeni od strane starosjedioca kako bi se osiguralo da oni imaju najviše koristi od turizma u svojim područjima;
- *Healthy and Organic Food Tourism*: rastuća potražnja za gastronomskim iskustvima koji su usmjereni na zdravu i organski uzgojenu hranu;
- *Nostalgic Travel Options*: putnici se sve više vode nostalgičnim osjećajima pri izboru destinacija i iskustava;
- *Safety & Hygiene*: iako je pandemija bolesti COVID-19 okončana, sigurnost i higijena ostaju ključni faktori u turističkom iskustvu;
- *Artificial Intelligence*: AI se koristi za personalizaciju iskustava i usluga, te prilagodbu i pametno upravljanje hotelima i javnim uslugama u destinaciji;
- *Robots, Chatbots, and Automation*: primjena automatiziranih sustava, uključujući robote i chatbotove, koji pružaju bržu i učinkovitiju uslugu i informacije;
- *Growth of Contactless Payments*: beskontaktna plaćanja postat će sve uobičajenija, a na nekim mjestima i jedini način plaćanja turističkih usluga i aktivnosti;

- *Virtual Reality (VR) Tourism*: virtualna stvarnost postaje sve popularnija u turizmu jer omogućuje putnicima pregled destinacija i smještaja prije rezervacije;
- *Augmented Reality (AR) Tourism*: primjena proširene stvarnosti u turizmu postaje česta praksa jer pruža dodatne informacije i doživljaje putnicima tijekom boravka u destinaciji;
- *Virtual Reality & Metaverse Travel*: kombinacija virtualne tehnologije i metaverzuma omogućuje virtualna iskustva povezana s putovanjem i komunikaciju pri odabiru destinacije i planiranju putovanja.

Prema najnovijem izvješću Europske turističke komisije (ETC) pod nazivom "*Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel*", 68% ispitanih Europljana planira putovati između listopada 2023. i ožujka 2024. godine, što predstavlja blagi pad od 2% u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Ispitanici iz Španjolske i Italije najviše su motivirani za putovanje, s čak 75% njih spremnih na putovanje prije ožujka 2024. godine. Slično entuzijastični su i britanski i poljski ispitanici, oba s postotkom od 73%. Većina europskih putnika planira odmor (69%) ili namjerava posjetiti obitelj i prijatelje (15%). Također je zabilježen blagi porast poslovnih putovanja, pri čemu 8% planira putovati zbog posla, što predstavlja povećanje od 3% u usporedbi s godinom dana ranije. S obzirom na rastuće troškove putovanja, financijski pritisak utječe na ponašanje europskih putnika pri planiranju i tijekom putovanja. 22% ispitanika istaknulo je rastuće cijene kao svoju najveću zabrinutost u vezi putovanja, dok se 16% brine o svojim osobnim financijama. Kako bi umanjili utjecaj financijskih ograničenja, putnici pridaju veliku važnost pristupačnosti pri planiranju odmora. 22% ispitanih zainteresirano je za putovanje izvan glavne sezone, 13% razmatra posjet ekonomičnijim destinacijama, a dodatnih 13% planira iskoristiti rane rezervacije avionskih karata i aktivnosti. Tijekom ispitivanja, koje je provedeno u rujnu 2023., samo 22% putnika je potpuno rezerviralo svoj put, dok 23% ostavlja neke opcije otvorenim za zadnje trenutke kako bi iskoristili povoljne ponude. Europski putnici također pokazuju velik interes za strategijama štednje tijekom putovanja. 17% ispitanika planira smanjiti troškove kupovine, 15% će manje potrošiti na smještaj i obroke, a 12% planira iskoristiti javni prijevoz ili usluge najma bicikala. Unatoč tim financijskim brigama, Europljani još uvijek visoko cijene putovanja. Čak 71% namjerava održati ili povećati svoj uobičajeni proračun za putovanje tijekom sljedećih mjeseci. Namjera da se putuje više puta visoka je (54%), a broj Europljana koji planira potrošiti više od 1500 eura po putovanju značajno je porastao (+7%) u usporedbi s prošlom godinom. Ugodno vrijeme i dalje je najvažniji kriterij za odabir odredišta, a 19% ispitanika ističe ga kao najvažniji faktor. Međutim, Europljani postaju sve zabrinutiji zbog utjecaja ekstremnih vremenskih događaja na svoje planove putovanja. Sada 14% njih ističe to kao svoju glavnu brigu, što predstavlja povećanje od 7% u odnosu na prethodno ispitivanje provedeno u svibnju 2023. godine. Ekoloških briga također bi mogli

utjecati na izbor prijevoznih sredstava tijekom putovanja. Iako letovi ostaju prvi izbor za polovicu ispitanih (50%), sve više Europljana odlučuje se za ekološki prihvatljive načine prijevoza. 17% europskih putnika planira putovati vlakom ili autobusom tijekom svog sljedećeg putovanja, što je značajan rast od 5% u odnosu na prethodnu godinu. Istodobno, broj putnika koji planira putovati automobilom tijekom svog odmora smanjen je za 7%.

Putovanje, koje je nekada bilo shvaćeno kao bijeg od svakodnevnog života, sada doživljava svoju transformaciju u 2024. godini, gdje putovanje, prema istraživanju Booking.com, postaje sam život. Istraživanje pokazuje da se više od tri četvrtine (78%) putnika na odmoru najviše osjeća da žive punim plućima, a čak 68% njih izražava želju da zadrže taj osjećaj i nakon povratka kući. To se događa jer 68% putnika smatra da je njihova najbolja verzija ona koju doživljavaju na putovanju. Uz to, 2024. godina donosi i velike promjene uz napredak umjetne inteligencije, koja omogućava putnicima više slobodnog vremena jer preuzima svakodnevne zadatke. Ovo im omogućava da istražuju svoju maštovitu stranu, dublje se povežu sa svojom intuicijom i organiziraju još uzbudljivija putnička iskustva. Kako bi istražio kako će putovanja postati središnji dio života ljudi, Booking.com je proveo opsežno istraživanje, obuhvaćajući više od 27.730 putnika iz 33 različite zemlje i teritorija. Kombinirajući ove podatke sa svojim vlastitim informacijama kao vodeća online platforma za putovanja i rezervacije, Booking.com je identificirao sedam ključnih predviđanja za putovanja u 2024. godini.

1. Ljubitelji alternativnih identiteta / (Alter) Ego Enthusiasts

U 2024. godini, putnici će osjećati veće zadovoljstvo kada na svojim putovanjima kreiraju alternativne identitete, a više od trećine ispitanika (37%) odlučilo je dijeliti izmišljene priče o svojim stvarnim životima s osobama koje sretnu tijekom putovanja. Ovi ljubitelji alternativnih identiteta uživaju u uzbudjenju koje pruža stvaranje verzije 2.0 sebe i posvećeni su izgradnji najbolje moguće slike o sebi. Zanimljivo je da njih čak 62% uživa u anonimnosti putovanja, pružajući im priliku da budu potpuno drugačiji, tj. netko drugi. U prilog ideji da ljudi preuzimaju druge identitete na putovanju radi osjećaja da žive punim plućima ide to što ih više od dvije trećine (68%) smatra da su na odmoru svoj najbolji "ja". To im omogućava da se oslobode društvenih ograničenja i prihvate nove aspekte svoje osobnosti. Ne treba zanemariti podatak da je njih 42% voljno unajmiti luksuzniji automobil nego što ga inače koriste kod kuće kako bi još više uživali u svojem iskustvu.

2. Ljubitelji hladnijih krajeva / Cool-cationers

Svijet se suočava s iznimno visokim temperaturama koje ruše sve rekorde, izazivajući globalne toplinske valove. U takvim ekstremnim uvjetima, sve veći broj putnika traži utočište u hladnijim podnebljima kako bi se osvježili i revitalizirali. Više od polovine putnika (51%)

prepoznaje da će klimatske promjene utjecati na način na koji planiraju svoje odmore, a čak 56% njih izjavljuje da će, zbog nepodnošljive vrućine na bliskim destinacijama, potražiti oaze hladnoće drugdje. Ovaj trend potiče rast popularnosti putovanja usmjerenih na vodu, gdje su temperature ugodnije i putnicima omogućuju bijeg od vrućine. Tri četvrtine putnika (75%) osjeća se opuštenije kada su u blizini vode, dok više od trećine (36%) pokazuje interes za odmorima fokusiranim na vodene aktivnosti u 2024. godini. Uz povećanu potražnju za odmorima uz vodu, nova forma wellness putovanja koja naglašava osjećaj punog života uskoro će postati popularna.

3. Putnici koji sve prepuštaju slučaju / Surrender Seekers

U 2024. godini, putnici sve više prihvaćaju filozofiju da je dovoljno samo stići na svoje odredište. Odmor im postaje prilika za istraživanje nepoznatog i uživanje u iznenađenjima, gdje više od polovine (52%) želi rezervirati putovanja iznenađenja, gdje je sve osim samog odredišta nepoznato do dolaska. Ovi avanturistički putnici iz 2024. godine žele se osloboditi monotonije svakodnevnog života i aktivno izbjegavati rutinska iskustva. Njih 56% želi napustiti utabane staze, dok trećina (34%) čak želi putovati s nepoznatim osobama. Ovi putnici preferiraju spontane susrete i neplanirane avanture umjesto strogo definiranih planova. Njihova filozofija je "carpe diem" - iskoristi dan. Većina putnika (55%) ne želi unaprijed definirane planove prije putovanja u 2024. kako bi mogli otići gdje ih trenutni impuls odvede, a više od dvije trećine (69%) želi imati samo okvirne planove koji se mogu mijenjati prema trenutnom raspoloženju. Turistička industrija već odgovara na ovaj trend pružanjem fleksibilnih usluga podržanih tehnologijom, omogućavajući putnicima otkazivanje, promjenu planova i kupnju s odgodom plaćanja jednostavnim pritiskom na gumb. Napredak umjetne inteligencije igra ključnu ulogu, pri čemu već postoji Booking.com-ov planer putovanja temeljen na AI tehnologiji. U 2024., čak 48% putnika razmotrilo bi prepustiti planiranje putovanja umjetnoj inteligenciji, a baby boomeri (30%) i pripadnici "tihe" generacije (20%) također počinju prihvaćati umjetnu inteligenciju kako bi im pomogla u planiranju putovanja sljedeće godine.

4. Istraživači kulinarskih blaga / Culinary Excavators

Tijekom 2024. godine, putnici će postati temeljitiji u istraživanju povijesti hrane kako bi otkrili nova blaga kulinarškog svijeta. Skoro dvije trećine (61%) putnika sve više zanima povijest neizostavnih delicija na njihovim odredištima. Ovi istražitelji kulinarstva ne jure za najnovijim kulinarским trendovima, umjesto toga, teže očuvanju tradicionalnih jela i žele kroz gastronomski turizam doživjeti jedinstvenu priču koju kuhinja jednog mjesta ima za ponuditi, uz naglasak na povijesti, geografskim karakteristikama i lokalnim sastojcima koji čine tu kuhinju posebnom i osvježavajućom za njihova osjetila. 81% putnika želi iskusiti autohtonu kuhinju u 2024. godini, pri čemu su tradicionalni okusi u središtu njihova interesa.

Preferiraju manje poznate specijalitete i traže tajne kulinarskih kultura koje su možda izgubljene ili zaboravljene u drugim dijelovima svijeta. Očekuje se rast autohtonih iskustava koja putnike vode na putovanje gdje se priča o hrani kombinira s pričom o kulturi, povijesti i zajednici, što pozitivno utječe na lokalne ekonomije širom svijeta. Skoro polovica (46%) putnika želi iskusiti *immersive* gastronomske avanture potpomognute virtualnom i proširenom stvarnošću koje sjedinjuju stvarni i digitalni svijet. Ova iskustva obuhvaćaju posebno osvjetljenje, mirise koji se slažu s jelima i senzualne zvučne pozadine kako bi istaknuli povijest kulinarskih tradicija i oživjeli stvarnost hrane.

5. Putnici fokusirani na kvalitetu života / Reboot Retreaters

U vremenima globalne nestabilnosti i užurbane svakodnevice, sve više putnika okreće se specijaliziranim putovanjima usmjerenim na samo poboljšanje kako bi ponovno pronašli kontrolu nad svojim životom i živjeli onako kako stvarno žele. Pojava turizma usmjerenog na spavanje, primjerice, omogućava stručnjacima za spavanje i naprednoj tehnologiji pružanje usluga za 58% putnika koji u 2024. godini žele putovati kako bi se posvetili neometanom snu. Kada je riječ o osobama koje su solo putnici, više od trećine (39%) razmišlja o putovanjima koja omogućuju sklapanje novih poznanstava i potencijalno pronalazak novog bračnog ili ljubavnog partnera. Istovremeno, trećina (35%) razmišlja o putovanjima koja pomažu u liječenju emocionalnih rana nakon prekida veze. Oni koji su još uvijek u vezi, oko četvrtine (24%) planira putovanja s ciljem produbljivanja povezanosti s partnerom. S druge strane, iscrpljeni roditelji traže utjehu u potpuno samostalnim odmorima, gdje većina njih (58%) planira putovati bez djece i partnera kako bi se usredotočili na svoje vlastito zdravlje i vitalnost.

6. Ljubitelji „à la carte“ luksuza / À La Carte Affluencers

S obzirom na porast troškova života i utjecaj trendova skrivenog bogatstva tijekom 2023. godine, putnici u 2024. sve više primjenjuju strategije uštede kako bi kontrolirali svoje izdatke i istovremeno, barem privremeno, doživjeli luksuzna putovanja "à la carte. Putnici sve više iskazuju interes za transparentnom potrošnjom i organiziranjem ekonomičnih putovanja uz pomoć umjetne inteligencije. Čak 56% putnika planira koristiti umjetnu inteligenciju kako bi brzo i jednostavno poboljšali svoje putničko iskustvo, pri čemu će tražiti preporuke i informacije o dodatnim sadržajima i ponudama tijekom putovanja. Osim toga, polovica (50%) putnika namjerava odabrati destinacije s nižim troškovima života od svojeg prebivališta, dok će neki (43%) putnici preferirati putovanja na destinacije u blizini kako bi ostvarili luksuzno iskustvo po povoljnijim cijenama u 2024. godini. Zanimljivo je da će mnogi putnici (51%) biti spremni platiti dnevne propusnice za korištenje sadržaja u luksuznim hotelima umjesto boravka u njima, dok će roditelji (47%) planirati putovanja izvan školskih praznika kako bi bolje iskoristili svoj proračun.

7. Osviješteni esteti / Mindful Aesthetes

Godine 2024., putnici će biti spremni doprinijeti očuvanju okoliša kako bi pristupili jedinstvenim mjestima na najsvjesniji i najodgovorniji način. Sve više hotela i drugih jedinstvenih smještajnih objekata nudi inventivna i estetski privlačna rješenja za važne ekološke i društvene izazove. Putnici traže impresivnu arhitekturu s integriranom održivošću, pri čemu više od polovice (53%) traži smještaj koji se ističe inovacijama u održivosti. Većina njih (60%) želi vidjeti održivost u praksi, dok skoro dvije trećine (65%) želi doživjeti prirodu unutar zatvorenih prostora uz zelene površine i biljke u smještajima. Velik broj putnika zainteresiran je za održive putničke aplikacije gdje mogu otključati nagrade (60%), kao što su iskustva s lokalnim stanovništvom u manje poznatim područjima (47%) ili posjetiti udaljene lokacije koje su inače ograničene za turiste (44%).

2. STATISTIČKI POKAZATELJI TURISTIČKOG PROMETA

Prema prvim podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 3. studenog 2023., koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), u Hrvatskoj je od siječnja do kraja listopada, odnosno tijekom prvih deset mjeseci ostvareno više od 19,8 milijuna dolazaka i preko 105,8 milijuna noćenja, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja rast od 9 posto u dolascima i 3 posto u noćenjima. Navedeno u odnosu na rekordnu 2019. godinu predstavlja izjednačenje rezultata. Gledano po županijama, tijekom prvih deset mjeseci najviše je dolazaka ostvareno u Istri (4,9 milijuna dolazaka, +5% u odnosu na 2022.), Splitsko-dalmatinskoj županiji (3,8 milijuna dolazaka, +11% u odnosu na 2022.), Kvarneru (3,1 milijuna dolazaka, +5% u odnosu na 2022.), Zadarskoj županiji (2 milijuna dolazaka, +6% u odnosu na 2022.), Dubrovačko-neretvanskoj (2 milijuna dolazaka, +18% u odnosu na 2022.), Šibensko-kninskoj (milijun dolazaka, +3% u odnosu na 2022.) te Ličko-senjskoj županiji (752 tisuće dolazaka, +14% u odnosu na 2022.). U Zagrebu je ostvareno 1,1 milijun dolazaka što je 21 posto više nego lani, dok je na ostatku kontinenta ostvareno više od milijun dolazaka što je 15 posto više nego lani. Gledano prema destinacijama, najviše je dolazaka tijekom prvih deset mjeseci ostvareno u Dubrovniku, Zagrebu, Splitu, Rovinju, Poreču te Zadru, dok je, gledano prema tržištima, u prvih deset mjeseci najviše dolazaka ostvareno s tržišta Njemačke (3,3 milijuna dolazaka), Hrvatske (2,5 milijuna dolazaka), Slovenije (1,6 milijuna dolazaka), Austrije (1,6 milijuna dolazaka) te Poljske (1,1 milijun dolazaka).

U prvih deset mjeseci ove godine ukupno je u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvareno u komercijalnom smještaju 3.528.069 dolazaka (rast od 11 posto) i 17.776.016 noćenja (rast od 4 posto) u odnosu na prethodnu godinu, odnosno 99 % noćenja ostvarenih u 2019. godini. Na prvom mjestu s najviše ostvarenih noćenja u prvih deset mjeseci su Nijemci s 373 tisuće dolazaka i 2,34 milijuna noćenja (13 posto ukupnog broja noćenja). Prema broju ostvarenih inozemnih noćenja slijede gosti iz Poljske, Češke i Ujedinjenog Kraljevstva. Domaći gosti su prema broju dolazaka u Splitsko-dalmatinsku županiju na visokom drugom mjestu i na četvrtom mjestu po ostvarenim noćenjima. Najpopularniji je u dosadašnjem dijelu turističke godine bio Split koji je prema podacima Hrvatske turističke zajednice (HTZ) bio treći najposjećeniji grad u Hrvatskoj, uz bok Dubrovnika i Zagreba. Uz Split, najposjećenija turistička mjesta Splitsko-dalmatinske županije koja bilježe porast broja noćenja u odnosu na prošlu godinu su Makarska, Omiš, Baška Voda, Tučepi, Seget i Hvar. Uspješan je bio i nautički turizam na području Splitsko-dalmatinske županije pa je od siječnja do kraja listopada ove godine ostvareno 216.718 dolazaka nautičara i 1.459.496 noćenja, što je 1,5 postotni rast u dolascima, a noćenja su neznatno povećana u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Po ostvarenim noćenjima u nautičkom charteru na prvom mjestu su nautičari iz

Njemačke koji su ostvarili 205 tisuća noćenja, slijede ih nautičari iz SAD –a, Austrije i Ujedinjenog Kraljevstva.

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 2. studenog 2023., od siječnja do kraja listopada na području grada Splita ostvareno je 923.027 dolazaka i 2.935.351 noćenja, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja rast od 20,7% u dolascima i 10,4% u noćenjima. Navedeno u odnosu na 2019. godinu predstavlja povećanje od 1% u dolascima i 7% u noćenjima. Strani turisti ostvarili su 2.744.813 noćenja (indeks 111,05), a domaći turisti ostvarili su 190.538 noćenja (indeks 102,10). U nastavku je prikazan turistički promet za svako naselje na području grada Splita.

Objekt lokacija Naselje	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
Donje Sitno	2.746	2.234	122,92	452	294	153,74
Gornje Sitno	5.094	3.407	149,52	653	436	149,77
Kamen	12.355	11.315	109,19	5.751	5.195	110,70
Slatine	158.750	166.019	95,62	19.275	19.586	98,41
Split	2.486.814	2.208.166	112,62	837.479	685.066	122,25
Srinjine	13.710	14.367	95,43	1.880	1.703	110,39
Stobreč	233.895	227.915	102,62	54.167	49.467	109,50
Žrnovnica	21.987	24.876	88,39	3.370	3.255	103,53
Ukupno	2.935.351	2.658.299	110,42	923.027	765.002	120,66

Promatrajući turistički promet po mjesecima, najviše noćenja u prvih deset mjeseci na području grada Splita ostvareno je u kolovozu i srpnju i sveukupno iznosi 1.348.448 noćenja, što čini 46% svih ostvarenih noćenja. Zatim slijede mjeseci lipanj, rujanj i svibanj kada je ostvareno sveukupno 1.060.817 noćenja, što čini 36% svih ostvarenih noćenja u prvih deset mjeseci 2023. godine.

Promatrajući turistički promet prema tržištima, u prvih deset mjeseci na području grada Splita najviše noćenja ostvareno je s tržišta Ujedinjene Kraljevine (324.401 noćenja), SAD-a (290.042 noćenja), Njemačke (269.292 noćenja), Francuske (200.103 noćenja), Hrvatske (190.538), Nizozemske (163.536), Poljske (132.093), Australije (115.127), Španjolske (76.477) i Italije (71.652). Navedena tržišta ostvarila su 62,45% svih noćenja u prvih deset mjeseci. U nastavku su prikazani dolasci i noćenja od siječnja do kraja listopada na području grada Splita prema glavnim emitivnim tržištima i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Turist - država prebivališta DZS naziv	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
UK	324.401	303.394	106,92	93.409	85.084	109,78
SAD	290.042	224.006	129,48	121.863	87.521	139,24
Njemačka	269.292	274.803	97,99	67.358	64.326	104,71
Francuska	200.103	220.909	90,58	58.089	61.400	94,61
Hrvatska	190.538	186.615	102,10	78.983	73.491	107,47
Nizozemska	163.536	152.502	107,24	38.165	37.366	102,14
Poljska	132.093	131.677	100,32	26.920	25.132	107,11
Australija	115.127	37.134	310,03	48.252	15.001	321,66
Španjolska	76.477	66.769	114,54	31.883	28.234	112,92
Italija	71.652	69.680	102,83	26.477	24.720	107,11

Što se tiče starosti turista, najviše noćenja u prvih deset mjeseci ostvarili su turisti od 25 do 34 godine (670.862 noćenja) i turisti od 18 do 24 godine (632.643 noćenja). U nastavku je dan tablični prikaz dolazaka i noćenja od siječnja do kraja listopada na području grada Splita prema starosti turista i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Turist Starost	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
0-5	57.027	58.355	97,72	13.106	11.994	109,27
12-17	153.941	143.706	107,12	38.022	32.447	117,18
18-24	632.643	584.279	108,28	162.432	141.680	114,65
25-34	670.862	678.345	98,90	219.784	206.943	106,21
35-44	410.252	381.154	107,63	135.900	117.219	115,94
45-54	375.213	326.550	114,90	127.680	103.176	123,75
55-64	330.399	255.959	129,08	120.042	83.287	144,13
6-11	82.872	82.618	100,31	20.390	17.905	113,88
65-120	222.142	147.324	150,78	85.671	50.350	170,15
Ukupno	2.935.351	2.658.290	110,42	923.027	765.001	120,66

Promatrajući ostvareni turistički promet prema vrstama objekta, od siječnja do kraja listopada najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu (1.584.896 noćenja), odnosno 54% ukupno ostvarenih noćenja, te u hotelima (703.253 noćenja), što je 24% ukupno ostvarenih noćenja, a koji bilježe povećanje od 20% u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prošle godine. U nastavku je tablični prikaz ostvarenih noćenja od siječnja do kraja listopada na području grada Splita prema vrstama objekta i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Objekt Vrsta objekta	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Udio noćenja	Udio noćenja Usporedba
Hoteli	703.253	585.062	120,20	23,96%	22,01%
Kampovi	143.289	133.716	107,16	4,88%	5,03%
Nekomercijalni smještaj	25.980	32.606	79,68	0,89%	1,23%
Objekti u domaćinstvu	1.584.896	1.507.001	105,17	53,99%	56,69%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	477.933	399.914	119,51	16,28%	15,04%
Ukupno	2.935.351	2.658.299	110,42	100,00%	100,00%

Promatrajući broj objekata i kreveta u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, prema podacima iz sustava eVisitor obrađenim na dan 2. studenog 2023. godine, na području grada Splita evidentirano je sveukupno 8.959 objekata, što je u odnosu na prošlu godinu povećanje od 13,32%, i 43.248 kreveta, što je povećanje od 9,85% u odnosu na prošlu godinu. Promatrajući isključivo komercijalni smještaj, na području grada Splita evidentirano je 7.745 objekata i 37.826 kreveta. U nastavku je tablični prikaz broja objekata, smještajnih jedinica i kreveta u komercijalnom smještaju na području grada Splita prema vrsti objekta.

Objekt Vrsta objekta	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Udio kreveta
Hoteli	60	2.624	5.263	13,91%
Kampovi	1	376	1.128	2,98%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1	1	2	0,01%
Objekti u domaćinstvu	7.108	9.274	25.177	66,56%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	575	2.450	6.256	16,54%
Ukupno	7.745	14.725	37.826	100,00%

3. STRATEŠKI CILJEVI

Dugoročni strateški ciljevi

Prilikom definiranja godišnjeg programa rada turističke zajednice, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), pa je u skladu s navedenim rad Turističke zajednice grada Splita usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma;
- osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda;
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Glavne strateške smjernice razvoja turizma na nacionalnoj razini zadržane su u Nacionalnom planu oporavka i otpornosti, podkomponenta 1.6. Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma, Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalnom planu razvoja održivog turizma do 2027. godine, pa je u skladu s navedenim rad Turističke zajednice grada Splita usmjeren na potporu u realizaciji sljedećih dugoročnih strateških ciljeva na nacionalnoj razini:

1. Cjelogodišnji i prostorno uravnoteženiji turizam,
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu,
3. Konkurentan i inovativan turizam i
4. Otporan turizam.

Aktivnosti promocije i oglašavanja uskladit će se s novim Strateškim marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma za razdoblje do 2027. godine, koji definira nove ciljeve, ali i komunikacijsku strategiju.

Strateške smjernice na regionalnoj razini definirane su Glavnim planom razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017-2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga,

pa je u skladu s tim rad Turističke zajednice grada Splita usmjeren na potporu u realizaciji sljedećih strateških ciljeva na regionalnoj razini:

1. Održivi turistički razvoj uz maksimalno povećanje kvalitete života lokalne zajednice,
2. Povećanje prihoda od turizma unapređenjem i razvojem turističkih proizvoda te učinkovitim marketingom,
3. Unapređenje uvjeta za razvoj turizma i
4. Unapređenje upravljanja turizmom sukladno kapacitetima županije i jedinica lokalne uprave.

Strateške smjernice razvoja turizma na lokalnoj razini definirane su Strategijom razvoja grada Splita do 2030. godine s Akcijskim planom (poglavlje Gospodarstvo, cilj 3, mjera 3.3.), pa je u skladu s tim strateški cilj Turističke zajednice grada Splita poticati i osigurati uvjete za razvoj održivog turizma koji doprinosi razvoju zajednice.

Željena slika grada Splita kao turističke destinacije definirana je sukladno Glavnim planom razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017-2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga i Strategijom razvoja grada Splita do 2030. godine s Akcijskim planom i glasi:

„Split je najprivlačniji grad za život, rad i posjet u Republici Hrvatskoj, koji kroz zajedništvo i suradnju s lokalnom zajednicom razvija turističku ponudu u uvjetima održivog razvoja, uspješno spajajući inovativnost i profesionalnost s lokalnom kulturom, tradicijom i stilom života i predstavljajući gospodarsko, sportsko, kulturno i sveučilišno središte Mediterana integrirano u suvremene europske trendove.“

Kao dugoročne smjernice daljnjeg razvoja turizma grada Splita istaknuti su:

- Cjelogodišnji i prostorno uravnoteženiji turizam s očuvanim okolišem i klimom > bolja iskorištenost kapaciteta, veća profitabilnost, pozitivan utjecaj na okoliš i klimu, održivost;
- Konkurentan i inovativan turizam sa značajnim multiplikativnim efektom > diversificirani razvoj, povećanje BDP-a grada, otpornost/elastičnost;
- Odgovoran turizam prema prostoru, ukupnim resursima i lokalnom stanovništvu > stabilnost i održivost.

Glavni ciljevi u 2024. i akcijski plan

Glavni ciljevi Turističke zajednice grada Splita za 2024. godinu usklađeni su sa strateškim ciljevima razvoja turizma na regionalnoj razini i s ciljem razvoja održivog turizma koji doprinosi razvoju zajednice, što je definirano kao prioritet na lokalnoj razini.

Cilj 1: Razvoj strateškog okvira za planiranje, upravljanje i kontrolu razvoja turizma u destinaciji

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- izraditi i usvojiti strateški dokument *Usuglašavanje Studije nosivog kapaciteta grada Splita i izrada akcijskog plana* i pokrenuti aktivnosti za izradu strateškog dokumenta *Plan upravljanja destinacijom* temeljem posebnog pravilnika koji će propisati Ministar turizma i sporta RH, što je definirano novim Zakonom o turizmu koji bi trebao stupiti na snagu 1. siječnja 2024., koji će biti naslonjeni na Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017-2027), Strategiju razvoja grada Splita do 2030. i Studiju turističkog nosivog kapaciteta grada Splita;
- sudjelovanje u strateškom planiranju razvoja turizma na regionalnoj i lokalnoj razini uz participaciju dionika iz domene javnog, privatnog i civilnog sektora;
- poticati i zagovarati izradu strateške podloge za održivo i odgovorno upravljanje resursima koji su dio turističke ponude pred relevantnim tijelima javne uprave;
- poticati i zagovarati pred relevantnim gradskim tijelima i službama uspostavu kontinuiranog monitoringa razvoja turizma s aspekta ključnih pokazatelja održivosti te s aspekta izvršenja ciljeva definiranih kroz relevantne dokumente, što obuhvaća definiranje metodološkog pristupa i odabranih pokazatelja koji će se pratiti na godišnjoj razini.

Cilj 2: Razvoj strateškog i operativnog okvira za brendiranje destinacije

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- izraditi i usvojiti *Strateški marketinški i operativni plan turizma destinacije Splita za razdoblje 2025. – 2030.*, koji će biti naslonjen na Strateški marketinški i operativni planom hrvatskog turizma za razdoblje do 2027. godine i Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017-2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga;
- provoditi istraživanja tržišta kako bi se bolje razumjele potrebe i preferencije ciljanih emitivnih tržišta, što će doprinijeti pravilnom usmjeravanju marketinških aktivnosti prema specifičnim segmentima tržišta;

- provoditi edukacije dionika o marketinškim strategijama i aktivnostima kako bi se osiguralo dosljedno promoviranje destinacije;
- poboljšati okvir za praćenje i analizu rezultata marketinških aktivnosti kako bi se izvršila prilagodba komunikacijske strategije prema stvarnim rezultatima.

Cilj 3: Unaprjeđenje suradnje, umreženosti i koordinacije dionika na području destinacije

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- pojačati intenzitet i sustavnost suradnje TZ-a i destinacijskih dionika radi bolje koordinacije i pozicioniranja turističke ponude;
- poticati aktivno međusektorsko i horizontalno umrežavanje i povezivanje između različitih dionika, uz suradnju s postojećim udruženjima pri Hrvatskoj gospodarskoj komori (HGK) i Hrvatskoj obrtničkoj komori (HOK);
- poticati umrežavanje lokalnih dionika u destinacijskom lancu opskrbe s ciljem smanjenja odljeva turističke potrošnje iz lokalnog gospodarstva;
- inicirati i sudjelovati u međusektorskoj suradnji s različitim sektorima, uključujući ugostiteljski, turistički, kulturni, sportski, zdravstveni, obrazovni sektor te javne institucije, s ciljem stvaranja, poboljšanja i promocije turističkih proizvoda;
- poticati i inicirati suradnju s javnim tijelima i dionicima u okolici destinacije, primarno s lokalnim turističkim zajednicama u okruženju, kako bi se zajedno radilo na razvoju, povezivanju i promociji turističkih proizvoda unutar grada i šireg okruženja.

Cilj 4: Unaprjeđenje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg i održivog turizma i ključnih obilježja destinacije zajednička svim proizvodima

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- poticati i inicirati unaprjeđenje organizacije prometa u destinaciji, cestovne prometne mreže u svrhu rješavanja prometnih uskih grla i lokalnog javnog prijevoza;
- poticati i inicirati unaprjeđenje željezničke i pomorske povezanosti destinacije te infrastrukture za nautički turizam;
- sudjelovanje u aktivnostima daljnjeg unaprjeđenja zračne povezanosti destinacije u razdoblju od studenog do kraja ožujka;
- poticati i inicirati unaprjeđenje opremljenosti gradskih plaža;
- poticati unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta kroz rast broja i udjela smještajnih jedinica u kategoriji hotela (posebno hotela koji osiguravaju smještaj i organizaciju za posebne oblike turizma, kao što su MICE i zdravstveni turizam);

- stimulirati prostornu i vremensku disperziju turističkih tokova kroz poticanje razvoja događanja na „alternativnim“ lokacijama i velikim javnim površinama u gradu;
- provoditi kampanje podizanja svijesti o kompleksnosti, važnosti i učincima razvoja turizma na lokalnu zajednicu i poticati uključivanje lokalnog stanovništva u turističku potrošnju posebno osmišljenim aktivnostima;
- organizirati i sufinancirati edukacije i radionice za destinacijske dionike koje su usmjerene na primjenu održivih praksi u poslovanju i poboljšanje kvalitete proizvoda i usluga.

Cilj 5: Povećanje prihoda od turizma unaprjeđenjem i razvojem turističkih proizvoda u funkciji razvoja konkurentnog, inovativnog i otpornog turizma

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- inicirati i poticati poboljšanje kvalitete proizvoda i usluga destinacije provedbom specijaliziranih aktivnosti, kao što je projekt IQM Destination Split;
- poticati proširivanje palete turističkih proizvoda i njihove prostorne distribucije, s naglaskom na proizvode više dodane vrijednosti;
- promicati intenziviranje procesa oblikovanja inovativnih te autentičnih turističkih doživljaja (npr. specijalizirani agencijski programi, umrežavanje dionika u lancu opskrbe i sl.);
- stimulirati korištenje novih tehnologija i ICT rješenja u domeni upravljanja turističkim tokovima na području destinacije te optimizacije poslovnih procesa kod pružatelja turističkih usluga;
- unaprijediti sustav turističkog informiranja, uključujući mrežu smeđe turističke signalizacije, kako bi se povećala aktivnost turista tijekom boravka u destinaciji i time inducirala dodatna potrošnja;
- poticati unaprjeđenje i razvoj sadržaja kulturnog turizma (tematske kulturne rute, proizvodi temeljeni na kulturi života i rada destinacije, modernizacija i osuvremenjivanje muzejskih postava, prezentacija kulturne baštine kroz interpretacijski centar korištenjem suvremene tehnologije i sl.);
- poticati poboljšanje kvalitete gastronomske ponude s naglaskom na raznolikost i lokalnu gastronomsku tradiciju i inicirati razvoj novih doživljaja povezanih s gastronomijom;
- poticati unaprjeđenje i razvoj sadržaja sportsko-rekreativnog turizma (uključiti prirodne resurse za bavljenje sportskim aktivnostima u ponudu - tematiziranje plaža, razvoj i tematiziranje biciklističkih staza, rekreacijski centri u prirodi i sl; uključiti proizvode koji valoriziraju sportske uspjehe grada i jačaju tradiciju sportskih grana

grada; sudjelovati u organizaciji sportskih manifestacija i njihovoj optimalnoj vremenskoj disperziji i sl.);

- poticati i inicirati razvoj sadržaja MICE i zdravstvenog turizma i ostalih posebnih oblika turizma, kao što su edukacijski turizam i volonterski turizam.

Cilj 6: Unaprjeđenje sustavne promocije destinacije

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- redizajn i modernizacija destinacijske mrežne stranice za desktop i mobilne uređaje kako bi se poboljšala korisnička iskustva i olakšala pristupačnost informacija posjetiteljima;
- intenziviranje aktivnosti na svim društvenim mrežama putem redovitog objavljivanja privlačnih i relevantnih sadržaja, kao i interakcije s korisnicima kako bi se povećala vidljivost i angažman destinacije;
- poboljšati sustav turističkog informiranja u destinaciji (razvoj mobilnih aplikacija koje će omogućiti turistima brz pristup informacijama o destinaciji, preporukama, vodičima i interaktivnim kartama; poboljšanje smeđe turističke signalizacije; pravovremeno objavljivanje i ažuriranje kalendara događanja u suradnji s gradskim službama i ustanovama te organizatorima manifestacija);
- poboljšati smjer promocije prema ciljnim segmentima i strateškim emitivnim tržištima (prilagođene kampanje, advertoriali i objave; prilagođeni sadržaj i dinamika promotivnih aktivnosti s obzirom na željenu vremensku disperziju turističke potražnje/potrošnje u destinaciji);
- kontinuirano jačati promociju Splita kao zdravstveno sigurne destinacije i destinacije koja brine o prostoru, klimi i potrebama lokalne zajednice;
- kontinuirano jačati promociju Splita na specijaliziranim međunarodnim sajmovima i poslovnim radionicama te provoditi organizaciju studijskih putovanja za organizatore putovanja, specijalizirane posrednike, inozemne medije i produkcijske kuće, novinare, putopisce i utjecajne osobe iz svijeta društvenih medija;
- kontinuirano jačati promociju jedinstvenih vrijednosti destinacije i prepoznatih pozitivnih asocijacija (prirodne ljepote, kultura, atmosfera i duh destinacije, sigurnost, stil života lokalne zajednice);
- provoditi uzajamnu i zajedničku promociju proizvoda, manifestacija, atrakcija i tradicijskih elemenata s destinacijama u okruženju (kroz sve komunikacijske kanale).

4. PRIHODI

Polazne osnove za planiranje prihoda Turističke zajednice grada Splita su:

- Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19; NN 42/20),
- Zakon o članarinama u turističkim zajednicama (NN 52/19; NN 144/20) i
- Zakon o turističkoj pristojbi (NN 52/19; NN 32/20; NN 42/20).

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

- turistička pristojba, sukladno posebnom propisu koji uređuje turističku pristojbu,
- članarina, sukladno posebnom propisu koji uređuje članarine u turističkim zajednicama,
- prihodi od obavljanja gospodarske aktivnosti,
- prihodi iz proračuna jedinice lokalne samouprave,
- prihodi od drugih aktivnosti (sufinanciranja višeg i nižeg ustroja turističkih zajednica),
- fondova Europske unije i drugih fondova.

Financijski plan Turističke zajednice grada Splita za 2024. godinu temelji se na prihodima od turističke pristojbe, članarine, prihoda iz proračuna Grada, prihoda od sustava TZ, prihoda iz EU fondova, prihoda od gospodarske djelatnosti i ostalih prihoda. Ukupno planirani prihodi u iznosu od 2.957.046,00 eura su za 15% viši u odnosu na prihode temeljem financijskog plana za 2023. godinu, odnosno za 14% viši u odnosu na prihode temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2023. godinu. Najveće učešće u strukturi izvora prihoda pripada prihodima od turističke pristojbe i članarine.

Prihodi od turističke pristojbe plaćaju se temeljem čl. 59 Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi kojim se uređuje obveza plaćanja turističke pristojbe, način utvrđivanja visine turističke pristojbe, raspoređivanje prikupljenih sredstava turističke pristojbe, rokovi i način naplate i uplate turističke pristojbe i druga pitanja. Turističke zajednice turističku pristojbu koriste za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada i financijskom planu. Sredstva prikupljena turističkom pristojbom jedan su od najvažnijih prihoda sustava TZ usmjerena na financiranje promotivnih aktivnosti i poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji. Pravilnik o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe (NN 71/19) donosi ministar turizma, dok odluku o visini turističke pristojbe donosi županijska skupština. Županijska skupština Splitsko-dalmatinske županije na 18. sjednici, održanoj 24. travnja 2023. godine, donijela je Odluku o visini turističke pristojbe za 2024. godinu za općine

i gradove na području Splitsko-dalmatinske županije. Najveći iznos turističke pristojbe ostvaruje se od noćenja u smještajnim objektima, koja po osobi iznosi 2,00 eura u razdoblju od 1. travnja do 30. rujna, odnosno 1,86 eura u ostalom razdoblju (smještajni objekti u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost), te 1,50 eura u razdoblju od 1. travnja do 30. rujna, odnosno 1,33 eura u ostalom razdoblju (smještajni objekti iz skupine Kampovi – kampovi i kamp odmorišta), i godišnjeg paušalnog iznosa od 55,00 eura kojeg plaćaju osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u objektima u domaćinstvu po registriranom krevetu. Raspodjela turističke pristojbe vrši se na način da se najprije izdvaja 1% za Crveni križ, zatim 3,5% za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i 2% za Fond za udružene turističke zajednice, a preostala sredstva dostavljaju se korisnicima:

- 65% sredstava Turističkoj zajednici grada Splita (od čega se 30% sredstava doznačuje na račun Grada Splita);
- 15% sredstava Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije i
- 20% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici (HTZ).

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

Sukladno navedenome, financijskim planom za 2024. godinu planiraju se prihodi od turističke pristojbe u iznosu od ukupno 1.310.000,00 EUR, što je za 10% više u odnosu na prihode planirane temeljem financijskog plana za 2023. godinu i prihode planirane temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2023. godinu. Naime, uslijed odličnih rezultata turističke sezone, kao i posezone 2023., očekuje se nastavak pozitivnih trendova i u 2024. godini, kao i pojačane kontrole Državnog inspektorata Republike Hrvatske i naplata duga turističke pristojbe iz prošlih godina.

Prihodi od turističke članarine plaćaju se temeljem Zakona o članarinama u turističkim zajednicama kojim se uređuje obveza plaćanja članarine, osnove i stope po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici, način plaćanja članarine, evidencija, obračun i naplata članarine te druga pitanja. Pravna i fizička osoba koja ima svoje sjedište, prebivalište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično, na području lokalne turističke zajednice koja je osnovana, koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavlja djelatnost koja ima korist od turizma, plaća članarinu turističkoj zajednici. Osnovicu za obračun članarine za pravne i fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dobit čine svi prihodi koje te osobe

ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Osnovicu za obračun članarine za fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dohodak čine svi primici koje te osobe ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Visina članarine koju plaća pravna i fizička osoba ovisi o skupini u koju je razvrstana djelatnost kojom se pravna ili fizička osoba bavi te o pripadajućoj stopi za obračun i plaćanje članarine propisanoj Zakonom. Fizička osoba koja pruža ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaća godišnji paušalni iznos članarine za svaki krevet u sobi, apartmanu i kući za odmor, za svaku smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu te prema kapacitetu u objektu za robinzonski smještaj koji se koriste za pružanje usluga smještaja sukladno propisu kojim se uređuje obavljanje ugostiteljske djelatnosti. Poslove evidencije, obračuna i naplate članarine od pravnih i fizičkih osoba obavlja Porezna uprava, a u poslovnim knjigama turističke zajednice prihodi od turističke članarine evidentiraju se na temelju izvadaka sa žiro računa. Raspodjela prihoda od turističke članarine vrši se na način da se najprije izdvaja 3% za Poreznu upravu, zatim 9% za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i 2% za Fond za udružene turističke zajednice, a preostala sredstva dostavljaju se korisnicima:

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

Financijskim planom za 2024. godinu planiraju se prihodi od članarine u iznosu od 1.075.830,00 EUR, što u odnosu na financijski plan 2023. godine predstavlja povećanje od 42%, odnosno povećanje od 26% temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2023. godinu. Uslijed odličnih rezultata turističke sezone i povećane gospodarske aktivnosti na području grada Splita, očekuje se nastavak pozitivnih trendova na turističkom tržištu grada Splita i u 2024. godini, što će dovesti povećanja prihoda po osnovi turističke članarine.

Prihodi iz proračuna Grada planiraju se u iznosu od 530.000,00 EUR. Spomenuta sredstva proračuna predstavlja potpora Grada Splita za realizaciju gradskih manifestacija kao i druge aktivnosti za poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji u skladu sa zajedničkim dogovorima oko raspodjele sredstava turističke pristojbe uplaćene na račun Grada.

Prihodi od sustava turističkih zajednica koji se planiraju u iznosu od 1.500,00 EUR uglavnom predstavljaju prihod od Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije za zajedničke promotivne nastupe (sajmovi, poslovne prezentacije i sl.), sufinanciranje projekata, ostale potpore, participacije i sl. koji se provode na svim razinama sustava, sukladno odlukama, sporazumima i drugim načinima pisano regulirane suradnje.

Prihodi od fondova Europske unije odnose se na prihode od partnerstva u strateškom projektu „Palača života – grad mijena / Palace of life – City of changes“. Projekt „Palača života – grad mijena / Palace of life – City of changes“ financiran je sredstvima Europske unije, a provodi se kroz ITU mehanizam Urbane aglomeracije Split. Korisnik je Grad Split, a partneri su Turistička zajednica grada Splita i Muzej grada Splita. Planirani prihodi od spomenutog projekta u 2024. godini iznose 30.400,00 EUR.

Prihodi od gospodarske djelatnosti odnose se na prihod od zakupa poslovnog prostora za bankomat Privredne banke Zagreb (PBZ) u Stobreču i planira se u iznosu od 9.300,00 EUR.

Ostali nespomenuti prihodi predstavljaju kamate na sredstva na računu i ostale neplanirane prihode od pravnih i fizičkih osoba. Ova vrsta prihoda planirana je u iznosu od 16,00 EUR.

5. RASHODI – AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA (TZGS)

1. Istraživanje i strateško planiranje

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

- **Strateški marketinški i operativni plan turizma destinacije Split za razdoblje 2025. – 2030.**

S obzirom na istek postojećeg Strateškog marketinškog plana destinacije Split za razdoblje 2017. - 2022. godine, TZGS planira pokrenuti izradu novog Strateškog marketinškog i operativnog plana turizma destinacije Split za razdoblje 2025. - 2030. godine. Početak izrade ovog plana odgođen je s početka 2023. godine na kraj godine ili početak 2024. godine, a odluka o odgodi temeljena je na određenim čimbenicima kako bi se osigurao kvalitetan i temeljit pristup planiranju promocije turizma u gradu Splitu. Naime, u cilju osiguranja potpune usklađenosti s razvojnim i marketing planom hrvatskog turizma za naredno razdoblje, nužno je bilo donošenje, odnosno usvajanje Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma za naredno razdoblje. Veliki dio smjernica iz Strateškog marketinškog plana destinacije Split za razdoblje 2017. - 2022. godine koriste se i prilikom definiranja ciljeva za 2024. godinu jer su i dalje aktualna na turističkom tržištu, uvažavajući strateške smjernice i ciljeve definirane na nacionalnoj i regionalnoj razini. Metodološki pristup izradi Strateškog marketinškog i operativnog plana turizma destinacije Split za razdoblje 2025. - 2030. podrazumijeva:

- usklađenost s važećim strateškim dokumentima na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, tj. u izradi dokumenta polazi se od raspoloživih analiza i važećih strateških ciljeva i smjernica relevantnih za upravljanje destinacijom i tržišni nastup destinacije;
- participaciju destinacijskih dionika u procesu izrade dokumenta, što uključuje organizaciju minimalno triju strateških radionica, tri tematske fokus grupe i provedbu do 10 dubinskih intervjua s relevantnim dionicima iz domene javnog, privatnog i civilnog sektora;
- tržišna istraživanja, što uključuje provedbu terenskog istraživanja stavova i potrošnje turista u destinaciji Split u razdoblju predsezona, sezone i posezone, analizu raspoloživih istraživanja tržišnih trendova u turizmu, analize profila, potrošnje i stavova gostiju o ponudi i imidžu Splita (pr. TOMAS 2022) te istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i tržišnom pozicioniranju (*brendiranju*) destinacije Split;
- predstavljanje cjelovitog dokumenta stručnoj javnosti, medijima i lokalnom stanovništvu na javnoj prezentaciji.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

- **Usuglašavanje Studije turističkog nosivog/prihvatnog kapaciteta grada Splita i izrada akcijskog plana**

S obzirom na izazove snažnog rasta turističke aktivnosti u Splitu, TZGS odlučila je u 2022. pristupiti izradi Studije turističkog prihvatnog/nosivog kapaciteta grada Splita kako bi time osigurala što kvalitetniju platformu za informirano upravljanje održivim razvojem turizma u budućnosti. Studija turističkog nosivog kapaciteta obuhvaća analitički blok u kojem su sagledani odabrani ekonomski, prostorni, fizički i socio-kulturni pokazatelji utjecaja turizma na lokalnu zajednicu te se potom ukazalo na saznanja o 'kritičnim faktorima' turističkog razvoja grada. Dokument predstavlja ekspertni 'pogled sa strane' i, sukladno preporučenim koracima njegove daljnje razrade, podložen je daljnjem konzultativnom procesu s dionicima te mogućim usklađivanjima. U tom smislu Turistička zajednica grada Splita ugovorila je u drugoj polovici 2023. s Institutom za turizam izradu strateškog dokumenta *Usuglašavanje Studije turističkog nosivog/prihvatnog kapaciteta grada Splita i izrada akcijskog plana*. Cilj ovog projekta je transformacija Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita u operativni dokument upravljanja turističkim nosivim kapacitetom grada Splita koji će biti podržan od ključnih razvojnih dionika turizma i usklađen s akcijskim planom Strategije razvoja grada do 2030. godine. Metodološki pristup izradi ovog strateškog dokumenta podrazumijeva:

- 1) Proces valorizacije Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita

Aktivnost uključuje provedbu strateških radionica s predstavnicima stanovnika, turističkog gospodarstva, gradske uprave i gradskih poduzeća, ali i institucija nadležnih za zaštitu prirodne i kulturne baštine te neprofitnih organizacija uključenih u destinacijski lanac vrijednosti na kojima se:

- a) Detaljno raspravlja metodološki okvir Studije;
- b) Ocjenjuje prihvatljivost postavljenih standarda iz perspektive lokalne zajednice/dionika razvoja turizma;
- c) Utvrđuju/mjere postavljeni pokazatelji nosivog kapaciteta (na temelju raspoloživih podataka).

Predvidivo formiranje do 4 skupine dionika te organizacija strateških radionica u dva koraka. U prvom koraku utvrđuje se prihvatljivost postavljenih standarda iz perspektive pojedinih

dionika, a u drugom krugu se definiraju zajednički standardi prihvatljivi za sve/većinu dionika te ocjenjuju postavljeni pokazatelji nosivog kapaciteta.

- 2) Definiranje prijedloga akcijskog plana (usklađivanje s akcijskim planom Strategije razvoja grada Splita do 2030. godine)

Temeljem provedenog procesa usklađivanja zaključaka Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita, Institut za turizam izrađuje akcijski plan koji, za prepoznate kritične faktore održivog razvoja Grada i njegovog turističkog nosivog kapaciteta, razrađuje prijedlog aktivnosti koji za svaku aktivnost uključuje naziv i opis aktivnosti, odgovornu instituciju, razdoblje realizacije, potrebne resurse, pretpostavke provedbe te pokazatelje realizacije.

- 3) Prihvatanje akcijskog plana

Aktivnost uključuje provedbu strateških radionica s predstavnicima stanovnika, turističkog gospodarstva, gradske uprave i gradskih poduzeća, ali i institucija nadležnih za zaštitu prirodne i kulturne baštine te neprofitnih organizacija uključenih u destinacijski lanac vrijednosti na kojima se raspravlja, korigira i prihvaća prijedlog akcijskog plana.

- 4) Izrada usuglašene Studije nosivog kapaciteta grada Splita s akcijskim planom

Institut za turizam izrađuje konačnu verziju Studije kao integralni iskaz provedenog konzultativnog procesa.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2024. (druga faza)

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

- **Terensko istraživanje stavova i potrošnje turista u destinaciji Split u razdoblju predsezone, sezone i posezone 2024. godine**

Ova aktivnost uključuje provedbu terenskog istraživanja stavova i potrošnje turista u destinaciji Split tijekom razdoblja predsezone, sezone i posezone. Ovo istraživanje planira se kao tržišno istraživanje koje je predviđeno u okviru izrade Strateškog marketinškog i operativnog plana destinacije Split za razdoblje 2025. – 2030., a s ciljem osiguranja što većeg uzorka ispitanika. Realizacija ove aktivnosti osigurat će bolju kvalitetu podataka uzimanjem u obzir sezonskih varijacija, što je iznimno važno prilikom oblikovanja marketinških kampanja, optimizacije alokacije resursa i dugoročnog planiranja marketinga destinacije. Cilj je prikupiti relevantne informacije o preferencijama turista, njihovim potrebama,

zadovoljstvu trenutnim turističkim sadržajima, obrascima potrošnje, te identificirati potencijalne prilike za poboljšanje turističke ponude. Ovim pristupom, Turistička zajednica grada Splita želi osigurati da novi strateški marketinški i operativni plan za naredno razdoblje bude temeljen na temeljitim i reprezentativnim podacima, odražavajući stvarne potrebe posjetitelja kroz različita razdoblja godine. Troškovi ove aktivnosti uključuju angažman istraživačkog tima, pripremu i provedbu ankete na terenu, logističku podršku u prikupljanju podataka, te obradu i interpretaciju prikupljenih podataka. troškovi trebaju obuhvatiti sve faze istraživanja, od planiranja terenskih posjeta do izvještavanja o rezultatima.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

- **Aplikacija za praćenje online medija**

Aplikacija za praćenje online medija je alat koji u stvarnom vremenu pretražuje sadržaj na više od 100 milijuna mrežnih stranica i profila društvenih mreža te pronalazi teme koje su relevantne za poslovanje. Cilj korištenja ovog alata je pravovremena i kontinuirana analiza online objava u medijima o projektima i aktivnostima Turističke zajednice grada Splita te analiza online objava koje se odnose na teme povezane s turizmom u gradu Splitu.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.238,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

- **Analiza učinkovitosti online oglašavanja**

Turistička zajednica grada Splita će kroz 2024. godinu provesti nekoliko online kampanja za čije praćenje će biti realizirana analiza učinkovitosti.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.327,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

2. Razvoj turističkog proizvoda

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

- **Projekt IQM Destination Split**

Projekt IQM Destination (*Integrated Quality Management*) predstavlja sustav integriranog upravljanja kvalitetom destinacije. Ovaj sustav upravljanja kvalitetom konceptualno je postavljen na način da potiče kontrolirani i kontinuirani napredak u proizvodima i uslugama destinacije. Koncept IQM Destination projekta prilagođen je potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom. Aktivnosti u okviru projekta IQM Destination Split uključuju mjerenje kvalitete i online reputacije destinacije Split kroz analizu recenzija i osvrta koje turisti ostavljaju na relevantnim rezervacijskim platformama i mrežnim stranicama o svim segmentima turističke ponude (promet, atrakcije, smještaj, ponuda doživljaja i sl.), mjerenje kvalitete i online reputacije za više od 300 dionika na području grada Splita koji su podijeljeni po grupama (hoteli, ugostiteljski objekti – restorani, konobe, zalogajnice, turističke agencije, muzejske i druge kulturne ustanove, atrakcije, javna infrastruktura – plaže, trgovi, prometni punktovi, tržnice, javni prijevoz i sl.), provedbu individualne analize i mjerenja kvalitete i online reputacije za svakog prijavljenog dionika i provedbu konzultativnih procesa s prijavljenim dionicima koji imaju za cilj svakom subjektu pomoći u upravljanju kvalitetom proizvoda i usluga (primjerice, kako reagirati na nepravilnosti u upravljanju kvalitetom u realnom vremenu, kako donositi odluke i implementirati inovacije u poslovanju na osnovi mišljenja gostiju o raznim segmentima usluge, kako se diferencirati od konkurencije i sl.). Ciljevi projekta uključuju povećanje kvalitete proizvoda i usluga u brojnim segmentima destinacijske ponude, jačanje kapaciteta dionika kroz edukaciju prilagođenu potrebama turističkih djelatnika i svih subjekata umreženih u destinacijski lanac vrijednosti, bolje pozicioniranje i brendiranje destinacije, poboljšanje sveukupne razine kvalitete turističkih usluga te osnaživanje ukupnog brenda destinacije temeljenog na inovacijama i visokim standardima poslovanja.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Feel IQM d.o.o. i partneri: Grad Split, privatni i javni sektor (hotelijeri, kampovi, restorani, lokalni proizvođači, turističke agencije, trgovine suvenira, komunalna društva te kulturne i ostale javne ustanove u destinaciji)

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024. (treća faza)

- **Razvoj biciklističkog proizvoda na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad**

U 2024. godini nastaviti će se s aktivnostima valorizacije sportske infrastrukture na području grada Split u okviru projekta razvoja biciklističkog proizvoda i infrastrukture Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad, koji se provodi u suradnji s turističkim zajednicama s područja Splitske rivijere (Kaštela, Omiš, Dugi rat, Marina, Trogir, Okrug, Šolta, Podstrana, Solin i Seget). U prethodnoj godini u okviru ovog projekta realizirane su aktivnosti označavanja MTB staza (izrada prometnih elaborata za postavljanje biciklističke signalizacije, označavanje biciklističkih MTB staza, standardizacija procedure čišćenja i održavanja staza i signalizacije, te grafičko oblikovanje biciklističke karte MTB staza – priprema za web i tisak), dok su u ovoj godini predviđene sljedeće aktivnosti, odnosno troškovi: izrada i montaža informativnih tabli za bicikliste, provedba analize postojeće ponude i proizvoda za bicikliste s prijedlogom uključenja smještajnih kapaciteta u projekt razvoja biciklističkog proizvoda Splitske rivijere, provedba analize biciklističkih događanja i prijedlog organizacije novih događanja u destinaciji, video produkcija za biciklistički proizvod, nastup na specijaliziranim sajmovima, priprema i organizacija studijskog putovanja za novinare i turističke agente, organizacija i provedba edukacija za djelatnike turističkih zajednica Splitske rivijere i nositelje biciklističkih staza i signalizacije te održavanje staza.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.100,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2024.

2.2. Podrška razvoju turističkih događanja

- **Sudamja**

Sudamja, dugogodišnja tradicionalna proslava blagdana svetog Dujma, jest u osnovi vjerski događaj, no za Grad Split dobiva poseban kontekst kao svojevrsni gradski rođendan. Organizacija ove svečanosti ostvaruje se u partnerskoj suradnji između Grada Splita, Splitsko-makarske nadbiskupije, različitih udruga i kulturno-umjetničkih društava. Program proslave svetog Dujma, zaštitnika Splita, predstavlja jedinstvenu manifestaciju koja posjetiteljima nudi duboko ukorijenjenu i raznoliku tradiciju slavlja u Splitu. Tijekom mjeseca dana, od ranog jutra do kasnih noćnih sati, više od sto tisuća građana Splita i mnogobrojni gosti iz cijele Dalmacije i Hrvatske mogu uživati u raznolikim zabavnim programima, kulturnim atrakcijama i izložbama. Sudamja obuhvaća pučke fešte, izvođenje klapske glazbe, folklorni program na Rivi, sportska natjecanja kao što je regata Sveti Duje te

okupljanja na simboličnim mjestima poput Marjana i čarobne Varoši. Program aktivno uključuje lokalno stanovništvo, ali također privlači brojne domaće i strane turiste. Glavni cilj manifestacije Sudamja jest promocija bogate kulturne baštine, kako materijalne tako i nematerijalne prirode, čime se pruža jedinstveno iskustvo kako lokalnom stanovništvu, tako i domaćim i stranim posjetiteljima. Ova manifestacija također ima ključnu ulogu u očuvanju i promociji identiteta i tradicije Splita, a iznimno je važna u promicanju suradnje između javnog i privatnog sektora. Dodatno, u okviru Sudamje planira se novo događanje Splitu u dotu. Splitu u dotu nije lokacijski statična, već se proteže na nekoliko jednako važnih i tematskih lokacija. Svaka od tih lokacija će imati svoju jedinstvenu priču, potičući ljude da istraže različite dijelove grada koji oživljavaju raznolike priče o voljenom gradu i ljudima koji su ostavili neizbrisiv pečat. Planirano je postavljanje video zidova na deset ključnih lokacija diljem grada, uključujući Rivu (Obala Hrvatskog narodnog preporoda), Hrvatsko narodno kazalište, Zapadnu obalu (Obala kneza Branimira), Poljanu Tina Ujevića, Voćni trg (Trg braće Radić), Pjacu (Narodni trg), Matejušku, Peristil i ostale lokacije u centru grada. Na tim zidovima će se prikazivati video isječki s različitim temama, posvećeni splitskim velikanima, uključujući glazbene legende, glumačke ikone, sportske legende (osim nogometaša), nogometne legende HNK Hajduka, zatim posveta Miljenku Smoji s insertima iz serija "Naš malo misto" i "Velo misto", prikazi starih fotografija Splita, scena splitske glazbe 80-ih godina, vječne melodije Zdenka Runjića te prikaz klapa koje su obilježile koncert "Ne damo te pismo naša." Trošak se odnosi na troškove online kampanje manifestacije, tiska programskih letaka, organizaciju programa (Riva, Trg Gaje Bulata - HNK, Park-šuma Marjan, kotar Varoš, Peškarija), trošak pozornice, razglasa i rasvjete, angažman izvođača i trošak sufinanciranja dodatnih projekata vezanih za Sudamju.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 140.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2024.

Vrijeme održavanja: 1. – 8. svibnja 2024.

- **Split Maraton**

Split Maraton je tradicionalna sportska manifestacija koja već 24. godinu za redom privlači posjetitelje u Split tijekom sezone te značajno doprinosi popunjenosti smještajnih kapaciteta. Osnovni cilj ovog događaja je promocija Splita kao grada koji njeguje sportsku tradiciju i bogatu kulturnu baštinu. Također, manifestacija ima za cilj poticanje razvoja sportskog turizma kao ključnog segmenta turističke ponude koja može biti održiva tijekom cijele godine. Osim toga, dodatni cilj projekta je okupljanje i suradnja između javnog i

privatnog sektora te međusobna koordinacija u svrhu razvoja cjelogodišnje turističke ponude. Split Maraton je manifestacija potekla iz Splitskog polumaratona koji organizira udruga Split Maraton. Pripremu i provedbu manifestacije tijekom cijele godine vodi „Organizacijski odbor Split Maratona“ koji djeluje na volonterskoj bazi i narastao je na 25 stalnih članova. Financiranje manifestacije će biti provedeno putem Ugovora o sufinanciranju, a troškovi obuhvaćaju promociju događaja te organizaciju same staze. To uključuje različite aspekte kao što su ozvučenje i LED ekrani, brendiranje startnih vrata, elektronsko mjerenje rezultata, zaštitarska služba, troškove postavljanja staze, policijsko osiguranje i tehničko osoblje.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2024.

Vrijeme održavanja: 24. – 25. veljače 2024.

Mrežna stranica: <https://www.splitmarathon.com/>

- **Štorije Dioklecijana**

Manifestacija "Štorije Dioklecijana" predstavlja izuzetno bogat program događanja koji se temelji na povijesti, kulturi i nasljeđu cara Dioklecijana i njegove palače u Splitu. Kroz niz interaktivnih i edukativnih programa, posjetitelji imaju priliku uroniti u svijet antičkog Rima i doživjeti ga na autentičan način. Koncept manifestacije temelji se na povezivanju prošlosti sa sadašnjošću, kroz rekreaciju važnih trenutaka iz Dioklecijanovog života i vladavine. Kroz svečano otvaranje, prisustvo cara Dioklecijana u rekonstruiranom Peristilu omogućava posjetiteljima da se suoče s poviješću i kulturom tog doba. Interaktivne ture s carem Dioklecijanom, mogućnost postati Dioklecijanova supruga na jedan dan ili čak odabrati novog cara, dodatno približavaju posjetitelje vremenu i osjećaju moći koje je Rimsko carstvo imalo. Program manifestacije obuhvaća različite aspekte Dioklecijanove vladavine, poput vojnog života, povijesne podjele vlasti tetrahije te važnosti očuvanja kulturne baštine. Povezivanje s posjetiteljima kroz interaktivne edukativne programe omogućuje da se dublje razumije uloga Dioklecijanove palače u razvoju Splita te potiče posjetitelje da razmotre zašto su odabrali baš taj grad kao svoje odredište. "Štorije Dioklecijana" predstavljaju izvanredan način za posjetitelje da istraže antičku povijest, dožive duh rimskog doba i bolje razumiju nasljeđe koje je ostavio car Dioklecijan, doprinoseći time obogaćivanju kulturnog iskustva svih prisutnih. Troškovi realizacije odnose se na trošak izrade video spota, trošak online promocije, angažman fotografa, angažman glumaca i 24 pretorijanska vojnika, produkciju i tehničku produkciju, trošak redara.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2024.

Vrijeme održavanja: 29. – 31. kolovoza 2024.

- **Koncertni program na Rivi i Trgu Gaje Bulata – Spli'ski litnji koluri i Cili svit u Split i koncertni program u Podrumima Dioklecijanove palače**

Turistička zajednica grada Splita organizator je koncertnog programa koji se održava od sredine lipnja do kraja rujna 2024. godine. Ovaj program obuhvaća raznolike događaje, uključujući klasične koncerte u povijesnim podrumima Dioklecijanove palače, kulturno-zabavne koncerte na Rivi i Trgu Gaje Bulata te kulturne programe koji predstavljaju kulturnu, povijesnu i eno-gastronomsku baštinu drugih gradova Hrvatske i Europe upravo u Splitu. Kroz ovu raznoliku ponudu koncertnih događanja, Turistička zajednica grada Splita ima za cilj približiti bogatu turističku, kulturnu, povijesnu i eno-gastronomsku baštinu ovog grada široj publici. Tijekom trajanja koncertnog programa, kako domaćoj publici tako i domaćim i stranim posjetiteljima, bit će pružena prilika uživati u izvedbama muških i ženskih klapa, kao i nastupima brojnih kulturno-umjetničkih društava. U sklopu programa za 2024. godinu, planira se ugostiti umjetnike iz različitih dijelova svijeta te dati priliku mladim bendovima da se predstave splitskoj publici. Glavni cilj ovog projekta jest promocija materijalne i nematerijalne baštine grada Splita, uz istovremeno obogaćivanje turističke ponude s naglaskom na unaprjeđenje kvalitete iskustva turista u našoj destinaciji. Troškovi realizacije koncertnog programa obuhvaćaju: trošak marketinške kampanje; redizajn vizualnog identiteta; snimanje promotivnog video spota; izradu plakata namijenjenih promociji; troškove angažmana glazbenih izvođača i voditelja programa; trošak pozornice, razglasa i rasvjete i troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana, piće i smještaj određenih sudionika).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 165.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2024.

Vrijeme održavanja: sredina lipnja – 27. rujna 2024.

- **Advent u Splitu i doček Nove godine**

Advent u Splitu je manifestacija koja već dugi niz godina obogaćuje turističku ponudu grada Splita tijekom zimskih mjeseci. Manifestacija Advent u Splitu, koja traje 40 dana, pruža

posjetiteljima jedinstveno iskustvo kroz Božićni sajam, raznovrsne glazbene nastupe, spektakularne svjetlosne instalacije, umjetničke izložbe, gastro događanja i brojne druge projekte. Sve to čini Advent u Splitu glavnim motivom za dolazak kako stranih tako i domaćih turista. Primarni cilj ove manifestacije je poticanje turističkog prometa tijekom posezone, uz istovremeno unaprjeđenje kulturno-zabavnih sadržaja za lokalno stanovništvo i goste iz Hrvatske i inozemstva. Ovaj projekt ostvaruje se kroz suradnju raznih kulturnih institucija, udruga, lokalnih proizvođača, glazbenika i ugostitelja, što ga čini izvrsnim primjerom sinergije između javnog i privatnog sektora u stvaranju dodane vrijednosti i razvoju sadržaja s ciljem poticanja turističkog prometa u razdoblju izvan turističke sezone.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Grad Split, Žnjan d.o.o., kulturne institucije i udruge, privatni sektor (ugostiteljski i trgovački objekti)

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 230.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj 2025.

Vrijeme održavanja: 29. studenoga 2024. – 6. siječnja 2025.

- **Splitsko ljeto**

Splitsko ljeto je ugledni kazališno-umjetnički festival koji se može pohvaliti svojom dugogodišnjom nacionalnom i međunarodnom reputacijom, koja se gradi od polovice 20. stoljeća. Uz Dubrovačke ljetne igre, Splitsko ljeto predstavlja festival s najbogatijom i najdužom tradicijom u domeni klasičnih scenskih umjetnosti, uključujući operu, dramu, balet i koncerte. Kroz godine, festival je proširio svoj repertoar kako bi uključio raznolike umjetničke izraze, uključujući jazz koncerte, filmske revije, umjetničke izložbe, performanse i ulično kazalište. Hrvatsko narodno kazalište u Splitu (HNK Split) predstavlja najčvršći organizacijski temelj ovog festivala i igra ključnu ulogu u kulturnom životu Splita te ima značajan utjecaj na kazališnu scenu u cijeloj Hrvatskoj. Cilj ovog projekta je očuvanje iznimno bogate festivalske tradicije, razvoj festivalske scene u gradu Splitu i jačanje reputacije Splita kao grada kulture. Kroz suradnju s kulturnim institucijama i potporu najvažnijem kulturnom događaju u regiji, želi se stvoriti jedinstveno iskustvo za lokalno stanovništvo te domaće i strane posjetitelje. Hrvatsko narodno kazalište u Splitu ostaje ključni nositelj ovog prestižnog kulturnog projekta, a Turistička zajednica grada Splita će sudjelovati u financiranju festivala putem Ugovora o sufinanciranju.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.500,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2024.

Vrijeme održavanja: 14. srpnja – 14. kolovoza 2024.

Mrežna stranica manifestacije: <https://www.splitsko-ljeto.hr/>

- **Smjena straže na trgu Peristil**

Projekt 'Smjena straže', pod vodstvom Hrvatskog narodnog kazališta Split, etablirao se kao jedna od ključnih atrakcija koja pruža jedinstveno iskustvo turistima. I u 2024. godini, svakodnevno u podne, na carskom trgu Peristilu, posjetitelji će biti svjedoci ceremonije pozdrava od strane rimskog cara i carice u društvu rimskih pretorijanaca. Osnovni cilj ovog projekta jest oživjeti kulturno-povijesnu baštinu kroz narativnu pripovijest (*storytelling*) te promovirati bogatu antičku povijest Splita. Troškovi projekta obuhvaćaju promociju, angažman glumaca, pretorijanskih vojnika, produkciju i tehničku realizaciju te troškove redara.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujna 2024.

Vrijeme održavanja: 1. svibnja – 27. rujna 2024.

- **Festival zabavne glazbe Split – Splitski festival**

Festival zabavne glazbe Split, poznat i kao Splitski festival, predstavlja jedan od najprestižnijih festivala ovog žanra u Hrvatskoj i već više od 50 godina je neizostavan simbol našeg grada. Njegova važnost i popularnost ogledaju se i u činjenici da su tijekom godina izvedene više od 800 festivalskih pjesama najznačajnijih domaćih autora. Na temelju Javnog poziva za izbor organizatora Splitskog festivala za 2023. godinu, s projekcijama za 2024. i 2025. godinu, Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita donijelo je odluku na sjednici održanoj 16. studenog 2022. godine o prihvatanju ponude tvrtke Wolfman j.d.o.o. za organizaciju Splitskog festivala u navedenim godinama. Osnovni cilj ovog projekta jest promocija Splita putem glazbe, poticanje suradnje s umjetnicima i daljnje unaprjeđenje kulturno-zabavne ponude u Splitu.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 135.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2024.

Vrijeme održavanja: 28. – 30. lipnja 2024. i 4. – 7. srpnja 2024.

Mrežna stranica manifestacije: <https://splitski-festival.hr/>

- **Mali Split**

Dječji festival „Mali Split“, tradicionalna manifestacija koja se održava na Prokurativama, okuplja više od 100 djece svake godine. Kroz niz godina, ovaj festival obogaćuje turističku ponudu grada Splita i privlači djecu iz svih dijelova svijeta. Mali Split već 30 godina za redom ima poseban društveni značaj, budući da povezuje djecu iz Splita s vršnjacima iz različitih dijelova svijeta kroz umjetnost glazbe i plesa. Godine 2022. Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita donijelo je odluku o odabiru udruge "Dječji zbor Srdelice" za organizaciju manifestacije Dječji festival „Mali Split“ u razdoblju od 2023. do 2025. godine. Cilj ovog projekta je daljnje unaprjeđenje ponude za obitelji s djecom i promocija Splita putem umjetnosti glazbe.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.300,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2024.

Vrijeme održavanja: 8. srpnja 2024.

- **Mjesec gastronomije u Splitu**

Cijeli listopad i u 2024. godini bit će posvećen gastronomiji i promociji gastronomske baštine grada Splita. Mjesec gastronomije u Splitu – Štorije o' spize obilovat će različitim gastronomskim događanjima, radionicama, natjecanjima te festivalima, koji će zajedno obogatiti gastronomsku scenu Splita. U okviru Mjeseca gastronomije u Splitu organizirat će se gastronomski projekti, kao što su Štorije o' spize u suradnji s ugostiteljima grada Splita i drugim turističkim zajednicama s područja Dalmacije, Štorije o' vinima na Peškariji, Štorije o' piva u event zoni Zvončac i Štorije o' slatkega na Voćnom trgu. Sve ove inicijative imaju za cilj daljnji razvoj gastronomske ponude, podizanje kvalitete usluga u sektoru ugostiteljstva, promociju autohtonih jela te pozicioniranje Splita kao turističke destinacije prepoznate po bogatoj i kvalitetnoj gastronomskoj sceni.

Posebno se ističe 12. po redu međunarodni Festival Taste the Mediterranean kao jedinstven događaj posvećen promicanju mediteranske prehrane. Ovaj festival naglašava važnost hrane, kulture, tradicije, proizvoda i načina života koji su se razvijali tijekom stoljeća duž obala Mediterana. Svake godine, Festival privlači brojne posjetitelje i turiste te postaje nezaobilazno mjesto susreta međunarodnih stručnjaka iz područja hrane i pića, chefova, proizvođača, nutricionista, novinara i ljubitelja mediteranske kuhinje. Festival pruža idealnu priliku za razmjenu iskustava, uspostavu poslovnih kontakata te predstavljanje i promociju

turističke destinacije. Osim toga, Festival Taste the Mediterranean kao kulturno-gastronomski događaj predstavlja raznolike aspekte mediteranske prehrane kroz niz radionica, izložbi, okruglih stolova, jedinstvenih mediteranskih večera, kulinarskih prezentacija, vinskih degustacija i drugih sadržaja.

Troškovi realizacije ove manifestacije obuhvaćaju: trošak promocije i izrade promotivnih materijala, trošak tehničke produkcije, trošak reprezentacije sudionika, trošak angažmana kuhara i ostali troškovi povezani s organizacijom gastronomskih projekata.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Udruga SKMER, organizacijski odbor Taste the Mediterranean festivala, ugostitelji grada Splita i ostali partneri (turističke zajednice s područja Splitsko-dalmatinske županije i susjednih županija)

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 45.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2024.

Vrijeme održavanja: 30. rujna – 4. studenoga 2024.

- **Uskrs u Splitu**

Uskršnja događanja obuhvatit će niz projekata s ciljem promocije lokalne tradicije i svečanog obilježavanja Uskrsa u Splitu. Troškovi će uključivati honorare izvođačima, nabavu namirnica, troškove promocije te trošak tehničke produkcije zabavnog programa.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.300,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2024.

Vrijeme održavanja: 25. ožujka – 7. travnja 2024.

- **Ultra Europe**

Festival Ultra Europe predstavlja jedno od najznačajnijih glazbenih događanja u Europi, pružajući jedinstvenu kombinaciju najpoznatijih suvremenih izvođača i novih glazbenih talenata koji privlače entuzijaste elektroničke glazbe iz svih dijelova svijeta. Ultra Europe predstavlja veliki događaj koji značajno obogaćuje postojeću turističku ponudu Splita. Glavni ciljevi manifestacije obuhvaćaju povećanje turističkog prometa i potrošnje te promociju bogate prirodne i kulturne baštine Splita putem glazbenog doživljaja.

Organizaciju festivala vodi tvrtka MPG Live d.o.o., dok će Turistička zajednica grada Splita pružiti financijsku potporu temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.300,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2024.

Vrijeme održavanja: 12. – 14. srpnja 2024.

Mrežna stranica festivala: <https://ultraeurope.com/>

- **Smotra klapa i sajam u Žrnovnici**

Smotra klapa i sajam u Žrnovnici tradicionalno se održavaju uz obalu rijeke Žrnovnice, okupljajući različite muške i ženske klape te kulturno-umjetnička društva. Glavni cilj ovog projekta je valorizacija lokaliteta koji dosad nisu dovoljno iskorišteni u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, istovremeno promovirajući tradicionalne proizvode, jela i glazbu. Troškovi obuhvaćaju honorare sudionicima, troškove reprezentacije, troškove promocije i troškove tehničke produkcije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2024.

Vrijeme održavanja: 26. srpnja 2024.

- **Slatinsko ljeto**

Slatinsko ljeto je manifestacija koja obuhvaća niz koncerata zabavnog i kulturnog karaktera, a održava se tijekom ljetnih mjeseci. Glavni cilj ovog projekta je promocija lokaliteta koji dosad nisu dovoljno iskorišteni u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, istovremeno potičući promociju tradicionalnih proizvoda, jela i glazbe. Troškovi obuhvaćaju honorare sudionicima, troškove reprezentacije, troškove promocije i troškove tehničke produkcije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.300,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2024.

Vrijeme održavanja: 9. kolovoza 2024. (Tišina mora); 17. kolovoza 2024. (Smotra klapa i pučkih pjevača „Marijo, zvijezdo mora“)

- **Fešta sv. Lovre u Stobreču i koncertni program Kamen**

Blagdan sv. Lovre predstavlja tradicionalnu pučku feštu u naselju Stobreč, posvećenu svom zaštitniku, sv. Lovri, te se održava tijekom kolovoza. Tijekom ove fešte, posjetitelji mogu uživati u raznim koncertima, smotrama klapa, nastupima kulturno-umjetničkih društava i ribarskoj noći s besplatnom ponudom ribe i vina. Troškovi obuhvaćaju honorare sudionicima, troškove reprezentacije, trošak promocije i trošak tehničke produkcije. Glavni cilj projekta je valorizacija lokaliteta koji nisu dovoljno iskorišteni u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, istovremeno promovirajući tradicionalne proizvode, jela i glazbu.

Nositelj aktivnosti i partneri: Mjesni odbor Stobreč, Turistička zajednica grada Splita, Žnjan d.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 19.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2024.

Vrijeme održavanja: 9. – 10. kolovoza 2024.

- **Praznik cvijeća**

Praznik cvijeća u Splitu, manifestacija od posebnog značaja za grad Split, je tradicionalna manifestacija koja svake godine oživljava grad svojim šarenim cvjetnim aranžmanima i umjetničkim instalacijama te predstavlja najavu proljeća i nadolazeće turističke sezone. Ova manifestacija ima snažan međunarodni karakter jer osim domaćih cvjećara, privlači i priznate dizajnere cvijeća i floriste iz različitih europskih zemalja. Njihova prisutnost i sudjelovanje doprinose raznovrsnosti i kreativnosti manifestacije te omogućuju razmjenu iskustava i ideja unutar cvjećarske industrije na međunarodnoj razini. Ovaj spoj lokalne i internacionalne cvjećarske struke čini Praznik cvijeća u Splitu jedinstvenom i inspirativnom manifestacijom za sve posjetitelje. Cilj projekta je promocija umjetnosti i obrta na području Splita i kreativna valorizacija kulturne baštine. Turistička zajednica grada Splita će pružiti financijsku potporu ovoj manifestaciji temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Udruženje obrtnika Splita, Obrtnička komora Splitsko – dalmatinske županije, Žnjan d.o.o., Parkovi i nasadi d.o.o., Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2024.

Vrijeme održavanja: 21. – 27. ožujka 2024.

- **Međunarodni šahovski turnir – Split Open: Chess Festival**

Split Open: Chess Festival je renomirani međunarodni šahovski turnir koji tradicionalno privlači šahiste iz cijelog svijeta. Ovaj prestižni turnir održava se svake godine u Splitu i predstavlja vrhunsku priliku za šahovske entuzijaste, profesionalce i amaterske igrače da se natječu i razvijaju svoje šahovske vještine. Turistička zajednica grada Splita će pružiti financijsku potporu ovoj manifestaciji temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Šahovski klub Brda, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2024.

Vrijeme održavanja: 3. – 11. kolovoza 2024.

- **ATP Challenger i ITF Futures – teniski turniri**

Grad Split i u 2024. godini nastavlja jačati poziciju kao domaćin sve važnijih teniskih turnira - ATP Challenger i 2 ITF Futures. ATP Challenger je serija međunarodnih muških teniskih turnira i predstavlja drugu najveću razinu natjecanja. ITF Futures turniri su serija teniskih turnira koji se odigravaju diljem svijeta, a organizira ih međunarodni teniski savez ili ITF. Predstavljaju najnižu profesionalnu razinu teniskih natjecanja. ITF Futures turniri su uključeni u sustav bodovanja za ATP ljestvicu, što omogućuje mladim profesionalcima lakši napredak prema ATP Challenger Touru, a potom i prema ATP World Touru. Sva 3 teniska turnira održat će se u razdoblju od 25. ožujka do 22. travnja. Cilj ovog projekta usmjerenog na sportski sektor je poticanje razvoja sportskih sadržaja u Splitu te istovremeno promocija grada kao iznimno atraktivne sportske destinacije. Kroz podršku i unaprjeđenje ovih teniskih turnira, nastoji se dodatno pozicionirati grad kao destinaciju koja privlači sportske entuzijaste i ljubitelje tenisa. Turistička zajednica grada Splita će pružiti financijsku potporu ovoj manifestaciji temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 7.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2024.

- **Splitski krnjeval**

Splitski krnjeval, poznat i kao Splitski karneval, je tradicionalna manifestacija koja se svake godine održava u Splitu tijekom veljače. Ovaj šareni događaj predstavlja jedno od najvažnijih

kulturnih i zabavnih okupljanja u Splitu i privlači veliki broj posjetitelja svih dobnih skupina u predsezoni.

Nositelj aktivnosti i partneri: Žnjan d.o.o., Grad Split, Turistička zajednica grada Splita, udruge mladih

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.300,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2024.

Vrijeme održavanja: 13. veljače 2024.

- **Pričigin - splitski festival pričanja priča**

Pričigin je splitski festival pričanja priča koji se već godinama održava u Splitu i predstavlja jedinstvenu i inspirativnu manifestaciju koja slavi umjetnost pričanja priča. Ovaj festival obogaćuje kulturnu i društvenu scenu Splita i privlači zaljubljenike u priče, književnost, umjetnost i naraciju. Turistička zajednica grada Splita će pružiti financijsku potporu festivalu temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2024.

Vrijeme održavanja: 19. – 23. ožujka 2024.

- **Izložba pasa – 4 Summer Night Shows**

4 Summer Night Shows je manifestacija koja već niz godina privlači ljubitelje pasa i uzgajivače pasa iz Hrvatske i svijeta. Izložba pasa predstavlja jedinstvenu priliku za promociju različitih pasmina pasa, razmjenu iskustava i znanja o uzgoju, te pruža zabavu i edukaciju za posjetitelje svih dobnih skupina. Izložba pasa promiče Split kao pet friendly destinaciju. Turistička zajednica grada Splita će pružiti financijsku potporu manifestaciji temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Klub Sportskih pasa Split, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2024.

Vrijeme održavanja: 25. – 28. srpnja 2024.

Mrežna stranica: <https://4summernightshows.com/>

- **Festival mediteranskog filma Split**

Festival mediteranskog filma Split afirmirao se kao jedna od najkvalitetnijih i najpopularnijih kulturnih manifestacija na Jadranu, a njegov pozitivan duh svake godine prepozna oko 15 tisuća posjetitelja. Fokus natjecateljskih programa FMFS-a su filmovi mediteranskih zemalja, a kroz popratne programe publika ima priliku upoznati i kinematografije drugih europskih i svjetskih regija. Turistička zajednica grada Splita će pružiti financijsku potporu festivalu temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Udruga Festival mediteranskog filma Split, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2024.

Vrijeme održavanja: 13. – 22. lipnja 2024.

Mrežna stranica festivala: <https://www.fmfs.hr/novosti/>

- **Piano Loop Festival**

Piano Loop Festival je renomirani međunarodni festival pijanizma koji se već godinama održava u Splitu. Ova manifestacija privlači glazbene zaljubljenike, virtuozne pijaniste i ljubitelje klasične glazbe iz cijelog svijeta. Festival je postao prepoznatljiv kao platforma koja slavi klavirsku umjetnost, promovira klasiku i suvremenu glazbu te potiče razmjenu kreativnih glazbenih ideja. Turistička zajednica grada Splita će pružiti financijsku potporu festivalu temeljem Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Udruga Piano Projekt, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2024.

Vrijeme održavanja: 23. kolovoza – 1. rujna 2024.

Mrežna stranica: <http://pianoprojekt.hr/piano-loop-festival/>

2.3. Podrška turističkoj industriji

- **Javni poziv za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2024. godini**

Na temelju formalno raspisanog poziva i dostavljenih programskih prijedloga, Turistička zajednica grada Splita pružit će sponzorstvo i financijsku podršku za provedbu projekata i

programa koji doprinose razvoju ponude i sadržaja održivog cjelogodišnjeg turizma i motiviraju domaće i strane posjetitelje na posjet destinaciji u razdobljima pred i posezone. Kriteriji za dodjelu financijske potpore temeljit će se na sljedećim faktorima: osiguravanje sigurnosti svih sudionika, podrška razvoju ključnih selektivnih oblika turizma, relevantnost i specifičnost projekta, lokacija i trajanje događanja, održivost inicijative, aktivno sudjelovanje relevantnih dionika iz javnog i privatnog sektora u organizaciji i provedbi, promocija projekta i medijsko praćenje te ekonomske i druge pozitivne implikacije. Konačnu odluku o dodjeli financijske potpore donosi stručno povjerenstvo, uzimajući u obzir navedene kriterije i svrhu poticanja održivog razvoja turizma u gradu Splitu.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 70.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti, tj. programskih prijedloga: prosinac 2024.

Vrijeme provedbe Javnog poziva: siječanj – veljača 2024.

- **Potpore po odluci Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita**

Primarni cilj pružanja podrške turističkoj industriji jest poticanje razvoja turističkih proizvoda i usluga koji doprinose poboljšanju kvalitete destinacije, potiču razvoj selektivnih oblika turizma i utječu na smanjenje sezonalnost turističke ponude i potražnje. Poseban naglasak bit će stavljen na potporu projektima i manifestacijama koje doprinose unapređenju kulturnog, sportskog, zdravstvenog, gastronomskog i kongresnog turizma, te na inicijative usmjerene na očuvanje kulturne i prirodne baštine grada Splita.

Nositelj aktivnosti: Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 66.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti koje imaju potporu Turističkog vijeća: prosinac 2024.

- **Potpore po odluci direktorice**

Glavni cilj odobravanja financijske potpore jest poticanje projekata i manifestacija usmjerenih na razvoj i unapređenje sadržaja koji potiču razvoj cjelogodišnjeg i održivog turizma. Pri donošenju odluka o dodjeli potpore, naglasak će biti stavljen na projekte koji doprinose razvoju selektivnih oblika turizma, kao što su kulturni, sportsko-rekreacijski, kongresni, zdravstveni i sl., poboljšavaju kvalitetu turističke ponude u destinaciji, doprinose zaštiti i boljoj prezentaciji kulturno-povijesne baštinu te jačaju kvalitetu gastronomske ponude. Direktor/direktorica Turističke zajednice grada Splita usmjerava potpore prema postizanju tih ciljeva.

Nositelj aktivnosti: Direktor/direktorica Turističke zajednice grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti koje imaju potporu po odluci direktorice: prosinac 2024.

3. Komunikacija i oglašavanje

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

Ova aktivnost uključuje kreiranje novog branding briefa koji će poslužiti kao profesionalna podloga za razvoj novih kreativnih rješenja za turistički *brend* ili redizajn postojećeg vizualnog identiteta s novim grafičkim standardima. Branding brief definirat će glavne elemente i komponente brenda koje će omogućiti stvaranje poruka, bolje definiranje karaktera destinacije, grafičkih ikona, slogana i sl. i bit će dio sveobuhvatnog postojećeg vizualnog identiteta destinacije. Dodatno, u 2024. godini pristupit će se izradi vizualnih identiteta za naselja Slatine i Žrnovnica s ciljem da se doprinese boljoj percepciji tih područja i njihovoj diferencijaciji u odnosu na ostala destinacijska odredišta. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju izradu branding brief dokumenta, grafičkih standarda, kreiranje vizualnih rješenja, marketinške materijale te implementaciju novih grafičkih rješenja postojećeg vizualnog identiteta. Specifični troškovi ovise o opsegu i kompleksnosti redizajna, uključujući angažman stručnjaka za branding i dizajn, produkciju marketinških materijala te promociju novih vizualnih identiteta. Ova aktivnost ima za cilj transformirati percepciju destinacije, postići prepoznatljivost u različitim turističkim segmentima ponude te potaknuti odgovorno ponašanje posjetitelja prema lokalnoj zajednici i okolišu.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3.2. Oglašavanje destinacijskog *brenda*, turističke ponude i proizvoda

U 2024. godini provest će se aktivnosti online i offline oglašavanja u medijima i na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije. Komunikacija će biti ciljana prema odabranim tržištima s naglaskom na promicanju Splita kao sigurne destinacije s očuvanim okolišem koja nudi raznolike sadržaja. Cilj ove aktivnosti je inspirirati potencijalne turiste da posjete destinaciju, stavljajući naglasak na "pričanje priče" o gradu, njegovim jedinstvenostima i raznovrsnoj ponudi tijekom cijele godine. Dodatni ciljevi ove aktivnosti su povećanje broja posjetitelja s odabranih emitivnih tržišta tijekom 2024. godine, kao što su Ujedinjena kraljevina, SAD, Francuska, Njemačka, Poljska, Nizozemska i Australija, povećati atraktivnost posjete Splitu u razdobljima pred i posezone te pozicionirati Split kao

grad bogate kulturne, gastronomske, sportsko-rekreativne i event ponude tijekom cijele godine. Oglašavanje će se većinom fokusirati na digitalne kanale, s obzirom na to da kroz njih većina ljudi pretražuje, inspirira se te odlučuje koja će biti sljedeća destinacija za njihova putovanja, dok će se odabir medija na emitivnim tržištima vršiti temeljem njihove važnosti, dosega i korisničkog povjerenja kojeg uživaju na tržištu. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju zakup medijskog prostora u odabranim medijima na emitivnim tržištima, kreiranje oglasnog materijala te provedbu online oglašavanja na društvenim mrežama/platformama.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3.3. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

Aktivnosti odnosa s javnošću uključuju sveobuhvatne napore u promociji turističke ponude grada Splita kako na domaćoj, tako i na globalnoj razini. To obuhvaća organizaciju studijskih putovanja za inozemne medije i suradnike inozemnih medija s ciljem prezentacije turističke ponude grada Splita i relevantnih projekata na gradskoj razini koji doprinose poboljšaju boravka turista, plasiranje medijskih materijala u domaćim i inozemnim medijima s ciljem širenja pozitivnih priča o gradu, organizaciju konferencija za medije s ciljem detaljne prezentacije turističkih inicijativa, projekata i događanja u gradu Splitu, te redovitu distribuciju priopćenja i vijesti kako domaćim, tako i inozemnim medijima, s fokusom na informiranje o aktualnostima, događanjima i turističkim atrakcijama u Splitu. Sve navedene aktivnosti usmjerene su ka poboljšanju percepcije javnosti o radu Turističke zajednice grada Splita te predstavljanju Splita kao atraktivne turističke destinacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 45.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Aktivnosti marketinške i poslovne suradnje obuhvaćaju projekt udruženog oglašavanja, koji se provodi u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i zainteresiranim dionicima s područja destinacije, i strateške projekte u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, aviokompanijama i predstavnicima privatnog sektora. Troškovi ove aktivnosti uključuju razvoj i provedbu planiranih marketinških kampanja, troškove sudjelovanja u provedbi

marketinških inicijativa te troškove sudjelovanja u strateškim projektima nacionalne i regionalne turističke zajednice. Marketinške i poslovne suradnje sustava turističkih zajednica realizirat će se temeljem javnih poziva, koje raspisuju nacionalna i regionalna turistička zajednica.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 167.075,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Ova aktivnost obuhvaća nastupe na općim i specijaliziranim turističkim sajmovima u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, s fokusom na ključnim emitivnim tržištima, organizaciju i realizaciju posebnih prezentacija namijenjenih turoperatorima, turističkim agentima, inozemnim medijima te ostalim relevantnim dionicima turističkog sektora, te aktivno sudjelovanje u poslovnim radionicama u suradnji s nacionalnom i regionalnom turističkom zajednicom te strukovnim udruženjima poput Hrvatske gospodarske komore. Ova aktivnost predstavlja integrirani pristup promociji Splita na međunarodnom tržištu, prilagođen okolnostima i potrebama turističke industrije. Turistička zajednica grada Splita ima za cilj povećati vidljivost i prepoznatljivost destinacije, potaknuti poslovnu suradnju inozemnih agenata s destinacijskim dionicima te kontinuirano unaprjeđivati turističku ponudu grada. Troškovi uključuju organizaciju sudjelovanja na sajmovima i specijaliziranim prezentacijama, kotizacije za sudjelovanje, najam prostora, štanda i opreme, troškove izrade promidžbenih materijala te putne troškove predstavnika. Planiran je samostalni nastup na sljedećim sajmovima u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice ili predstavništva HTZ-a:

GRAD	SAJAM	DATUM
New York	Travel and Adventure Show https://travelshows.com/shows/new-york/	27. - 28. siječnja
Madrid	FITUR – International Tourism Trade Fair https://www.ifema.es/en/fitur	24. - 28. siječnja
Berlin	ITB Berlin Convention https://www.itb.com/en/	7. - 9. ožujka
Dubai	ATM – Arabian Travel Market https://www.wtm.com/atm/en-gb.html	6. - 9. svibnja
London	WTM – World Travel Market https://www.wtm.com/	5. - 7. studenoga

Promocija Splita kao turističke destinacije realizirat će se i na sljedećim sajmovima u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i HTZ-om:

GRAD	SAJAM	DATUM
Helsinki	Matka Travel Fair https://matka.messukeskus.com/?lang=en	19. - 21. siječnja
Dublin	Holiday World Show https://www.holidayworldshow.com/	26. - 28. siječnja
London	Destinations: The Holiday & Travel Show https://www.destinationsshow.com/	1. - 4. veljače
Zurich	FESPO https://fespo.ch/en	1. - 4. veljače
Bruxelles	Salon des Vacances https://www.salondesvacances.eu/	1. – 4. veljače
Milano	BIT https://bit.fieramilano.it/	4. - 6. veljače
Munchen	F.re.e https://free-muenchen.de/en/	14. – 18. veljače
Utrecht	Fiets en Wandelbeurs https://www.fietsenwandelbeurs.nl/	23. – 25. veljače
Beč	Ferienmesse https://www.ferien-messe.at/en-gb.html	14. – 17. ožujka
Napulj	Borsa Mediterranea del Turismo (BMT) https://bmtnapoli.com/	14. – 16. ožujka
Pariz	Salon Mondial du Tourisme https://www.salons-du-tourisme.com/	14. – 17. ožujka
Prag	Holiday World & Region World https://holidayworld.cz/en/	15. – 17. ožujka
Barcelona	B-Travel https://www.b-travel.com/en/	15. – 17. ožujka
Bologna	Fiera del Cicloturismo https://www.fieradelcicloturismo.it/	5. – 7. travnja
Dusseldorf	Caravan Salon https://www.caravan-salon.com/	31. kolovoza – 8. rujna
Parma	Salone del Camper https://www.salonedelcamper.it/en/	14. – 22. rujna

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 27.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Turistička zajednica grada Splita će nastaviti provoditi aktivnosti organizacije, provedbe i podrške studijskim putovanjima inozemnih turoperatora i turističkih agenata te će aktivno sudjelovati u organizaciji kongresa u destinaciji tijekom 2024. godine. Ova ključna aktivnost ima za cilj unaprijediti percepciju i prepoznatljivost Splita kao atraktivne destinacije među nositeljima razvoja ponude u turističkom sektoru te poticati organizaciju kongresa kao dodatnog oblika turističke privlačnosti. Organizacija studijskih putovanja provodit će se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, a cilj je pružiti turoperatorima i turističkim agentima detaljan uvid u turističku ponudu grada, poticati prodaju aranžmana te poticati izgradnju dugoročnih poslovnih odnosa s destinacijskim pružateljima usluga. Podrška organizaciji kongresa obuhvaća suradnju s relevantnim dionicima kako bi se potaknula poslovna suradnja i stvaranje stručne mreže te unaprijedila destinacija kao izbor za održavanje poslovnih skupova. Trošak obuhvaća trošak reprezentacije, odnosno aktivnosti koje pridonose predstavljanju destinacije i izgradnji partnerskih odnosa, uključujući sastanke, prezentacije i radne obroke, i organizacije kulturno-zabavnog programa, što podrazumijeva osiguravanje kulturnih i zabavnih sadržaja kao sastavnog dijela studijskih putovanja, pridonoseći pozitivnom iskustvu sudionika i stvaranju nezaboravnih doživljaja.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 55.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Turistička zajednica grada Splita u 2024. godini nastavlja provoditi aktivnosti kreiranja online i offline promotivnih materijala s ciljem unapređenja prezentacije i promocije turističke ponude grada. Aktivnost uključuje ne samo ažuriranje postojećih informativnih materijala, već i stvaranje novih, prilagođenih suvremenim zahtjevima tržišta. Unapređenje postojećih materijala obuhvaća ažuriranje i redistribuciju postojećih informativnih materijala, kao što su Welcome magazin – časopis za turizam i kulturu, gradski planovi - mape, Meetings Split brošura, ostale brošure grada Splita, te mape sljedećih naselja na području grada Splita - Stobreč, Žrnovnica i Slatine. Izrada novih promotivnih materijala obuhvaća izradu informativnih letaka za područje naselja Slatine i Žrnovnica te izradu mapa kružne Perunove staze u suradnji s Turističkom zajednicom općine Podstrana, koja će uključivati 3 staze na području Žrnovnice, te više staza s područja Podstrane. Trošak obuhvaća kreiranje sadržaja,

grafički dizajn materijala i digitalnih oglasa, izrada i prijevod potrebnih tekstova, redizajn i tisak materijala, distribucija materijala.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 125.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3.8. Internetske stranice

U 2024. godini planira se izrada nove mrežne stranice visitsplit.com s naglaskom na njenom redizajnu i modernizaciji u formi destinacijske društvene platforme. Destinacijska društvena platforma visitsplit.com bit će koncipirana kako bi pružateljima turističkih usluga omogućila stvaranje specijaliziranih profila. Ti profili će pružateljima usluga omogućiti samostalno ažuriranje i moderiranje informacija kako bi ih predstavili široj javnosti. Cilj je omogućiti pružateljima usluga da detaljnije predstave svoje promotivne ponude, projekte te asortiman usluga poput smještaja, izletničkih programa i slično. Ovaj pristup ima za svrhu provođenje sustavne promocije destinacije Split u sinergiji s pružateljima turističkih usluga. U prvoj fazi redizajna mrežne stranice planira se omogućiti otvaranje profila hotelima, hostelima, turističkim agencijama te javnim i kulturnim ustanovama na području destinacije, a ovisno o interesu i angažmanu spomenute grupe dionika, razmotrit će se nadogradnja platforme i omogućavanje kreacije profila drugim gospodarskim subjektima i dionicima na području destinacije. Troškovi izrade nove web stranice obuhvaćaju programiranje stranice i povezivanje s CMS-om, izradu i optimizaciju kvalitetnog sadržaja web stranice, implementaciju funkcionalnosti dijeljenja i povezivanja sadržaja s društvenim mrežama, implementaciju specifičnih funkcionalnosti koje omogućuju pružateljima usluga da kreiraju i uređuju svoje profile, održavanje stranice nakon lansiranja, uključujući tehničku podršku i eventualna poboljšanja, i ostale troškove povezane s izradom i održavanjem web stranice.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 60.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

U 2024. godini nastaviti će se provoditi aktivnosti ažuriranja baze podataka o ponudi u destinaciji. Podaci o turističkoj ponudi pripremaju, ažuriraju, sortiraju i šalju Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije i Hrvatskoj turističkoj zajednici s ciljem snažnije zajedničke promocije destinacije. Aktivnosti obuhvaćaju nadopunu postojeće baze fotografija ponude destinacije s naglaskom na fotografije turističke ponude i atrakcija, izradu fotografija

koje naglašavaju odgovorno putovanje i poštivanje kulture života i rada lokalne zajednice i predstavljaju one turističke proizvode za kojima će biti povećanja potražnja u 2024. godini, te izradu promotivnog videozapisa grada Splita od 360 stupnjeva (tzv. surround video). Trošak obuhvaća otkup fotografija, izradu tekstova i produkciju promotivnog videozapisa grada Splita od 360 stupnjeva.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

- **Rad turističko-informativnih centara i ureda za iznajmljivače**

Turistička zajednica grada Splita upravlja s 4 turističko-informativna centra na području grada Splita - TIC Riva, TIC Peristil, TIC Stobreč i TIC Slatine - u kojima su dostupne informacije o turističkoj ponudi grada Splita, ali i cijele Splitsko-dalmatinske županije. Osim pružanja turističkih informacija domaćim i stranim posjetiteljima, Turistička zajednica grada Splita u posebnom uredu za iznajmljivače informira sve pružatelje usluga smještaja o zakonskim obvezama i drugim informacijama važnim za poslovanje. Trošak se odnosi na trošak funkcioniranja informativnih centara te trošak plaće zaposlenika.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 370.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

4. Destinacijski menadžment

4.1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

- **Sustav informiranja o kulturnim dobrima povijesne jezgre Splita**

Turistička zajednica grada Splita u 2024. godini planira provesti ulaganja u postojeći Sustav informiranja o kulturnim dobrima povijesne jezgre Splita, koji je uspostavio Grad Split u suradnji s TZ grada Splita u 2003. godini. Aktivnosti ulaganja obuhvaćaju redizajn postera/plakata iz City Light vitrina postavljenih u povijesnoj jezgri s fotografijama prostora koji su na njima prikazani i izradu i prijevod tekstova koji se nalaze na posterima/plakatima. Sustav informiranja o kulturnim dobrima povijesne jezgre Splita dostupan je u tiskanoj varijanti u formi gradske mape za područje stare gradske jezgre Splita. TZ grada Splita je u

2023. godini provela digitalizaciju Sustava, što je obuhvatilo izradu digitalne mape sa prepoznavanjem korisnikove lokacije, izradu mape sa ucrtanim rutama i 3D pregledom, navigaciju i 360 pregled za svaku lokaciju i kreiranje QR kodova za sve lokacije, i omogućila posjetiteljima da preko specijalizirane web platforme čitaju i slušaju tekstualni sadržaj koji se nalazi u okviru Sustava. Troškovi ulaganja obuhvaćaju angažman dizajnera i tekstopisaca, prijevod i lekturu tekstova, otkup fotografija prostora po potrebi i prilagodbu digitalizacije Sustava sukladno novom vizualnom i tekstualnom rješenju postera/plakata (audio zapis).

Nositelj aktivnosti i partneri: Grad Split – Odsjek za staru gradsku jezgru i baštinu, Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

- **Mobilna aplikacija mVisitor**

Mobilna aplikacija mVisitor je alat koji iznajmljivačima pojednostavljuje prijavu gostiju u sustav eVisitor. Aplikacija je od strane iznajmljivača ocijenjena je kao iznimno koristan i jednostavan alata za korištenje u poslovanju. Aplikacija mVisitor odobrena je od strane Hrvatske turističke zajednice i svi uneseni podaci automatski se sinkroniziraju s eVisitor sustavom. Za ulazak u mVisitor sustav dovoljno je koristiti već postojeće eVisitor pristupne podatke: OIB iznajmljivača i lozinku, ali ovaj put bez TAN liste. Ovo digitalno i mobilno rješenje sastoji se od:

- besplatne mobilne aplikacije za iznajmljivače za brzu i jednostavnu prijavu gostiju sa funkcionalnostima poput slanje linka za *pre check-in* gostiju i skeniranjem dokumenata;
- web CMS aplikacije za turističke zajednice putem koje se prati statistika korištenja mobilne aplikacije u realnom vremenu i koja omogućuje izravnu komunikaciju sa iznajmljivačima slanjem *push* notifikacija, svima ili samo odabranima preko nekoliko filtera;
- softverskih rješenja koji omogućuju integraciju s web stranicom TZ-a na način da prikazuje posebne ponude i informacije koje su od interesa za goste koji koriste mVisitor *pre check-in* uslugu.

Trošak se odnosi na korištenje i održavanje informatičkih rješenja i usluga mVisitor mobilne aplikacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Intersoft Technologies d.o.o., Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

- **Mobilne aplikacije Plaja Beach Finder i Dalmatia AI i audio vodič „Biografije i uspjesi splitskih olimpijaca“**

Turistička zajednica grada Splita realizirala je projekte korištenja mobilnih aplikacija Plaja Beach Finder i Dalmatia AI s ciljem digitalizacije i prezentacije turističkih sadržaja, atrakcija i lokaliteta na području grada Splita. Mobilna aplikacija Plaja – Beach Finder funkcionira tako da, s obzirom trenutnu lokaciju korisnika, prikaže najbliže plaže u Splitu, vijesti vezane uz plaže i sadržaje na plaži. Aplikacija Dalmatia AI je bazirana i građena na umjetnoj inteligenciji i prilagođava se lokaciji na kojoj korisnik trenutno boravi, savjetujući lokacije i atrakcije koje se mogu posjetiti. U aplikaciji su ugrađene najmodernije funkcije poput proširene stvarnosti i 3D animacija u stvarnom prostoru, a tu je i chat opcija koja pruža odgovore u vidu multimedijalnog zapisa, fotografije i navigacije. U suradnji s tvrtkom Tour Guide System d.o.o., Turistička zajednica grada Splita razvila je storytelling vodič o biografijama i sportskim uspjesima splitskih olimpijaca, koji u svega nekoliko klikova postaje osobni kustos, vodič i interpretator sportske baštine grada Splita svim domaćim i stranim posjetiteljima. Trošak se odnosi na godišnje korištenje i održavanje mobilnih aplikacija i audio vodiča.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.766,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

4.2. Stručni skupovi i edukacije

Tijekom 2024. godine planira se organizirati i provesti niz edukativnih programa namijenjenih dionicima u turističkom sektoru i zaposlenicima TZGS-a. Osnovni cilj ovih edukacija jest prenijeti potrebna znanja i vještine za unaprjeđenje turističke ponude i kvalitete usluge i podići opću razinu stručnosti turističkog osoblja u domeni promocije i oglašavanja te razvoja održivih turističkih sadržaja, inicijativa i proizvoda. U sklopu ovih edukacija, sudionici će dobiti priliku stjecanja specifičnih vještina i znanja usmjerenih na poboljšanje kvalitete turističke ponude. Programi će se fokusirati na ključne kompetencije kao što su upravljanje poslovnim razvojem i promocijom, razvoj održivih turističkih inicijativa, tehnike promocije turističkih resursa i kreiranje autentičnih iskustava za posjetitelje. Troškovi provedbe edukacija obuhvaćaju najam odgovarajućih dvorana, angažman stručnih edukatora s relevantnim iskustvom u turističkom sektoru te promociju edukacijskih programa kako bi se osigurala njegova široka dostupnost i prepoznatljivost među potencijalnim sudionicima.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

4.3. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

- **Projekt SplitCard**

Turistička zajednica grada Splita već nekoliko godina provodi projekt SplitCard koji je usmjeren na pružanje niza pogodnosti turistima tijekom cijele godine. Ovaj projekt potiče i jača suradnju s javnim ustanovama i privatnim sektorom u domeni razvoja turističke ponude, potiče turiste na aktivnu potrošnju u destinaciji te pruža turistima iskustvo i doživljaj upoznavanja kulturne i eno-gastronomске ponude. SplitCard karticom turiste se potiče da posjete što više muzeja, galerija i ostalih kulturnih ustanova na području destinacije, upoznaju kulturne i prirodne lokalitete u destinaciji ili okruženju osiguravajući popust na izletničke programe turističkih agencija, te uživaju gastronomskoj ponudi restorana uključenih u projekt. Troškovi projekta obuhvaćaju sufinanciranje ulaznica, grafički dizajn i proizvodnju kartica te implementaciju ciljane online promocije projekta SplitCard.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 7.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

- **Projekt City Break**

Projekt "CITY BREAK" obuhvaća pružanje besplatnih vođenja i besplatnih ulaznica za predstave iz raznolike ponude HNK Split. Ovaj program pogodnosti pruža posjetiteljima, koji borave u hotelskom smještaju najmanje dvije noći (od petka do nedjelje ili od subote do ponedjeljka) u razdoblju od početka listopada od kraja ožujka, da besplatno uživaju u kulturnim sadržajima, pridonoseći razvoju Splita kao europske destinacije za "City Break" s izuzetno raznolikom kulturnom ponudom. Uz pomoć SplitCard kartice, koju posjetitelji imaju pravo koristiti tijekom City Break boravka, potiče posjetitelje da istraže širok spektar muzeja, galerija i kulturnih atrakcija, pružajući im istovremeno niz povlastica. Troškovi obuhvaćaju stručni razgled grada Splita svake subote u 12 sati, ulaznice za predstave u HNK Split ili druge relevantne izvedbe, grafički dizajn projektnih materijala te promociju samog projekta.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 18.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

4.4. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

- **Akcija čišćenja podmorja i plaža**

Trendovi u ponašanju turista tijekom boravka u destinaciji pokazuju sve veću želju za aktivnim sudjelovanjem u održivom razvoju destinacije, što podrazumijeva sudjelovanje u ekološkim i volonterskim akcijama koje doprinose općem javnom dobru. U 2024. godini nastavit će se s potporom organiziranim akcijama čišćenja podmorja i plaža s ciljem aktivnog uključivanja lokalnog stanovništva i turista u očuvanju prirodnih resursa destinacije. Dodatni cilj je poticanje suradnje između javnog sektora i nevladinih udruga u ostvarivanju održivog razvoja destinacije. Troškovi ove aktivnosti uključivat će angažman stručnih službi, uključujući ronioce i čistače, osiguranje cateringa za sudionike, troškove promocije projekta putem online kanala i tiskovnih medija, te troškove izrade medalja zahvalnosti koje će služiti kao suvenir i simbol angažmana u očuvanju okoliša. Ovim inicijativama teži se stvaranju sinergije između posjetitelja, lokalne zajednice te relevantnih institucija, s ciljem postizanja dugoročnog održivog razvoja destinacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.300,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

- **Valorizacija kulturne baštine**

Projekti valorizacije kulturne baštine nastaviti će se provoditi u 2024. godini s ciljem razvoja dodane vrijednosti kulturnim sadržajima u destinaciji i sudjelovanja u aktivnostima obnavljanja kulturnih dobara koja dosad nisu bila odgovarajuće valorizirana. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju angažman stručnjaka ili konzultanata specijaliziranih za kulturnu baštinu koji će sudjelovati u procesu identifikacije, planiranja i provedbe projekata valorizacije, izradu projektnih elaborata te idejnih i izvedbenih rješenja obnove kulturnih dobara i promociju, konzervatorske i restauratorske radove i promocija projekata.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.500,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

- **Odgovorni turizam prema lokalnom stanovništvu i kulturnoj baštini**

S ciljem dodatne zaštite kulturne baštine, kvalitete života stanovnika, ali i same kvalitete Splita kao turističke destinacije, u 2024. godini planirano je financiranje dodatnih komunalnih

redara ili zaštitarskih službi koji će svojim djelovanjem utjecati na zaštitu kulturne baštine i zaštitu kvalitete života lokalnog stanovništva od potencijalnih negativnih posljedica turističkih tokova. Pretpostavke za realizaciju ovog projekta su u dobroj koordinaciji i suradnji s Gradom Splitom. Trošak ove aktivnosti obuhvaća prijenos sredstava u gradski proračun za angažman komunalnih redara ili zaštitarskih službi.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 92.900,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

- **Projekti uređenja naselja Slatine**

Turistička zajednica nastavlja svoja ulaganja u poboljšanje infrastrukture naselja Slatine, a u 2024. godini realizirat će se projekt uređenja centra mjesta (park i sl.). Pojam "centar mjesta" obuhvaća područje gdje su smještene zgrada mjesnog odbora, turističko-informativni centar Turističke zajednice grada Splita, kao i park Miljenka Smoje. Osim toga, pojam „centra mjesta“ obuhvaća i prostor uz lučicu i plažu, koji postaje izrazito dinamičan tijekom ljetnih mjeseci. U tom periodu održavaju se razna događanja, privlačeći veliki broj posjetitelja koji tu borave i provode svoje vrijeme. Ovim kontinuiranim ulaganjem, Turistička zajednica teži poboljšanju ukupnog doživljaja turista u mjestu Slatine, potičući raznolikost aktivnosti i stvarajući privlačno okruženje za lokalno stanovništvo i posjetitelje. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju građevinske radove sanacije i uređenja te izradu projektnih elaborata i idejnih i izvedbenih rješenja.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 17.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2024.

- **Projekti uređenja naselja Stobreč**

Turistička zajednica planira inicirati projekt uređenja mikro lokacije smještene nasuprot stobrečkog parka u 2024. godini koji će se provoditi u fazama. Na tom području trenutačno se nalazi zanemareni teren za balote. Cilj projekta je stvoriti proširenje parka s polivalentnom pozornicom koja će biti prilagodljiva i moguće ju je postavljati i premještati prema potrebama. Navedeni park će biti pažljivo oblikovan kako bi zadovoljio potrebe različitih dobna skupina, uključujući djecu, starije osobe i osobe srednjih godina. Poseban naglasak bit će stavljen na kreiranje prostora koji će omogućiti raznolike aktivnosti i uživanje u prirodnom okolišu. Tijekom ljetnih mjeseci, planira se iskoristiti prostor za organizaciju manjih

manifestacija, čime će se dodatno obogatiti turistička ponuda lokaliteta. Sve ove inicijative usmjerene su prema unaprijeđenju turističkog iskustva posjetitelja u naselju Stobreč i promicanju atraktivnosti destinacije. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju građevinske radove sanacije i uređenja te izradu projektnih elaborata i idejnih i izvedbenih rješenja.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 22.000,00 EUR (1. faza)

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2024.

- **Uređenje i održavanje tematskih staza na području naselja Žrnovnica**

Turistička zajednica je zadnjih godina sustavno ulagala u uređenje tematskih staza na krajnjem istoku Splita, tj. na području Žrnovnice, Srinjina i brda Perun. U prvoj fazi se ulagalo u uređenje, opremanje i označavanje tematskih staza, a sada u drugoj fazi planira se izraditi mapu napravljenih tematskih staza, u suradnji s Turističkom zajednicom općine Podstrana. Budući je riječ o područjima na otvorenom, oštećenja i dotrajalost su realni problemi, pa je svake godine potrebno vršiti periodična ulaganja u čišćenje i održavanje staza (PD Perun), zaštitu i premaze na drvenoj opremi (table, klupe i sl.), zamjenu oštećene opreme, postavljanje dodatnih putokaza i signalizacije, ovisno o povratnim informacijama s terena i tome slično.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i izvođači radova

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 6.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2024.

5. Članstvo u strukovnim organizacijama

- **Članstvo u Hrvatskoj udruzi profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT)**

Turistička zajednica grada Splita član je Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT). Udruga teži podizanju standarda usluga kod svojih članova, ali i svih ostalih subjekata iz sektora kongresnog turizma stalnim edukacijama, suradnjom, povezivanjem i uzajamnim djelovanjem s drugima. HUPKT stalno surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom, Hrvatskom gospodarskom komorom, javnim i privatnim sektorom na nacionalnoj i lokalnoj razini u razvoju Hrvatske kao značajnog međunarodnog odredišta za kongresni turizam. HUPKT je član Europske federacije kongresnih organizatora (EFAPCO) i povlašteni partner (Preferred Provider) Events Industry Councila-a (EIC) za provođenje

edukacija potrebnih za pristup certifikacijskom programu CMP. Udruga je vlasnik i nositelj obrazovnog stručnog certifikata CCMEP (Certified Croatian Meetings & Events Professional). HUPKT je suvlasnik i su-osnivač prve hrvatske burze poslovnog turizma MEETEX (Croatian Meeting Experience Summit) koja se održava u ožujku u Zagrebu. Trošak se odnosi na trošak članarine. Cilj članstva Turističke zajednice grada Splita u Hrvatskoj Udruzi Profesionalaca Kongresnog Turizma (HUPKT) je ostvarivanje visokih standarda kvalitete usluga u sektoru MICE turizma te doprinos aktivnom razvoju i unaprjeđenju destinacije Split kao relevantnog međunarodnog odredišta za MICE turizam.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, HUPKT

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

- **Članstvo u Hrvatskoj gospodarskoj komori (HGK)**

U HGK-a se mogu dobrovoljno učlaniti ustanove i druge pravne osobe koje obavljaju društvenu djelatnost, profesionalna i strukovna udruženja, znanstvene i obrazovne institucije, udruge te pravne i fizičke osobe koje svojim radom mogu doprinijeti obavljanju djelatnosti Komore. Kroz članstvom u Hrvatskoj gospodarskoj komori, Turistička zajednica grada Splita će aktivno sudjelovati u oblikovanju gospodarskog okvira destinacije, pridonijeti održivom razvoju turizma te ostvariti pogodnosti poput stručne pomoći, sudjelovanja u aktivnostima HGK te pristupa informacijama koje podržavaju specifične potrebe i interese.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, HGK

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 240,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2024.

6. Administrativni poslovi

6.1. Plaće

Trošak se odnosi na plaće zaposlenika Turističke zajednice grada Splita, uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. Bruto plaće zaposlenika ureda turističke zajednice planiraju se u iznosu od 275.000,00 EUR. U ostale pripadajuće troškove ubrajaju se regres, dar djeci, topli obrok, jubilara nagrada zaposleniku te ostale naknade sukladno zakonskim propisima. Navedeni troškovi planirani su iznosu od 35.000,00 EUR.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju: 310.000,00 EUR

6.2. Materijalni troškovi

Trošak se odnosi na troškove funkcioniranja ureda turističke zajednice, što uključuje režijske troškove, troškove zakupa prostora, uredsku opremu i materijal, održavanje prostora, troškove platnog prometa, odvjetničke i javnobilježničke troškove, troškove poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i ostale troškove koji se odnose na rad ureda turističke zajednice.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju: 63.000,00 EUR

6.3. Tijela turističke zajednice

Ovaj trošak obuhvaća sve relevantne izdatke povezane s funkcioniranjem tijela Turističke zajednice grada Splita - Turističko vijeće TZGS i Skupština TZGS. To uključuje troškove zakupa prostora i, prema potrebi, opreme za održavanje sastanaka tijela TZGS, naknade za članove Turističkog vijeća, putne troškove članova tijela turističke zajednice, troškove reprezentacije, pripremu i distribuciju materijala te ostale izdatke povezane s operativnim aspektima rada tijela unutar turističke zajednice.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju: 31.500,00 EUR

6. FINANCIJSKI PLAN

(u eurima)

		PRIHODI	Plan 2024.	Replan 2023.	Indeks	udio %
1.		Izvorni prihodi	2.385.830	2.046.978	117	80,68
	1.1.	Turistička pristojba	1.310.000	1.194.505	110	44,30
	1.2.	Članarina	1.075.830	852.473	126	36,38
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	530.000	480.928	110	17,92
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	1.500	3.982	38	0,05
4.		Prihodi iz EU fondova	30.400	53.089	57	1,03
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	9.300	9.291	100	0,31
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0	0	—	0,00
7.		Ostali prihodi	16	133	12	0,00
		SVEUKUPNO	2.957.046	2.594.400	114	100,00

(u eurima)

		AKTIVNOSTI	Plan 2024.	Plan 2023.	Indeks	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	47.565	30.654	155	1,61
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	40.000	28.000	143	1,35
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	5.000	0	—	0,17
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	2.565	2.654	97	0,09
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.218.100	1.105.296	110	41,19
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	45.100	19.908	227	1,53
	2.2.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.024.000	939.393	109	34,63
	2.3.	Podrška turističkoj industriji	149.000	145.995	102	5,04
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.049.075	977.913	107	35,48
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	30.000	96.622	31	1,01
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	150.000	132.723	113	5,07
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	45.000	39.817	113	1,52
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	167.075	99.542	168	5,65
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	27.000	26.290	103	0,91
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	55.000	53.089	104	1,86
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	125.000	106.178	118	4,23
	3.8.	Internetske stranice	60.000	26.545	226	2,03
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	20.000	39.817	50	0,68
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	370.000	357.290	104	12,51

4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	237.466	148.610	160	8,03
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	25.766	17.254	149	0,87
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije	30.000	19.908	151	1,01
	4.3.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	25.000	22.563	111	0,85
	4.4.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	156.700	88.885	176	5,30
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	340	120	283	0,01
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	404.500	331.807	122	13,68
	6.1.	Plaće	310.000	252.173	123	10,48
	6.2.	Materijalni troškovi	63.000	53.089	119	2,13
	6.3.	Tijela turističke zajednice	31.500	26.545	119	1,07
7.		REZERVA				
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				
		SVEUKUPNO	2.957.046	2.594.400	114	100,00

3	Prihodi	Plan 2024.	Replan 2023.
31	Prihodi od pružanja usluga	5.318	5.309
32	Prihodi od članarina	1.075.830	852.473
33	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	1.310.000	1.194.505
34	Prihodi od imovine	3.982	3.982
35	Prihodi od donacija	560.400	534.017
36	Ostali prihodi	16	133
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	1.500	3.981

522	Korištenje prenesenog viška prihoda	0	0
-----	-------------------------------------	---	---

4	Rashodi	Plan 2024.	Replan 2023.
41	Rashodi za radnike	580.000	464.530
42	Materijalni rashodi	1.660.200	1.426.555
43	Rashodi amortizacije	13.272	13.272
44	Financijski rashodi	3.186	3.186
45	Donacije	700.000	686.459
46	Ostali rashodi	388	398
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	0	0