

TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA SPLITA

PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2025. GODINU



☎ 00385 21 348 600
📍 Obala Hrvatskog narodnog preporoda 9
🌐 www.visitsplit.com



TRENDOVI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU



Sektor turizma pokazao je izvanrednu otpornost nakon pandemije COVID-19. U 2023. godini sektor je dostigao 88% rezultata u usporedbi s razinom iz razdoblja prije pandemije, no treba naglasiti kako su se Europa, Sjeverna i Južna Amerika u potpunosti oporavile i zabilježile bolje rezultate, dok je u Aziji i na Pacifiku zabilježena stagnacija. Studija "*Putnici i destinacije sljedeće generacije: naša vizija transformacije turističke industrije*", koju su zajednički razvili Google i Deloitte, pruža sveobuhvatan pregled prošlog, sadašnjeg i budućeg razvoja globalnog turističkog sektora te predviđa ključne promjene do 2040. godine. Od 1975. do 2019. godine, međunarodni dolasci udvostručavali su se približno svakih 15 godina, dosegnuvši gotovo 1,5 milijardi putnika. Ovaj je rast snažno utjecao na globalno gospodarstvo, doprinoseći zapošljavanju i privlačenju stranih ulaganja u brojne zemlje. Iako su europske zemlje tradicionalno najvažniji izvori turista, Afrika i APAC regija (Azija-Pacifik) od 2010. do 2019. bilježe brži rast turističkog prometa od Europe. Afrika je tijekom tog razdoblja ostvarila rast od 8% godišnje, a APAC regija 6,8%, dok je europski prosjek iznosio 3,8%. Predviđa se da će do 2040. godine vodeće destinacije poput Španjolske, Francuske, Sjedinjenih Država, Kine i Meksika smanjiti svoj udio na globalnom tržištu s 30% na 20%. Istovremeno, Mediteran, Jugoistočna Azija, Bliski istok i Karibi postat će žarišta globalnog turizma, privlačeći do 45% svih svjetskih putnika. Dugoročni rast putovanja usko je povezan s povećanjem broja pripadnika srednje klase u zemljama poput Pakistana, Brazila, Saudijske Arabije i Meksika, za koje se očekuje da postanu ključna tržišta odlaznih putovanja. Nadalje, razvoj novih tehnologija, promjena preferencija putnika te veća usmjerenost na održivost i klimatske promjene očekuju se kao ključni faktori koji će oblikovati turističku industriju u narednim desetljećima. Utjecaj klimatskih promjena, društvenih pokreta i ekonomskih promjena dodatno će utjecati na dinamiku turističkog tržišta, uz očekivanu segmentaciju potražnje između Europe, Sjeverne Amerike i Bliskog istoka, dok će Azija i Pacifik nastaviti bilježiti rast. Do 2040. godine, očekuje se porast broja međunarodnih putovanja na 2,4 milijarde, pri čemu će Afrika i Amerika prednjačiti u godišnjoj stopi rasta. Azija-Pacifik regija ostat će vodeći izvorni tržišni segment, s procijenjenih dodatnih 312 milijuna izlaznih putovanja. Europske zemlje zadržat će svoju popularnost kao najposjećenije destinacije, no predviđa se da će Bliski istok i Sjeverna Amerika postupno osvajati sve veći udio međunarodnih turista. U studiji se ističe važnost prilagodbe turističkih strategija u skladu s tehnološkim, društvenim i okolišnim izazovima, što će omogućiti dugoročan održivi rast sektora.

Turizam i industrija putovanja u 2024. godini pokazali su snažne znakove oporavka i evolucije nakon pandemije, što su i potvrdile različite međunarodne organizacije poput UNWTO-a (Svjetska turistička organizacija) i WTTC-a (Svjetsko vijeće za putovanja i turizam). Novo izvješće Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (*Izvješće o trendovima ekonomskog utjecaja za 2024.*) otkrilo je da će poslovna putovanja ove godine premašiti razine prije pandemije, brže nego što se ranije predviđalo. Porast rada na daljinu tijekom pandemije imao je nerazmjern učinak na korporativna putovanja u

usporedbi s putovanjima u slobodno vrijeme, pri čemu su virtualne platforme zamijenile sastanke licem u lice. No, kako su poslovni čelnici ponovno naglasili važnost interakcije licem u lice, poslovna putovanja sada su se vratila i trebala bi, prema procjenama, premašiti razine iz 2019. za impresivnih 6,2%. Prema izvješću, drugi čimbenici također su pridonijeli ponovnom oživljavanju poslovnih putovanja. Kako su se gospodarstva diljem svijeta oporavljala od pandemije, a globalni doprinos putovanja i turizma u BDP-u dosegao je rekordne razine, tvrtke su ponovno mogle preusmjeriti više sredstava na korporativna putovanja. Rast mješovitih putovanja, pri čemu putnici kombiniraju poslovna putovanja s osobnim odmorom, također je povećao privlačnost korporativnih putovanja. Osim kvantitativnog oporavka na globalnoj razini, promjene u preferencijama putnika također su oblikovale turizam u 2024. Trendovi pokazuju povećanu potražnju za održivim i odgovornim putovanjima. Putnici sve više traže destinacije koje nude ekološki prihvatljive opcije, a destinacije diljem svijeta rade na tome da smanje svoj ugljični otisak. Prema UNWTO-u, turistički sektor mora nastaviti raditi na inkluzivnom rastu i održivom razvoju kako bi se osigurao dugoročni oporavak i smanjio utjecaj na okoliš. Osim toga, i digitalizacija nastavlja oblikovati putničke navike, pri čemu putnici očekuju sve viši stupanj personalizacije usluga. Tehnologije poput umjetne inteligencije i analitike velikih podataka omogućuju turističkim kompanijama da bolje razumiju potrebe i želje svojih klijenata, što rezultira poboljšanom korisničkom uslugom i iskustvom. Turizam u 2024. obilježen je rastućim fokusom na održivost, ali i sve prisutnijom frustracijom među putnicima zbog složenosti donošenja održivih odluka. Prema istraživanju platforme Booking.com (*Sustainable Travel Research Report 2024*), 83% putnika smatra da je održivo putovanje važno, no 45% ga ne vidi kao glavni kriterij pri planiranju putovanja. Ova brojka ukazuje na rastući osjećaj nemoći kod putnika, potaknut činjenicom da trećina ispitanika (33%) vjeruje da je šteta već nepopravljiva, dok četvrtina (25%) ne smatra klimatske promjene toliko ozbiljnima kao što se često prikazuje. Iako se 75% putnika izjasnilo da želi putovati održivije u sljedećih 12 mjeseci, izazovi su sve izraženiji. Primjerice, 28% putnika umorno je od stalnog slušanja o klimatskim promjenama, a 34% smatra da je održivo putovanje besmisleno u destinacijama koje same ne prakticiraju održivost. Unatoč ovome, održiva putovanja ostaju privlačna – 45% putnika više će odabrati smještaj označen kao održiv, dok 67% smatra da bi sve platforme za rezervaciju trebale koristiti iste certifikate održivosti. Dodatno, ovo istraživanje pokazuje pozitivne trendove u percepciji održivih putovanja. Gotovo dvije trećine putnika (62%) smatra da su najbolja verzija sebe kada putuju održivo, a 67% kaže da ih primjeri održivih praksi na putovanjima potiču da budu održiviji i u svakodnevnom životu. Na taj način, putnici ne samo da pridonose očuvanju okoliša, već pozitivno utječu i na lokalne zajednice i destinacije, što čini putovanja bogatijim iskustvima za sve uključene. U konačnici, 2024. godina predstavlja još jedan prijelazni trenutak za turizam, u kojem se industrija prilagođava novim zahtjevima tržišta, dok istovremeno nastavlja raditi na potpunom oporavku od posljedica pandemije.

Izvešće Europske komisije za putovanja (ETC) o planovima europskih putnika u razdoblju od listopada 2024. do ožujka 2025. pokazuje kako 73% Europljana u ovom razdoblju planira putovati, što predstavlja porast od 6% u odnosu na prošlu godinu. Ovo povećanje posebno je izraženo među mlađim generacijama, koje sve više biraju kraće, ali intenzivne doživljaje u gradskim sredinama i na plažama, tražeći kombinaciju opuštanja i bogatog kulturnog sadržaja. Na primjer, čak 75% ispitanika u dobi od 25-34 godine planira putovanje, što je porast od 9% u odnosu na prethodnu godinu, dok su putnici u dobi od 18-24 godine zabilježili porast od 8%. Starije generacije Europljana također pokazuju entuzijazam za putovanja, s naglaskom na dulje boravke i autentične kulturne i prirodne aktivnosti. Oko 75% ispitanika starijih od 55 godina izrazilo je namjeru za putovanjem ove zime, a gotovo polovica planira boravke duže od sedam noćenja. Ova grupa preferira dobro poznate destinacije s razvijenom turističkom infrastrukturom, ali se uočava sve veći interes za manje poznata mjesta unutar već odabranih destinacija. To potvrđuje i podatak kako bi čak 51% ispitanika radije posjetilo manje popularne lokacije kako bi izbjegli gužve i doživjeli autentičniju atmosferu. Najpopularnije destinacije ostaju Španjolska i Francuska, koje su odabrali 7% ispitanika, zatim slijedi Italija koju su odabrali 6% ispitanika, dok su Njemačka, Austrija i Grčka također visoko na popisu želja europskih putnika, odabrane od strane 5% ispitanika. Međutim, sve veći naglasak stavlja se na otkrivanje "skrivenih dragulja", što znači istraživanje manje turistički eksponiranih lokacija u tim zemljama. Ovaj trend pokazuje sve veći interes za očuvanjem autentičnosti destinacija, kao i podršku održivom turizmu koji potiče razvoj lokalnih zajednica. Također, smanjuje se zabrinutost putnika oko troškova putovanja – najveći broj ispitanika planira izdvojiti između 500 i 1.000 eura po osobi po putovanju, dok 26% planira potrošiti između 1.500 i 2.500 eura, što predstavlja porast od 3% u odnosu na prošlu godinu. Ipak, financijske brige nisu u potpunosti nestale zbog toga što 15% ispitanika i dalje izražava zabrinutost zbog osobne financijske situacije, dok su globalne sigurnosne prijetnje poput sukoba u Ukrajini i napetosti na Bliskom istoku značajne za 13%, odnosno 9% ispitanika. Prilikom odabira destinacije, Europljanima su najvažniji sigurnost, stabilne vremenske prilike te povoljne ponude. Sigurnost kao ključni faktor prilikom odabira destinacije izdvojilo je 18% ispitanika, dok su stabilne vremenske prilike i povoljne ponude jednako važne za 12% ispitanika, a prijateljsko lokalno stanovništvo navodi se kao važan čimbenik za 10% ispitanika. U konačnici, istraživanje ETC-a jasno pokazuje kako Europljani nastavljaju izražavati entuzijazam za putovanja tijekom zimskih mjeseci, sve više birajući autentične i manje poznate destinacije te povećanu financijsku fleksibilnost kako bi si priuštili bogata turistička iskustva.

Svjetska turistička industrija kontinuirano doživljava značajne promjene u očekivanjima i željama putnika, što utječe i na stalnu promjenu aktualnih trendova koji obilježavaju turizam i putovanja. Predviđa se da će 2025. godina donijeti nove načine putovanja, gdje će putnici preispitati tradicionalne obrasce te se fokusirati na osobni rast i stvaranje dubljih veza – s vlastitim identitetom, obitelji, drugim ljudima te

destinacijama koje posjećuju. Ova tranzicija ne samo da će mijenjati iskustva na putovanjima, nego će također promicati održivost i odgovorno ponašanje prema lokalnim zajednicama i okolišu. Prema godišnjem *Travel Predictions* izvješću platforme Booking.com, istraživanje provedeno na više od 27.000 putnika iz 33 zemlje ukazuje na niz ključnih trendova koji će oblikovati turizam u 2025. godini. Jedan od najzanimljivijih trendova je *nocturizam* – sve veći interes za noćnim aktivnostima koje omogućuju putnicima dublju povezanost s prirodom. Više od 62% ispitanika razmišlja o posjećivanju destinacija s tamnim nebom, dok 72% planira sudjelovati u aktivnostima poput promatranja zvijezda i kozmičkih događaja. Zabrinutost zbog klimatskih promjena također potiče ovaj trend, gdje 54% putnika planira svoje aktivnosti premjestiti u hladnije noćne uvjete kako bi izbjegli rastuće dnevne temperature. Čak 61% ispitanika naglašava važnost zaštite od UV zraka, planirajući smanjiti izloženost suncu. *Dugovječnost* postaje sve važniji motiv za putovanja. Prema istom izvješću, 60% putnika zanima odmor koji je fokusiran na produljenje životnog vijeka i poboljšanje zdravlja, dok 58% njih izjavljuje kako bi bili spremni platiti za odmor čija je glavna svrha poboljšanje dugoročne dobrobiti. Aktivnosti kao što su terapije crvenim svjetlom (52%) i krioterapija (48%) postaju sve popularnije, dok dvije trećine ispitanika traži wellness aktivnosti koje mogu uvesti u svoju svakodnevnicu. Tehnologija također ima ključnu ulogu u oblikovanju budućih turističkih iskustava. U 2025. godini, *AI alati* pomoći će putnicima da planiraju putovanja koja će odgovarati njihovim potrebama, ali i potrebama destinacija koje posjećuju. Gotovo 66% putnika planira koristiti tehnologiju kako bi pronašli autentična iskustva koja će pozitivno doprinijeti lokalnim zajednicama, dok 41% njih razmatra korištenje AI-a za personaliziranje svojih putovanja. Ovaj odgovorniji pristup tehnologiji ogleda se i u činjenici da gotovo 44% putnika izbjegava dijeljenje lokacija na društvenim mrežama kako bi spriječili masovni turizam. *Multigeneracijska putovanja* također bilježe rast, s 46% putnika koji bi radije potrošili novac na „putovanje života“ nego ostavili nasljedstvo. Ovaj trend dodatno potiču starije generacije – 80% Boomera spremno je platiti putovanje svojoj djeci, a 78% unucima, čime putovanja postaju obiteljski događaji koji okupljaju generacije i stvaraju trajne uspomene. Zanimljivo je primijetiti i porast interesa za *putovanjima namijenjenim muškarcima*, gdje će čak 47% putnika poticati jednog od muškaraca u svom životu da se upusti u odmor usmjeren na mentalno zdravlje i osobni razvoj. Ovaj trend posebno je izražen kod mlađih generacija – 65% Generacije Z i 58% milenijalaca podržava ideju putovanja za muškarce s ciljem emocionalne revitalizacije i stvaranja novih veza, dok je 29% ispitanika naglasilo važnost odmora od svakodnevnog stresa. Boomeri također igraju važnu ulogu u povećanju interesa za *avanturistička putovanja*. Gotovo 23% Boomera želi isprobati nešto izvan svoje zone udobnosti, što predstavlja značajan porast u odnosu na 10% iz 2024. godine. Od aktivnosti poput planinarenja i vožnje kajakom do ekstremnijih avantura kao što su skakanje s padobranom ili istraživanje ledenjaka, stariji putnici sve više traže uzbudljiva iskustva koja potiču osjećaj mladenačke slobode. *Neuroinkluzivna putovanja* postaju sve važnija u pružanju podrške putnicima s

neuroatipičnim potrebama. Čak 66% takvih putnika želi koristiti AI alate za dobivanje pravovremenih informacija i smanjenje anksioznosti tijekom putovanja, dok 68% njih traži senzorske sobe u zračnim lukama i hotelima. Potreba za većom inkluzivnošću u turizmu sve više dolazi do izražaja, s 69% ispitanika koji zagovaraju širu primjenu ovih rješenja. Zaključno, globalni trendovi u turizmu za 2025. godinu, prema Booking.com *Travel Predictions* izvješću, ukazuju na snažan pomak prema održivosti, inkluzivnosti i personaliziranim iskustvima. Putnici će nastojati iskoristiti tehnologiju za transformaciju svojih putovanja, stvarajući dublje veze s prirodom, zajednicama i vlastitim životnim vrijednostima, dok će industrija morati prilagoditi svoju ponudu kako bi odgovorila na nove potrebe i očekivanja. Prema analizi trendova putovanja za 2025. godinu, koju je provela Expedia, očekuju se brojne promjene koje će oblikovati putnički sektor. Analiza se temelji na podacima o rezervacijama s Expedia, Hotels.com i Vrbo platformi te odgovoru 25.000 ispitanika. Jedan od najistaknutijih pojmova je "*destination dupe*", koji se odnosi na destinacije koje izgledom i atmosferom podsjećaju na skuplje lokacije, ali po povoljnijoj cijeni. Ovaj pojam prvi je put korišten 2023. godine, a predviđa se da će i dalje rasti popularnost takvih mjesta. Još jedan zanimljiv trend su takozvani "*Goods Getaways*", gdje putnici organiziraju cijela putovanja kako bi nabavili specifične proizvode koji nisu lako dostupni. Čak 44% putnika izjavilo je da traže lokalne proizvode koje ne mogu naći kod kuće, dok 39% posjećuje lokalne supermarkete na svojim putovanjima. *All-inclusive* koncepti također dobivaju na popularnosti – Expedia bilježi porast korištenja filtera za "all-inclusive" opcije za čak 60% u usporedbi s prethodnom godinom, što je potaknuto željom mlađih putnika za luksuznim, bezbrižnim boravcima. Istovremeno, hotelski restorani postaju destinacije same po sebi, s poznatim chefovima i ekskluzivnim menijima, a 31% putnika navodi da bi isključivo rezervirani stolovi za hotelske goste dodatno motivirali njihovu rezervaciju. Konačno, "*The White Lotus efekt*" ostaje snažan, s 66% putnika koji tvrde da filmovi i serije utječu na njihove odluke o putovanjima, što je porast od 16% u odnosu na prošlu godinu.

Presjek trendova u turizmu za 2025. godinu pokazuje kako se industrija suočava s transformacijom potaknutom rastućom potrebom za održivošću, personalizacijom, tehnologijom te inkluzivnošću. Putnici sve više traže iskustva koja su ne samo ekološki prihvatljiva, nego i usklađena s njihovim osobnim vrijednostima, zdravljem i društvenim odgovornostima. Nocturizam i wellness putovanja usmjereni na dugovječnost svjedoče o promjeni fokusa prema zdravlju i dubljoj povezanosti s prirodom. Istovremeno, upotreba tehnologije, posebice umjetne inteligencije, pruža priliku za personaliziranje putovanja i pronalazak autentičnih iskustava. Sve veći interes za multigeneracijskim putovanjima i neuroinkluzivnim rješenjima ukazuje na sveobuhvatniji pristup turističkoj industriji, koja će morati biti prilagodljiva i osjetljiva na različite potrebe putnika. Ključ uspjeha leži u sposobnosti destinacija i pružatelja usluga da se prilagode ovim trendovima, stvarajući putovanja koja su održiva, inkluzivna i smisleno povezana s lokalnim zajednicama i kulturnim kontekstom.

STATISTIČKI POKAZATELJI TURISTIČKOG PROMETA



Lokalne turističke zajednice, sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) te Pravilniku o sustavu eVisitor (NN 43/20), imaju obvezu sustavno pratiti i prikupljati sve relevantne informacije o turističkim kretanjima i podacima vezanim uz ta kretanja. Informacije o turistima koji borave u RH prikupljaju se na način da pravne i fizičke osobe koje pružaju usluge smještaja prijavljuju turiste koji koriste njihove usluge turističkim zajednicama.

Prema prvim podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 2. studenog 2024., koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (eCrew), u Hrvatskoj je od siječnja do kraja listopada ostvareno 20,5 milijuna dolazaka i 106,6 milijuna noćenja, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja rast od 3 posto u dolascima i 1 posto u noćenjima. Drugim riječima, u odnosu na isto razdoblje prošle godine ostvareno je 616 tisuća dolazaka više i 694 tisuće više noćenja. Tijekom prvih deset mjeseci najviše su noćenja ostvarili gosti s tržišta Njemačke (22,2 milijuna noćenja), Hrvatske (12,6 milijuna noćenja), Slovenije (10,7 milijuna noćenja), Austrije (8 milijuna noćenja), Poljske (7 milijuna noćenja), Češke (5,1 milijuna noćenja), UK-a (4 milijuna noćenja), Mađarske (3,9 milijuna noćenja) i Italije (3,8 milijuna noćenja). Gledano prema destinacijama najviše je noćenja ostvareno u Dubrovniku, Rovinju, Splitu, Poreču i Umagu, a gledano prema vrsti smještaja najviše je noćenja ostvareno u objektima u domaćinstvu (39,3 milijuna noćenja), hotelima (24,3 milijuna noćenja) i kampovima (20,7 milijuna noćenja).

U prvih deset mjeseci ove godine Splitsko – dalmatinsku županiju je prema podacima iz sustava eVisitor posjetilo 3,7 milijuna gostiju koji su ostvarili 18,3 milijuna noćenja u komercijalnom smještaju. To je rast od 5% u dolascima i 3% u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Uzimajući u obzir cjelokupni promet, uključujući nekomercijalni smještaj i nautiku (charter), ostvareno je 4 milijuna dolazaka i 20,4 milijuna noćenja. U prvih deset mjeseci u Srednjoj Dalmaciji su najveći broj noćenja sa stranih tržišta ostvarili Poljaci (2,3 milijuna), Nijemci (2,2 milijuna), Česi (1,2 milijuna), turisti iz Ujedinjene Kraljevine (1,2 milijun) i turisti iz BiH (1,1 milijun). Najveći broj noćenja u prvih deset mjeseci ostvaren je u Splitu (3 milijuna), Makarskoj (1,7 milijuna), Omišu, Baškoj Vodi i Tučepima.

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 5. studenog 2024., od siječnja do kraja listopada na području grada Splita ostvareno je 992.143 dolazaka i 3.018.101 noćenja, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine, kada je ostvareno 915.596 dolazaka i 2.871.906 noćenja, predstavlja rast od 8,36 % u dolascima i 5,09 % u noćenjima. Strani turisti ostvarili su 2.852.825 noćenja (indeks 105,29), a domaći turisti ostvarili su 165.276 noćenja (indeks 101,76). U nastavku je prikazan turistički promet od siječnja do kraja listopada prema naseljima na području grada Splita i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Objekt lokacija Naselje	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
Donje Sitno	2.706	2.737	98,87	445	449	99,11
Gornje Sitno	4.822	5.085	94,83	676	651	103,84
Kamen	13.162	12.349	106,58	5.884	5.723	102,81
Slatine	155.131	158.010	98,18	19.145	19.200	99,71
Split	2.581.831	2.425.017	106,47	909.709	830.311	109,56
Srinjine	13.949	13.709	101,75	1.904	1.839	103,53
Stobreč	222.429	233.026	95,45	50.646	54.075	93,66
Žrnovnica	24.071	21.973	109,55	3.734	3.348	111,53
Ukupno	3.018.101	2.871.906	105,09	992.143	915.596	108,36

Promatrajući turistički promet po mjesecima, najviše noćenja u prvih deset mjeseci ostvareno je u kolovozu i srpnju i sveukupno iznosi 1.376.891 noćenja, što čini 45,62 % svih ostvarenih noćenja. Zatim slijede mjeseci lipanj i rujanj kada je ostvareno sveukupno 813.360 noćenja, što čini 26,95 % svih ostvarenih noćenja u prvih deset mjeseci 2024. godine.

Promatrajući turistički promet prema stranim tržištima, u prvih deset mjeseci 2024. godine na području grada Splita najviše noćenja ostvareno je s tržišta Ujedinjene Kraljevine (335.569 noćenja), SAD-a (316.493 noćenja), Njemačke (263.485 noćenja), Francuske (210.401 noćenja), Nizozemske (148.726 noćenja), Poljske (128.029 noćenja), Australije (101.709 noćenja), Španjolske (98.418 noćenja), Italije (88.657) i Švedske (87.553 noćenja). Navedena tržišta ostvarila su 59 % svih noćenja u prvih deset mjeseci 2024. godine. 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	335.569	324.615	103,37	97.452	93.509	104,22
SAD	316.493	290.792	108,84	134.935	122.158	110,46
Njemačka	263.485	269.637	97,72	67.571	67.461	100,16
Francuska	210.401	200.307	105,04	60.768	58.179	104,45
Nizozemska	148.726	163.586	90,92	37.525	38.185	98,27
Poljska	128.029	132.135	96,89	26.486	26.935	98,33
Australija	101.709	115.204	88,29	42.834	48.286	88,71
Španjolska	98.418	76.508	128,64	40.973	31.899	128,45
Italija	88.657	71.678	123,69	31.566	26.488	119,17
Švedska	87.553	70.222	124,68	21.072	17.993	117,11

Promatrajući ostvareni turistički promet prema starosti turista, najviše noćenja od siječnja do kraja listopada ostvarili su turisti od 25 do 34 godine (665.402 noćenja) i turisti od 18 do 24 godine (623.150 noćenja). U nastavku je 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	54.429	56.095	97,03	13.523	13.004	103,99
12-17	158.422	141.952	111,60	41.621	37.427	111,21
18-24	623.150	612.258	101,78	166.151	160.277	103,66
25-34	665.402	658.325	101,08	227.935	218.327	104,40
35-44	424.933	401.878	105,74	147.963	134.713	109,84
45-54	399.314	371.084	107,61	140.480	126.627	110,94
55-64	361.354	328.738	109,92	134.397	119.510	112,46
6-11	85.565	80.504	106,29	22.369	20.242	110,51
65-120	245.532	221.072	111,06	97.704	85.469	114,32
Ukupno	3.018.101	2.871.906	105,09	992.143	915.596	108,36

Promatrajući ostvareni turistički promet prema vrstama objekta, od siječnja do kraja listopada najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu (1.637.271 noćenja), odnosno 54,25 % svih ostvarenih noćenja, te u hotelima (741.258 noćenja), što je 24,57 % ukupno ostvarenih noćenja, a koji bilježe povećanje od 10 % 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	741.578	673.720	110,07	24,57%	23,46%
Kampovi	134.892	142.918	94,38	4,47%	4,98%
Nekomercijalni smještaj	26.961	25.797	104,51	0,89%	0,90%
Objekti u domaćinstvu	1.637.271	1.568.697	104,37	54,25%	54,62%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	477.399	460.774	103,61	15,82%	16,04%
Ukupno	3.018.101	2.871.906	105,09	100,00%	100,00%

Promatrajući broj objekata i kreveta u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, prema podacima sustava eVistor obrađenim na dan 5. studenog 2024. godine, na području grada evidentirano je sveukupno 9.702 objekata, što je u odnosu na isti dan prošle godinu povećanje od 9,29 %, i 45.219 kreveta, što je povećanje od 5,43 % u

odnosu na isti dan prošle godine. Promatrajući isključivo komercijalni smještaj, na području grada Splita 5. studenog 2024. evidentirano je 8.419 objekata, što je u odnosu na isti dan prošle godine povećanje od 9,85 % i 39.540 kreveta, što je povećanje od 5,52 % u odnosu na isti dan prošle godine.

Objekt Vrsta objekta	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Udio kreveta
Hoteli	58	2.575	5.141	13,01%
Kampovi	1	314	942	2,38%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1	1	2	0,01%
Objekti u domaćinstvu	7.709	9.848	26.916	68,06%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	650	2.567	6.539	16,54%
Ukupno	8.419	15.305	39.540	100%

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 2. prosinca 2024., od siječnja do kraja studenog 2024. godine na području grada Splita ostvareno je 1.020.131 dolazaka i 3.082.129 noćenja, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine, kada je ostvareno 937.146 dolazaka i 2.927.596 noćenja, predstavlja rast od 8,86 % u dolascima i 5,28 % u noćenjima. Strani turisti ostvarili su 2.893.851 noćenja (indeks 105,31), a domaći turisti ostvarili su 188.278 noćenja (indeks 104,82). U nastavku je prikazan turistički promet od siječnja do kraja studenog prema državi prebivališta turista na području grada Splita i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Statistika siječanj - studeni 2024.	I - XI 2024.		I - XI 2023.		Indeks 2024./2023.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Država						
Ujedinjena Kraljevina	97.570	336.847	93.611	325.732	104,23	103,41
SAD	136.800	321.159	123.715	294.486	110,58	109,06
Njemačka	68.315	266.744	68.044	272.567	100,40	97,86
Francuska	61.146	212.084	58.512	202.072	104,50	104,95
Nizozemska	37.535	149.096	38.237	163.961	98,16	90,93
Poljska	26.516	127.320	27.042	131.745	98,05	96,64
Australija	42.971	102.624	48.451	115.878	88,69	88,56
Španjolska	41.144	98.304	32.119	76.611	128,10	128,32
Italija	31.957	89.616	26.769	72.372	119,38	123,83
Švedska	21.094	87.716	18.041	70.423	116,92	124,56
Kanada	27.300	73.455	24.207	66.291	112,78	110,81
Irska	18.184	65.751	17.439	63.048	104,27	104,29
Ukrajina	11.818	59.292	10.036	61.321	117,76	96,69
Norveška	13.427	54.602	12.190	50.238	110,15	108,69

Švicarska	16.611	52.142	16.919	53.632	98,18	97,22
Austrija	14.337	48.443	13.907	48.816	103,09	99,24
Bosna i Hercegovina	16.276	48.340	12.955	43.313	125,63	111,61
Finska	10.866	43.241	12.094	50.741	89,85	85,22
Češka	7.372	39.857	7.608	41.878	96,90	95,17
Belgija	11.210	37.101	11.000	35.955	101,91	103,19
Mađarska	8.894	35.977	8.329	34.506	106,78	104,26
Slovenija	10.643	35.805	9.996	34.429	106,47	104,00
Danska	8.648	35.626	7.626	30.591	113,40	116,46
Kina	20.869	35.536	10.205	17.615	204,50	201,74
Brazil	13.560	31.235	10.516	24.483	128,95	127,58
Ostale azijske zemlje	11.570	30.039	9.643	25.050	119,98	119,92
Indija	9.732	25.500	8.090	21.709	120,30	117,46
Slovačka	4.683	23.505	4.321	23.228	108,38	101,19
Rumunjska	6.419	22.935	5.519	18.734	116,31	122,42
Portugal	8.793	22.648	7.672	20.589	114,61	110,00
Koreja, Republika	14.047	21.885	11.018	16.346	127,49	133,89
Srbija	6.025	21.503	5.223	19.214	115,36	111,91
Argentina	8.464	20.461	7.254	18.502	116,68	110,59
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	7.886	19.970	6.862	17.802	114,92	112,18
Novi Zeland	8.338	18.676	8.156	18.855	102,23	99,05
Litva	3.706	13.691	4.698	15.820	78,88	86,54
Meksiko	5.199	11.180	4.306	8.923	120,74	125,29
Estonija	2.708	10.450	3.247	12.672	83,40	82,47
Island	2.495	10.311	1.240	3.771	201,21	273,43
Makedonija	2.007	9.720	1.929	11.104	104,04	87,54
Japan	5.930	9.275	4.247	6.868	139,63	135,05
Čile	3.288	8.649	3.255	7.949	101,01	108,81
Letonija	1.951	8.069	2.002	7.245	97,45	111,37
Crna Gora	3.642	7.937	3.233	6.976	112,65	113,78
Grčka	3.148	7.144	2.587	5.789	121,69	123,41
Turska	2.758	6.967	1.909	5.445	144,47	127,95
Tajvan, Kina	5.100	6.805	4.791	5.939	106,45	114,58
Ostale afričke zemlje	1.945	6.801	1.740	6.084	111,78	111,79
Rusija	1.955	6.199	2.133	7.669	91,65	80,83
Južnoafrička Republika	2.364	6.001	2.340	6.845	101,03	87,67
Bugarska	2.105	5.897	1.989	5.698	105,83	103,49
Kosovo	1.872	4.218	1.073	2.135	174,46	197,56
Albanija	1.861	3.802	1.868	3.314	99,63	114,73
Ostale europske zemlje	1.018	3.624	740	2.662	137,57	136,14
Maroko	1.151	3.451	1.104	3.290	104,26	104,89
Bjelorusija	737	3.033	971	4.498	75,90	67,43
Izrael	1.481	2.988	2.301	5.358	64,36	55,77
Luksemburg	722	2.702	656	2.103	110,06	128,48
Hong Kong, Kina	1.135	2.402	691	1.676	164,25	143,32

Malta	822	2.275	774	2.105	106,20	108,08
Cipar	814	2.164	635	1.782	128,19	121,44
Tajland	1.142	1.925	1.180	2.036	96,78	94,55
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	603	1.917	577	2.031	104,51	94,39
Ujedinjeni Arapski Emirati	666	1.832	607	1.445	109,72	126,78
Indonezija	1.020	1.774	643	1.076	158,63	164,87
Kuvajt	646	1.704	511	1.310	126,42	130,08
Tunis	403	1.378	379	1.188	106,33	115,99
Kazahstan	222	752	182	766	121,98	98,17
Jordan	196	591	215	587	91,16	100,68
Ostale zemlje Oceanije	189	496	164	436	115,24	113,76
Katar	181	416	104	206	174,04	201,94
Lihtenštajn	45	122	86	270	52,33	45,19
Oman	64	110	76	143	84,21	76,92
Makao, Kina	28	44	17	36	164,71	122,22
Strani turisti:	928.339	2.893.851	854.526	2.747.983	108,64	105,31
Domaći turisti:	91.792	188.278	82.620	179.613	111,10	104,82
UKUPNO:	1.020.131	3.082.129	937.146	2.927.596	108,86	105,28



STRATEŠKI CILJEVI

Dugoročni strateški ciljevi
Glavni ciljevi u 2025. i akcijski plan

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 Glavnom 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 Turističke zajednice grada Splita za 2025. 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 *Plan upravljanja destinacijom* na temelju posebnog pravilnika koji je propisao Ministar turizma i sporta RH, što je

definirano novim Zakonom o turizmu koji je stupio na snagu 1. siječnja 2024., a koji će biti naslonjen na strateške dokumente na nacionalnoj razini, Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017-2027), Plan upravljanja destinacijom na regionalnoj razini, koji će izraditi i usvojiti regionalna turistička zajednica, 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.* (ožujak 2025.), 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.

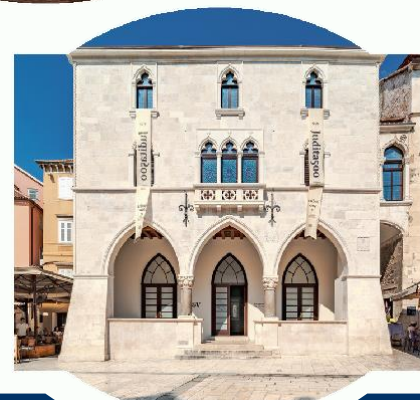
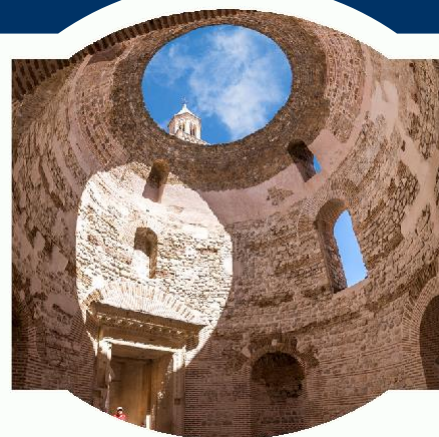
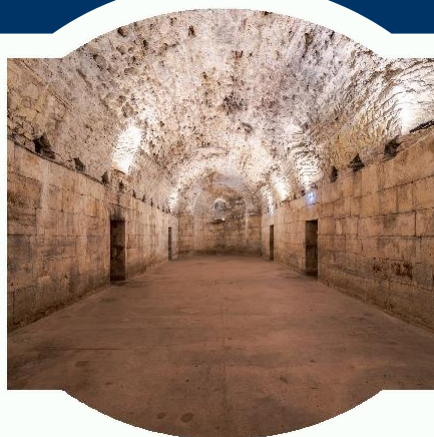
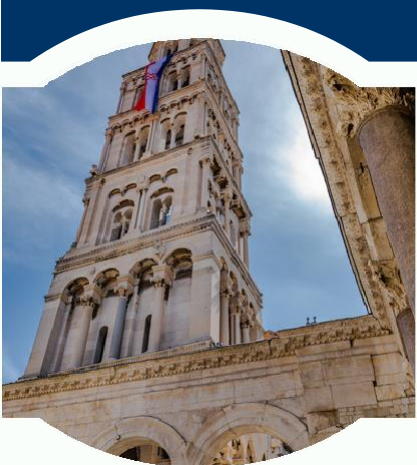
Cilj 6: Unaprjeđenje sustavne promocije destinacije

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- prilagodba 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).

PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA



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 2025. godinu temelji se na приходima od turističke pristojbe, članarine, prihoda iz proračuna Grada, prihoda od sustava TZ, prihoda od gospodarske djelatnosti i ostalih prihoda. Ukupno planirani prihodi u iznosu od 3.318.908 eura su za 12,2 % viši u odnosu na prihode temeljem financijskog plana za 2024. godinu, odnosno za 11,5 % viši u odnosu na prihode temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2024. godinu. Najveće učešće u strukturi izvora prihoda pripada приходima 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 25. sjednici, održanoj 11. prosinca 2023., donijela je Odluku o visini turističke pristojbe za 2025. 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 2,50 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 1,70 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 60,00 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 2025. godinu planiraju se prihodi od turističke pristojbe u iznosu od ukupno 1.526.546 EUR, što je za 16,53 % više u odnosu na prihode planirane temeljem financijskog plana za 2024. godinu, odnosno za 15 % u odnosu na prihode planirane temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2024. godinu. Naime, uslijed odličnih rezultata turističke sezone, kao i posezone 2024., očekuje se nastavak pozitivnih trendova i u 2025. 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, osnovice i stope po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici, način plaćanja članarine, evidencija, obračun i naplata članarine te druga pitanja. Pravna i fizička osoba koja ima svoje sjedište, prebivalište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično, na području lokalne turističke zajednice koja je osnovana, koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavlja djelatnost koja ima korist od turizma, plaća članarinu turističkoj zajednici. Osnovicu za obračun članarine za pravne i fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dobit čine svi prihodi koje te osobe ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Osnovicu za obračun članarine za fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dohodak čine svi primici koje te osobe ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga,

usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Visina članarine koju plaća pravna i fizička osoba ovisi o skupini u koju je razvrstana djelatnost kojom se pravna ili fizička osoba bavi te o pripadajućoj stopi za obračun i plaćanje članarine propisanoj Zakonom. Fizička osoba koja pruža ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaća godišnji paušalni iznos članarine za svaki krevet u sobi, apartmanu i kući za odmor, za svaku smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu te prema kapacitetu u objektu za robinzonski smještaj koji se koriste za pružanje usluga smještaja sukladno propisu kojim se uređuje obavljanje ugostiteljske djelatnosti. Poslove evidencije, obračuna i naplate članarine od pravnih i fizičkih osoba obavlja Porezna uprava, a u poslovnim knjigama turističke zajednice prihodi od turističke članarine evidentiraju se na temelju izvadaka sa žiro računa. Raspodjela prihoda od turističke članarine vrši se na način da se najprije izdvaja 3% 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 2025. godinu planiraju se prihodi od članarine u iznosu od 1.216.870,00 EUR, što u odnosu na financijski plan 2024. godine predstavlja povećanje od 13,1 %, odnosno povećanje od 17,4 % temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2024. 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 2025. godini, što će dovesti povećanja prihoda po osnovi turističke članarine.

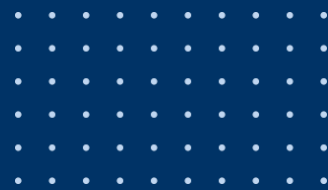
Prihodi iz proračuna Grada planiraju se u iznosu od 570.000,00 EUR Spomenuta sredstva proračuna predstavlja potpora Grada Splita za realizaciju gradskih manifestacija kao i druge aktivnosti za poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji u skladu sa zajedničkim dogovorima oko raspodjele sredstava 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 gospodarske djelatnosti odnose se na prihod od zakupa poslovnog prostora za bankomat Privredne banke Zagreb (PBZ) u Stobreču i planira se u iznosu od 3.982,00 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 10,00 EUR.

RASHODI – AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA



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.**

Turistička zajednica grada Splita je u 2024. godini pokrenula izradu novog Strateškog marketinškog i operativnog plana turizma destinacije Split za razdoblje 2025. - 2030. godine. Početak izrade ovog plana započeo je u travnju 2024. Cijeli proces izrade ovog dokumenta trajat će godinu dana zbog složene metodologije i specifikacija za izradu dokumenta, a s ciljem da se osigura kvalitetan i temeljit pristup planiranju promocije turizma u gradu Splitu. 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 najmanje 20 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, Institut za turizam Zagreb i Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 42.180,00 EUR (posljednja faza)

Rokovi realizacije aktivnosti: ožujak 2025.

- **Plan upravljanja destinacijom Split za razdoblje 2026. – 2029.**

Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna mu je svrha osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i

drugim važećim planovima i propisima. Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) izrađuje ga turistička zajednica (lokalna i regionalna) za područje jedne ili više lokalnih ili regionalnih turističkih zajednica. Planom se određuje smjer razvoja destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara i dobrobiti lokalne zajednice. Plan upravljanja destinacijom predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti jedinica lokalne samouprave, jedinica područne (regionalne) samouprave i drugih nadležnih tijela u destinaciji. Izrada plana upravljanja destinacijom je složen proces koji uključuje različite dionike, svaki sa svojom ulogom i doprinosom. U izradu će biti uključeni jedinica lokalne samouprave, javne ustanove i trgovačka društva u vlasništvu jedinice lokalne samouprave, udruge koje izravno sudjeluju u kreiranju destinacijskog lanca vrijednosti u turizmu, nadležna tijela za prostorno planiranje, zdravstvo i kulturu, kao i drugi dionici važni za planiranje razvoja turizma u destinaciji. Turistička zajednica grada Splita omogućit će navedenim dionicima sudjelovanje na primjeren način, kao što su, primjerice, sastanci, okrugli stolovi, javne ili online prezentacije, anketna istraživanja, obavijesti i slično.

Plan upravljanja destinacijom Split izradit će se sukladno Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/2024) i sadržavat će: analizu stanja destinacije, popis i analizu resursne osnove, izračun prihvatnog kapaciteta sukladno Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnih kapaciteta (NN 112/2024), obvezne (i specifične) pokazatelje održivosti na razini destinacije sukladno Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/2024), razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje, prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije, popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije i popis projekata od posebnog značaja.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Grad Split i ostali dionici na području destinacije Split

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

U 2024. godini provedeno je terensko istraživanje stavova i potrošnje turista u destinaciji Split u razdoblju predsezona, sezone i posezone 2024. godine u okviru procesa izrade novog Strateškog marketinškog i operativnog plana turizma destinacije Split za razdoblje 2025. - 2030. godine, koje će biti sastavni dio tog strateškog dokumenta. Stoga se u ovoj godini ne planiraju provoditi aktivnosti istraživanja i analize tržišta. Ostale aktivnosti istraživanja i analize tržišta obuhvatit će se u okviru

izrade strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata, kao što je Plan upravljanja destinacijom Split za razdoblje 2026. – 2029.

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 2025.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

- **Projekt IQM Destination Split**

Projekt IQM (Integrated Quality Management) Destination Split je sustav integriranog upravljanja kvalitetom destinacije Split. Ovaj sustav upravljanja kvalitetom konceptualno je postavljen na način da prati i 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 osvrti 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. (četvrta faza)

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

U 2025. godini nastavit će se s aktivnostima valorizacije sportske infrastrukture na području grada Splita 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 2024. godini u okviru ovog projekta realizirane su sljedeće aktivnosti: edukacija djelatnika turističkih zajednica Splitske rivijere koji će prezentirati proizvod cikloturizma na specijaliziranim sajmovima / festivalima / eventima / akvizicijama; analiza postojeće ponude i proizvoda za bicikliste u hotelskim kompanijama / obiteljskim hotelima / definiranim iznajmljivačima te prijedlog njihovog uključenja u bike projekt Splitske rivijere; analiza biciklističkih evenata i prijedlog organizacije novih evenata u destinaciji; tisak biciklističkih karata Splitske rivijere. Druge predviđene aktivnosti za 2024. godinu izvođač nije bio u mogućnosti realizirati te su pomaknute za 2025. godinu. U ovoj godini planirane su sljedeće aktivnosti, odnosno troškovi: izrada i montaža informativnih tabli za bicikliste, uključujući i pripremu vizuala, dimenzije 200x150 cm (2 komada); aplikacija QR kodova na postojećim biciklističkim oznakama MTB i i Family/Trekking staza (nabava, grafička priprema i tisak PVC folija, 40 QR kodova); prezentacija projekta razvoja proizvoda Bike zainteresiranim specijaliziranim agencijama za cikloturizam, hotelskim kompanijama (*Bike hotels*) i smještajnim objektima (*Bike & bed*); video produkcija – imidž video za proizvod bike; samostalni nastup dionika Splitske rivijere na specijaliziranom sajmu EUROBIKE u Frankfurtu (zakup prostora, opremanje štanda – grafička priprema i tisak vizuala, putni troškovi i troškovi smještaja); standardizacija kalendara biciklističkih evenata Splitske rivijere; informativna edukacija djelatnika turističkih zajednica Splitske rivijere i nositelja održavanja biciklističkih staza i signalizacije; 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: 8.800,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2024.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

U ovoj godini nisu predviđene aktivnosti označavanja kvalitete turističkog proizvoda. U okviru IQM Destination Split projekta provode se aktivnosti suradnje s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji.

2.3. 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, gradske tvrtke Žnjan d.o.o., Turističke zajednice grada Splita, Splitsko-makarske nadbiskupije, muzeja, 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. 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: 180.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2025.

Vrijeme održavanja: 1. – 8. svibnja 2025.

- **Split Maraton**

Split Maraton je tradicionalna sportska manifestacija koja već 25. godinu za redom privlači posjetitelje iz cijelog svijeta u Split tijekom zimskih mjeseci 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 je 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 više od 20 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: 50.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2025.

Vrijeme održavanja: 15. – 16. veljače 2025.

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. Godina 2025. donosi poseban početak (otvaranje) manifestacije "Štorije Dioklecijana" u Splitu, kada će Peristil, jedan od najljepših svjetskih povijesnih ambijenata, postati pozornica za nezaboravni događaj – dobrotvorni Dioklecijanov bal. Ovo gala okupljanje s dvostrukom misijom spaja povijesni sjaj rimskog doba s humanitarnim ciljem, omogućujući građanima i posjetiteljima da osjete duh prošlosti dok zajedno stvaraju bolju budućnost. "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 manifestacije obuhvaćaju: troškove autorstva, režije, koreografije i organizacije, trošak angažmana Dioklecijanove straže (glumci, statisti, osiguranje), trošak angažmana udruga Dioklecijanova Legija i Gaj Liberije, troškove angažmana modela, kostimografa, krojača, šminkera i frizera u okviru programa „Toge i Tetrarsi“, troškove angažmana dirigenta orkestra (preko 20 glazbenika) i scenografa te troškove scenografije i potrošnog materijala za toge u okviru programa „Dioklecijanov bal“, troškove tona (DJ i tehničari) i rasvjete (majstor rasvjete, tehničari, oprema), troškove izrade video spota (fotografiranje i video uređivanje) i naknade studentima i profesorima Umjetničke akademije u Splitu koji će s autorom pripremiti edukativne i interaktivne programe za djecu pod nazivom „Mladi Dioklecijan“.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 46.500,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2025.

Vrijeme održavanja: 12. – 13. lipnja & 28. – 30. kolovoza 2025.

- **Koncertni program na 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 2025. 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 2025. 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, kulturno-umjetnička društva, Glazbena mladež Split i drugi

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 165.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2025.

Vrijeme održavanja: sredina lipnja – 27. rujna 2025.

- **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, gastronomska 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 2026.

Vrijeme održavanja: 29. studenoga 2025. – 7. siječnja 2026.

- **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. Splitsko ljeto je 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: 14.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2025.

Vrijeme održavanja: 14. srpnja – 14. kolovoza 2025.

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

- **Smjena straže na trgu Peristil**

'Smjena straže', pod vodstvom Hrvatskog narodnog kazališta Split, je jedna od neprepoznatljivijih manifestacija u Splitu i već 19 godina neprekidno oduševljava posjetitelje, ali i lokalnu zajednicu. Od svojih skromnih početaka, kada je program započeo kao jednostavna točka s nekoliko vojnika u plastičnim oklopima, "Smjena straže" je narasla do razine koja danas uključuje više od 30 vojnika u preciznoj koreografiji izlaska. Svojom vjerodostojnom izvedbom i impresivnom prezentacijom povijesti, ovaj program je postao nezaobilazna atrakcija za sve posjetitelje Splita, kako turiste, tako i građane. Projekt se nastavlja i u 2025. godini, gdje će od početka svibnja do kraja listopada svakodnevno u podne, na carskom trgu Peristilu, posjetitelji biti svjedoci ceremonije pozdrava od strane rimskog cara i carice u društvu rimskih pretorijanaca. Jedan od najvažnijih aspekata manifestacije "Smjena straže" je njezina uloga u očuvanju povijesti i tradicije Splita. Program omogućuje posjetiteljima da dožive povijest na živ način, uz sjećanje na vrijeme cara Dioklecijana i rimske vladavine. Iako je u početku program bio skroman i jednostavan, u godinama koje su uslijedile postao je puno više od same povijesti – postao je simbol splitske kulturne baštine, most između prošlosti i sadašnjosti. Posjetitelji ne dolaze samo gledati povijest, već i biti njezin dio, jer "Smjena straže" svakim izlaskom donosi elemente dramske izvedbe, gdje vojnici s preciznošću izvodnih koreografija postaju živa povijest grada. Prošireni sastav vojnika, detaljnija koreografija i unikatna scenografija omogućuju posjetiteljima dublje razumijevanje prošlih vremena, dok sama izvedba "Smjene straže" pruža jedinstvenu priliku za fotografiranje s vojnicima i Dioklecijanom, stvarajući time ne samo kulturnu, već i emocionalnu povezanost s prošlim vremenima. Osnovni cilj ovog projekta jest oživjeti kulturno-povijesnu baštinu kroz narativnu pripovijest (storytelling) te promovirati bogatu antičku povijest Splita. Troškovi realizacije manifestacije obuhvaćaju: naknadu za režiju, koreografiju i organizaciju manifestacije, što uključuje i nadzor i angažiranje studenata te organizaciju rasporeda rada za razdoblje od 6 mjeseci, angažman glumaca i pretorijanskih vojnika (studentski honorari za razdoblje od svibnja do kraja listopada), troškove popravka i održavanja kostima, troškove korištenja potrošnih materijala i produkcijsku naknada (naknada za korištenje prostora HNK Split za presvlačenja i skladištenje opreme, korištenje audio opreme i rasvjetnih tijela po potrebi).

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2025.

Vrijeme održavanja: 1. svibnja – 1. studenog 2025.

- **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 prihvaćanju 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: srpanj 2025.

Vrijeme održavanja: 27. – 29. lipnja 2025. i 3. – 6. srpnja 2025.

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: srpanj 2025.

Vrijeme održavanja: 7. srpnja 2025.

- **Mjesec gastronomije u Splitu – Štorije o' spize**

Razdoblje od sredine listopada do sredine studenog 2025. godine bit će posvećeno 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 i ostatka Republike Hrvatske, Štorije o' vinima na Peškariji i drugi projekti koji prezentiraju gastronomsku tradiciju i običaje specifične za grad Split i Dalmaciju. 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 13. 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: 35.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2025.

Vrijeme održavanja: 23. listopada – 16. studenoga 2025.

- **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: 30.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2025.

Vrijeme održavanja: 14. – 21. travnja 2025.

- **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: 15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2025.

Vrijeme održavanja: 11. – 13. srpnja 2025.

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

- **Smotra klapa u Žrnovnici, Fešta o' pure 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. Specifičnost ove smotre je takozvano miješanje klapa. Naime, svaka klapa prijavi po jednog člana svake vokalne dionice, te se slučajnim odabirom formiraju dvije klape koju čine članice i članovi iz svih klapa sudionica. Bez prethodne najave i vježbanja, svaka klapa mora otpjevati zadanu i dobro poznatu klapsku pjesmu. Pobjednička klapa je ona koja dobije duži pljesak. 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: 5.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2025.

Vrijeme održavanja: 16. Smotra klapa u Žrnovnici (srpanj 2025.), Dan mjesta, Fešta o' pure i sajam (kolovoz 2025.)

- **Slatinsko ljeto**

Slatinsko ljeto, koje obuhvaća događaje Tišina mora – večer posvećena poznatim glazbenicima Hrvatske i Smotru klapa i pučkih pjevača „Marijo, zvijezdo mora“, 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, Udruga za zaštitu kulturne i prirodne baštine, Turistička zajednica grada Splita i ostali partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2025.

Vrijeme održavanja: srpanj 2025. (4. Tišina mora); 16. kolovoza 2025. (15. 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. Dan uoči blagdana sv. Lovre 9. kolovoza održava se Ribarska večer na lokaciji stobrečkog porta (luke). 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: 28.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2025.

Vrijeme održavanja: 9. – 10. kolovoza 2025.

- **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: 70.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2025.

Vrijeme održavanja: 20. – 30. ožujka 2025. (Podrumi Dioklecijanove palače) i od 15. ožujka (Riva)

- **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 2025.

Vrijeme održavanja: 2. – 10. kolovoza 2025.

Mrežna stranica: <https://www.skbrdasplit.hr/hr/split-open/>

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

Grad Split i u 2025. godini nastavlja jačati poziciju kao domaćin sve važnijih teniskih turnira - ATP Challenger i 2 ITF Futures – u organizaciji Teniskog centra Split i Hrvatskog teniskog saveza i potporu Grada Splita i Javne ustanove športski objekti Split (JUSOS). 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. 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 2025.

- **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: 16.500,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2025.

Vrijeme održavanja: 22. veljače – 4. ožujka 2025.

- **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 2025.

Vrijeme održavanja: 18. – 22. ožujka 2025.

Mrežna stranica: <https://www.pricigin.hr/>

- **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 2025.

Vrijeme održavanja: 24. – 27. srpnja 2025.

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 prepoznata 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: 10.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2025.

Vrijeme održavanja: 12. – 21. lipnja 2025.

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 2025.

Vrijeme održavanja: 26. – 30. kolovoza 2025.

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

2.4. Turistička infrastruktura

U ovoj godini ne provode se aktivnosti upravljanja turističkom infrastrukturom. Turistička infrastruktura na području grada Splita nije dana na upravljanje Turističkoj zajednici grada Splita od strane jedinice lokalne samouprave (Grad Split).

2.5. Podrška turističkoj industriji

- **Javni poziv za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2025. 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 2025.

Vrijeme provedbe Javnog poziva: siječanj – veljača 2025.

- **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: 80.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti koje imaju potporu Turističkog vijeća: prosinac 2025.

- **Potpore po odluci direktorice Turističke zajednice grada Splita**

Glavni cilj odobravanja financijske potpore jest poticanje projekata i manifestacija usmjerenih na razvoj i unaprjeđenje 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: Direktorica Turističke zajednice grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti koje imaju potporu po odluci direktorice: prosinac 2025.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture

Aktivnost obuhvaća kreiranje profesionalnog branding briefa kao temelja za inovativna kreativna rješenja u turističkom brendu destinacije ili za redizajn postojećeg vizualnog identiteta, uz uvođenje novih grafičkih standarda. Branding brief će definirati ključne elemente brenda kao što su karakter destinacije, vizualne ikone, slogani i grafički elementi, čime će se omogućiti stvaranje snažnih i dosljednih komunikacijskih poruka. Ciljevi ove aktivnosti su poboljšati percepciju i prepoznatljivost destinacije u ključnim turističkim segmentima, promovirati autentične aspekte lokalne kulture i inspirirati odgovorno ponašanje posjetitelja prema lokalnoj zajednici i okolišu. Trošak aktivnosti uključuje izradu branding brief dokumenta, dizajn novih grafičkih standarda, kreiranje inovativnih vizualnih rješenja, te produkciju marketinških materijala s primjenom u različitim komunikacijskim kanalima. Specifični troškovi ovisit će o kompleksnosti redizajna, uključujući angažman stručnjaka za branding i dizajn, produkciju materijala te promociju novog vizualnog identiteta. Ova aktivnost ima dugoročnu vrijednost jer će pomoći u pozicioniranju destinacije na tržištu kroz prepoznatljiv vizualni identitet, istovremeno osnažujući imidž Splita kao moderne, održive i atraktivne destinacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Tijekom 2025. godine provodit će se ciljane aktivnosti online i offline oglašavanja putem medija i društvenih mreža na ključnim tržištima, s ciljem pozicioniranja Splita kao sigurne destinacije očuvanog okoliša i raznolike ponude tijekom cijele godine. Ove aktivnosti fokusirat će se na "pričanje priče" o gradu i njegovim jedinstvenostima, a cilj je nadahnuti potencijalne turiste da odaberu Split kao odredište za svoje putovanje. Aktivnosti će uključivati digitalne kampanje na tržištima Njemačke, Ujedinjenog Kraljevstva, Francuske, Nizozemske i Poljske, s naglaskom na specijalizirane portale za turizam i putovanja, oglašavanje putem nacionalnih medijskih kuća te ciljanje ključnih platformi društvenih mreža za dodatno dosezanje publike, advertorijale u nacionalnim medijima na tržištima Ujedinjenog Kraljevstva, Njemačke i Poljske, s ciljem detaljnijeg informiranja i inspiracije putem izabranih visoko povjerenih medija, oglašavanje na društvenim mrežama u Sjedinjenim Američkim Državama, gdje će se kampanje usmjeriti na promociju Splita kroz inspirativne vizuale i interaktivne formate, te kampanje na tržištima susjednih zemalja, uključujući Austriju, Italiju, Sloveniju i

Bosnu i Hercegovinu, kako bi se privukli posjetitelji za kraća putovanja i produžene vikend posjete. Ključni ciljevi ove promocije su povećanje broja posjetitelja s odabranih emitivnih tržišta (Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska, Poljska, Nizozemska, SAD itd.), te dodatno jačanje interesa za posjet Splitu u predsezoni i sezoni. Kampanje će također raditi na pozicioniranju Splita kao cjelogodišnje destinacije s bogatom kulturnom, gastronomskom, sportskom i event ponudom. Trošak aktivnosti uključuje zakup medijskog prostora na odabranim tržištima, produkciju prilagođenog oglasnog materijala i provođenje online oglašavanja putem društvenih mreža i drugih digitalnih kanala, prema specifičnostima i dosegom svakog od navedenih tržišta.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

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 poboljšanju 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. U okviru ove aktivnosti predviđen je studijski posjet destinaciji predstavnika medija iz UK-a, Njemačke, Francuske, Španjolske, Poljske, SAD-a, Italije i Japana s ciljem upoznavanja destinacije i njene ponude te promocijom Splita kao turističke destinacije na navedenim emitivnim tržištima. 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 2025.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Aktivnosti marketinške i poslovne suradnje obuhvaćaju projekte udruženog

oglašavanja, koji se provodi u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije (TZSDŽ) i zainteresiranim dionicima s područja destinacije, i strateške projekte u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ), Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, aviokompanijama i predstavnicima privatnog sektora. U okviru strateških projekata predviđena je suradnja s avioprijevoznicima Croatia Airlines (uključujući i projekt Dalmatinska marena), Easy Jet, Jet2Holidays, Eurowings, WIZZ Air, KLM i Jet2.com i brodarskim kompanijama SNAV i Jadrolinija. 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 na temelju javnih poziva, koje raspisuju nacionalna (HTZ) i regionalna turistička zajednica (TZSDŽ).

Nositelj aktivnosti i partneri: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 175.000,00 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

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. Dodatno, u 2025. godini pružit će se podrška destinacijskim dionicima, prvenstveno velikim hotelima koji imaju kapacitete za organizaciju poslovnih događanja, za sudjelovanje na kongresnim sajmovima IMEX Frankfurt i IBTM Barcelona sufinanciranjem najma samostalnog ili dijeljenog štanda. 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/	25. - 26. siječnja 2025.
Madrid	FITUR – International Tourism Trade Fair https://www.ifema.es/en/fitur	22. - 26. siječnja 2025.
Chicago	Travel and Adventure Show https://travelshows.com/shows/chicago/	1. – 2. veljače 2025.
Berlin	ITB Berlin Convention https://www.itb.com/en/	4. - 6. ožujka 2025.
London	WTM – World Travel Market https://www.wtm.com/	4. – 6. studenog 2025.

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

GRAD	SAJAM	DATUM
Helsinki	MATKA Travel Fair https://matka.messukeskus.com/en/	17. – 19. siječnja 2025.
Beč	Ferien Messe https://www.ferien-messe.at/en-gb.html	16. – 19. siječnja 2025.
Stuttgart	CMT Messe - The Holiday Exhibition https://www.messe-stuttgart.de/cmt/en/	18. – 26. siječnja 2025.
Dublin	Holiday World Show https://www.holidayworldshow.com/	24. – 26. siječnja 2025.
London	Destinations https://www.destinationsshow.com/london/	30. siječnja – 2. veljače 2025.
Bruxelles	Salon des Vacances https://www.salondesvacances.eu/	30. siječnja – 2. veljače 2025.
Utrecht	Fiets en Wandelbeurs https://www.fietsenwandelbeurs.nl/	14. – 16. veljače 2025.
Munchen	F.re.e. https://free-muenchen.de/en/	19. – 23. veljače 2025.
Napulj	BMT - Borsa Mediterranea del Turismo https://bmtnapoli.com/?lang=en	13. – 15. ožujka 2025.
Prag	Holiday World https://holidayworld.cz/en/	14. – 16. ožujka 2025.
Barcelona	B-Travel https://www.b-travel.com/en/	28. – 30. ožujka 2025.
Bologna	Fiera del Cicloturismo https://www.fieradelcicloturismo.it/en/	4. – 6. travnja 2025.
Dusseldorf	Caravan Salon https://www.caravan-salon.de/	29. kolovoza – 7. rujna 2025.

Pariz	IFTM-Top Resa https://www.iftm.fr/en-gb.html#/	23. – 25. rujna 2025.
Parma	Il Salone del Camper https://www.salonedelcamper.it/en/	14. – 22. rujna 2025.

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 2025.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Turistička zajednica grada Splita u 2025. godini nastaviti će provoditi strateške aktivnosti usmjerene na organizaciju i podršku studijskih putovanja inozemnih turoperatora i turističkih agenata te aktivno podržavati organizaciju poslovnih događanja (kongresa, konferencija, susreta itd.) u destinaciji. Ove ključne aktivnosti osmišljene su s ciljem unapređenja prepoznatljivosti Splita kao atraktivne, konkurentne destinacije za različite segmente turizma, uključujući i kongresni turizam. Organizacija studijskih putovanja realizirat će se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije. Cilj ovih putovanja je osigurati turoperatorima i turističkim agentima sveobuhvatan uvid u turističke resurse i proizvode destinacije kako bi se dodatno potakla prodaja aranžmana te osnažili dugoročni poslovni odnosi s lokalnim pružateljima usluga. Uz promociju destinacije, ova suradnja usmjerena je na izgradnju partnerske mreže koja će omogućiti jače pozicioniranje Splita na međunarodnim tržištima te otvaranje novih prodajnih kanala. Podrška kongresnim događanjima obuhvaća koordinaciju s ključnim dionicima kako bi se unaprijedio položaj Splita kao poželjnog odredišta za poslovne skupove i kongrese. U okviru ovih aktivnosti, pored brojnih drugih, izdvaja se podrška organizaciji Break the Ice Forum Split (BTIF), koji će se održati od 25. do 27. rujna 2025., podrška organizaciji studijskog posjeta grupe agenata prije i nakon održavanja foruma te podrška organizaciji studijskog posjeta grupe kupaca prije ili nakon održavanja MEETEX-a (*Croatian Meeting Experience Summit*). Break the Ice Forum je poslovni događaj koji povezuje profesionalce iz sektora luksuznog turizma i MICE industrije, omogućujući izravne sastanke između ponuđača i kupaca kroz unaprijed dogovorene sastanke i bogat networking program. Posebna pažnja posvećuje se osiguravanju kvalitetnih prezentacijskih aktivnosti, radnih sastanaka te kulturno-zabavnih programa koji stvaraju bogato iskustvo za sudionike, čime se ističu autentične kulturne i prirodne vrijednosti Splita. Trošak ove aktivnosti uključuje reprezentativne aktivnosti (prezentacije, radne obroke, sastanke) te organizaciju kulturno-zabavnih sadržaja, koji kao dio studijskih putovanja pridonose jačanju pozitivne percepcije destinacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita, pružatelji turističkih usluga, organizatori poslovnih događanja

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Turistička zajednica grada Splita u 2025. godini nastavlja provoditi aktivnosti kreiranja online i offline promotivnih materijala s ciljem unapređenja prezentacije i promocije turističke ponude grada. Aktivnost uključuje ažuriranje postojećih informativnih materijala, te, po potrebi, 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, Split Guide A5, VisitSplit mjesečni vodič, ostale brošure grada Splita, te mape sljedećih naselja na području grada Splita - Stobreč, Žrnovnica i Slatine. U okviru ove aktivnosti predviđena je podrška izradi i tisku promotivnih materijala u suradnji s izdavačima turističkih publikacija, kao što su Discover Split novine, Discover Split's Restaurant Guide, Split in your pocket i Explore Adriatic. 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 i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 110.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

3.8. Internetske stranice

U 2025. godini planira se nastavak aktivnosti redizajna i modernizacije mrežne stranice visitsplit.com, s naglaskom na njenom oblikovanju kao destinacijske društvene platforme koja će biti ključni alat za promociju Splita i jačanje povezanosti pružatelja turističkih usluga s posjetiteljima. Ova platforma bit će osmišljena je kako bi pružateljima turističkih usluga omogućila stvaranje specijaliziranih profila, s ciljem samostalnog ažuriranja i moderiranja informacija, te na taj način predstavila njihove promotivne ponude, projekte i asortiman usluga široj javnosti. Glavni ciljevi ove aktivnosti su omogućiti pružateljima usluga da bolje prezentiraju svoje ponude i sadržaje, čime se potiče sustavna promocija Splita u sinergiji s turističkim sektorom, osigurati prilagodljivost i kvalitetnu digitalnu prisutnost destinacije u skladu s najnovijim tehnologijama i potrebama tržišta, te povećati vidljivost i dostupnost usluga

te sadržaja, čime se jača imidž Splita kao moderne i dinamične destinacije koja koristi digitalne alate za podršku turističkoj ponudi. Troškovi uključuju daljnje programiranje specifičnih funkcionalnosti stranice, povezivanje s CMS-om, dodatnu optimizaciju sadržaja, implementaciju funkcionalnosti za dijeljenje na društvenim mrežama, tehničku podršku i održavanje stranice nakon lansiranja, kao i sve druge aktivnosti vezane uz razvoj, nadogradnju i održavanje stranice.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

U 2025. godini nastavit će se provedba aktivnosti ažuriranja i unapređenja baze podataka o turističkoj ponudi destinacije. Podaci o atrakcijama, uslugama i proizvodima u destinaciji redovito se ažuriraju, sortiraju i dostavljaju Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije i Hrvatskoj turističkoj zajednici. Cilj ovih aktivnosti je osigurati kvalitetne, suvremene informacije koje podržavaju sveobuhvatnu promociju i unapređuju prepoznatljivost destinacije kroz zajedničke kampanje i marketinške projekte. Aktivnosti obuhvaćaju sustavnu nadopunu postojeće baze fotografija, s posebnim fokusom na vizuale koji prikazuju ključne turističke atrakcije i ponudu. Prioritet je na materijalima koji promoviraju odgovorno putovanje, poštivanje kulture života lokalne zajednice i održivost, te one koji naglašavaju proizvode i doživljaje za kojima se očekuje povećana potražnja u nadolazećem razdoblju. Osim fotografskih sadržaja, ova aktivnost obuhvaća razvoj multimedijalnih materijala za digitalnu promociju koji pružaju bogat i potpun uvid u turistički doživljaj destinacije. U sklopu toga planira se izrada informacijskog chatbota prilagođenog vizualnom identitetu i brandingu Turističke zajednice Splita. Chatbot će biti integriran u postojeće digitalne sustave te će omogućavati korisnicima pristup preciznim informacijama iz dokumentacije vezane uz destinaciju. Njegove ključne funkcionalnosti uključivat će mogućnost jednostavnog ažuriranja sadržaja, dodavanje novih dokumenata, kreiranje specifičnih scenarija za interakciju, te personalizaciju sučelja u skladu s potrebama korisnika. Također, chatbot će podržavati inicijalno čišćenje i obradu podataka kako bi se osigurala visoka kvaliteta informacija i usklađenost s relevantnim standardima. Cilj ove aktivnosti je poboljšanje digitalne interakcije s posjetiteljima, pružanje podrške u realnom vremenu te jačanje prepoznatljivosti Splita kao moderne i tehnološki napredne destinacije. Trošak uključuje troškove otkupa novih fotografija, izradu profesionalnih tekstova za različite promotivne kanale, te produkciju atraktivnih vizualnih i multimedijalnih sadržaja koji dodatno valoriziraju turističku ponudu Splita.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

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 i ureda za iznajmljivače te trošak plaće zaposlenika.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 550.000,00 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

- **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. Preko ove aplikacije prijavu gostiju izvršava sveukupno 3.077 objekata u domaćinstvu na području grada Splita i do sada je prijavljeno 219.563 turista s ostvarenih 797.665 noćenja (stanje na dan 7. studenog 2024. godine). 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 2025.

- **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: 1.800,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

4.2. Stručni skupovi i edukacije

Turistička zajednica grada Splita u 2025. godini planira 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 proizvoda, tehnike promocije turističkih resursa i kreiranje autentičnih iskustava za posjetitelje. Dodatno, održat će se posebna edukacija za turističke vodiče grada Splita koja za cilj ima razviti vještine interpretacije i propovijedanja kroz detaljno razumijevanje prostora, odnosno vodiče naučiti prepoznati specifičnosti pojedinog gradskog kvarta i iz njih kreirati autentične priče koje povezuju lokalnu zajednicu s kulturnom baštinom. Ovakvim pristupom razvoju tematskih tura, koje će valorizirati neistražena i još uvijek turistički neprepoznata područja, cilj je obogatiti iskustvo posjetitelja i poticati stanovnike grada Splita na dublju povezanost s poviješću i identitetom kvarta te grada. Troškovi provedbe ove aktivnosti obuhvaćaju podršku organizaciji 4. Kongresa obiteljskog smještaja u Splitu u organizaciji Hrvatske udruge obiteljskog smještaja, te organizaciju radionica i edukacija, što uključuje najam odgovarajućih dvorana, angažman stručnih edukatora s relevantnim iskustvom u turističkom sektoru i razvoju inovativnih turističkih proizvoda 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 2025.

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-gastronomske 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 2025.

- **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 2025.

4.4. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

- **Valorizacija prirodne baštine**

Podmorska edukativna staza postaviti će se pod morem u uvali Kašjuni, čije podmorje je bogato raznolikom florom i faunom i koja je zaštićena od jakih vjetrova, i pratila bi prirodni podmorski greben. Duž staze, na dubini od 0,5 - 1 m postavilo bi se nekoliko informativno-edukacijskih ploča s ciljem isticanja određenih prirodnih vrijednosti, koje se mogu vidjeti isključivo uranjanjem u more. Ploče će redom biti posvećene algama, podmorskim biljkama, puževima, rakovima, školjkama te ribama. Na taj se način posjetiteljima prezentiraju zanimljive informacije o morskim organizmima karakterističnim za okolni akvatorij i razvija se svijest o važnosti zaštite i očuvanja raznolikosti podmorskog svijeta. Table bi bile dvojezične (hrvatski i engleski) s donje strane privezane lancem na sidrište, a s gornje strane za plutaču (na plutače koje označavaju doživljajne točke dodatno bi ugradili inox prsten kako bi se omogućio kraći odmor plivača tijekom obilaska staze). Staza neće biti zahtjevna i bit će namijenjena posjetiteljima svih dobnih skupina koji znaju plivati i koristiti se maskom i disalicom. Troškovi organizacije i provedbe predmetne aktivnosti uključuju dizajn, izradu i postavljanje podmorskih tabli sa sidrištem i plutačama te dizajn i tisak promidžbenih materijala (brošura, plakat). Cilj ove aktivnosti je proširenje turističke ponude Splita uspostavom novih sadržaja za posjetitelje te podizanje svijesti i proaktivnog promicanja prirodnih vrijednosti očuvanog splitskog podmorja.

Nositelji aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita, Prirodoslovni muzej Split i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 6.250,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2025.

- **Valorizacija kulturne baštine**

Projekti valorizacije kulturne baštine nastaviti će se provoditi u 2025. godini s ciljem razvoja dodane vrijednosti kulturnim sadržajima u destinaciji i sudjelovanja u aktivnostima prezentacije kulturnih dobara koja dosad nisu bila odgovarajuće valorizirana. U okviru ove aktivnosti započet će provedba projekta „Poljička republika“, koji predstavlja priliku povezivanja bogate povijesti i baštine s integriranim razvojem kulturnog turizma. Kao povijesni teritorij koji obuhvaća i sadašnja područja Turističke zajednice grada Splita, Turističke zajednice grada Omiša, Turističke zajednice općine Podstrana i Turističke zajednice općine Dugi rat, Poljička republika ima jedinstveni razvojni potencijal. Na temelju Odluka turističkih vijeća turističkih zajednica o sklapanju sporazuma o projektnom udruživanju, Povjerenstvo Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske utvrdilo je da su navedene turističke zajednice suglasne da se sporazumom udruže radi zajedničkog provođenja aktivnosti na razvijanju turističkih

proizvoda tako da u zajedničkim aktivnostima djeluju kao jedinstvena destinacija u smislu članka 2. točke 1. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20). Sporazumom o projektnom udruživanju od 7. studenog 2024. predložene su aktivnosti s ciljem podizanja prepoznatljivosti na turističkom tržištu, razvijanju turističkih proizvoda i promociji destinacije u okviru projekta „Poljička Republika“. U 2025. godini u okviru projekta „Poljička Republika“ provest će se aktivnost izrade Strateškog plana razvoja integriranog kulturno-turističkog proizvoda Poljička Republika s lokalnim akcijskim planovima. Ciljevi aktivnosti su definirati integrirani kulturno-turistički proizvod Poljičke Republike, postaviti temelje za održivi razvoj kulturnog turizma na području nekadašnje Poljičke Republike, povezati lokalnu zajednicu na području Poljica s razvojem kulturnog turizma, razviti akcijske planove po pojedinim turističkim zajednicama kako bi se osigurale konkretne smjernice za implementaciju strategije te definirati konkretne korake za promociju, upravljanje i financiranje kulturno-turističkih inicijativa za razvoj brenda Poljičke Republike. Trošak ove aktivnosti obuhvaća angažman stručnjaka ili konzultanata specijaliziranih za kulturnu baštinu koji će sudjelovati u procesu izrade akcijskog plana za Turističku zajednicu grada Splita. Dodatno, u okviru ove aktivnosti predviđeni su i drugi projekti valorizacije kulturne baštine i troškovi uključuju izradu projektnih elaborata te idejnih i izvedbenih rješenja obnove kulturnih dobara, konzervatorske i restauratorske radove i promociju projekata.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.500,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

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

S ciljem dodatne zaštite kulturne baštine na području stare gradske jezgre Split, kvalitete života stanovnika u staroj gradskoj jezgri, ali i same kvalitete Splita kao turističke destinacije, u 2025. godini planirano je financiranje dodatnih komunalnih redara ili zaštitarskih službi koji će svojim djelovanjem utjecati na zaštitu kulturne baštine i 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: 93.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

- **Projekt uređenja naselja Slatine**

Turistička zajednica grada Splita nastavlja s ulaganjima u poboljšanje infrastrukture i uređenje javnih prostora u naselju Slatine. U 2025. godini prioritetne aktivnosti usmjerene su na dodatno uređenje centra mjesta, čime se nastavlja višegodišnji proces revitalizacije i unapređenja ovog područja. Centar naselja Slatine obuhvaća ključne javne prostore, uključujući područje u kojem su smješteni zgrada mjesnog odbora, turističko-informativni centar, park Miljenka Smoje, te prostore uz lučicu i plažu, koji imaju izrazito dinamičnu funkciju tijekom turističke sezone. Aktivnosti obuhvaćaju uređenje centra mjesta, s posebnim naglaskom na poboljšanje zelenih i javnih površina, kako bi se osigurala veća funkcionalnost prostora i atraktivnost za posjetitelje, radove koji uključuju pripremu i realizaciju građevinskih zahvata, postavljanje urbanog mobilijara te implementaciju krajobraznih rješenja usmjerenih na održivo korištenje i očuvanje prostora te izradu detaljnih projektnih elaborata, idejnih i izvedbenih rješenja, kako bi se osigurao kvalitetan i dugoročan rezultat. Cilj ovih aktivnosti je stvaranje reprezentativnog prostora za lokalnu zajednicu i turiste te povećanje atraktivnosti naselja Slatine kao turističkog odredišta.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 16.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

- **Projekt uređenja naselja Stobreč**

U 2025. godini, u sklopu kontinuiranog ulaganja u unapređenje javnih prostora i kvalitete života u naselju Stobreč, planirane su aktivnosti usmjerene na daljnje uređenje i opremanje prostora, s posebnim naglaskom na stvaranje ugodnog i atraktivnog okruženja za lokalno stanovništvo i posjetitelje. Aktivnosti obuhvaćaju božićno kićenje i nabavku novih ukrasa kako bi se osigurala kvalitetna dekoracija javnih površina u blagdanskome razdoblju, čime se dodatno doprinosi stvaranju svečanog i ugodnog ugođaja za sve posjetitelje i stanovnike Stobreča, te implementaciju sustava automatskog navodnjavanja na dvije lokacije, čime će se osigurati održavanje zelenih površina na održiv i učinkovit način, uz uštedu resursa i povećanje estetske vrijednosti naselja. Ove inicijative nastaviti će doprinositi poboljšanju uređenosti i funkcionalnosti naselja, povećavajući njegovu atraktivnost kao destinacije te podižući kvalitetu turističkog iskustva u skladu s ciljevima održivog razvoja.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 18.500,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

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

Turistička zajednica grada Splita nastavlja sa sustavnim ulaganjima u uređenje i održavanje tematskih staza na istočnom dijelu Splita, s posebnim naglaskom na područja Žrnovnice, Srinjina i brda Perun. Ove staze postale su važan segment ponude aktivnog turizma te služe kako lokalnom stanovništvu, tako i turistima koji uživaju u prirodnim ljepotama i povijesno-kulturnom naslijeđu ovog kraja. U 2025. godini planirane aktivnosti uključuju obnovu i nadopunu tematskih staza, s posebnim naglaskom na sanaciju dijelova oštećenih uslijed nedavnih požara ili drugih vremenskih utjecaja, redovno održavanje staza, uključujući uklanjanje raslinja, popravak postojećih infrastrukturnih elemenata te zaštitu i obnovu drvene opreme poput putokaza, klupa i informativnih ploča, te postavljanje dodatne signalizacije i oznaka, na temelju povratnih informacija korisnika i stručnih analiza terena, kako bi se poboljšala sigurnost i preglednost staza. Cilj ovih aktivnosti je osigurati kontinuiranu dostupnost i atraktivnost staza za šetače, planinare i bicikliste, poticati očuvanje prirodnog i kulturnog krajobraza te promicati održivi turizam na ovom području.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, planinarska društva i izvođači radova

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

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 kongresni turizam.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, HUPKT

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2025.

- **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 2025.

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 zajednica planiraju se u iznosu od 390.000,00 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 30.000,00 EUR.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju: 420.000,00 EUR

6.2. Materijali 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: 75.000,00 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: 30.000,00 EUR

FINANCIJSKI PLAN

		PRIHODI	Plan 2025.	Replan 2024.	Indeks	udio %
1.		Izvorni prihodi	2.743.416	2.366.508	116	82,66
	1.1.	Turistička pristojba	1.526.546	1.330.000	115	46,00
	1.2.	Članarina	1.216.870	1.036.508	117	36,66
2.		Prihodi iz proračuna općine /grada / županije i državnog proračuna	570.000	570.000	100	17,17
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	1.500	1.500	100	0,05
4.		Prihodi iz EU fondova	0	30.400	-	0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	3.982	8.300	48	0,12
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0	0	-	0,00
7.		Ostali prihodi	10	7	143	0,00
		SVEUKUPNO	3.318.908	2.976.715	111	100,00
		RASHODI	Plan 2025.	Replan 2024.	Indeks	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	58.418	77.000	76	1,76
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	57.180	74.435	77	1,72
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	0	-	0,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	1.238	2.565	48	0,04
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.343.100	1.283.800	105	40,47
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	28.800	26.600	108	0,87
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.151.300	1.094.200	105	34,69
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	163.000	163.000	100	4,91
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.190.000	1.028.075	116	35,86
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	5.000	30.000	17	0,15
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	150.000	150.000	100	4,52
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	45.000	35.000	129	1,36
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	175.000	167.075	105	5,27
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	55.000	41.000	134	1,66
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	40.000	35.000	114	1,21
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	110.000	125.000	88	3,31
	3.8.	Internetske stranice	50.000	25.000	200	1,51
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	10.000	20.000	50	0,30
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	550.000	400.000	138	16,57
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	202.050	194.500	104	6,09
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	5.800	5.800	100	0,17

4.2.	Stručni skupovi i edukacije	30.000	18.000	167	0,90
4.3.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	10.000	9.000	111	0,30
4.4.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	156.250	161.700	97	4,71
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	340	340	100	0,01
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	525.000	393.000	134	15,82
6.1.	Plaće	420.000	310.000	135	12,65
6.2.	Materijalni troškovi	75.000	63.000	119	2,26
6.3.	Tijela turističke zajednice	30.000	20.000	150	0,90
7.	REZERVA				
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				
SVEUKUPNO		3.318.908	2.976.715	111	100,00

3	Prihodi	Plan 2025.	Replan 2024.
31	Prihodi od pružanja usluga	0	4.300
32	Prihodi od članarina	1.216.870	1.036.508
33	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	1.526.546	1.330.000
34	Prihodi od imovine	3.982	4.000
35	Prihodi od donacija	570.000	600.400
36	Ostali prihodi	10	7
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	1.500	1.500

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

4	Rashodi	Plan 2025.	Replan 2024.
41	Rashodi za radnike	780.000	580.000
42	Materijalni rashodi	1.812.838	1.665.645
43	Rashodi amortizacije	12.270	12.270
44	Financijski rashodi	3.500	3.500
45	Donacije	700.000	700.000
46	Ostali rashodi	300	300
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	10.000	15.000