



IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA ZA 2024. GODINU



Split
Tourist Board of Split
TURISTIČKA ZAJEDNICA

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

STATISTIČKI POKAZATELJI TURISTIČKOG PROMETA U 2024. GODINI

Prema najnovijim podacima Svjetskog turističkog barometra Svjetske turističke organizacije (UNWTO), međunarodni turizam u 2024. godini dosegnuo je 1,4 milijarde međunarodnih dolazaka, čime je postigao gotovo potpuni oporavak od pandemije, uz povratak na 99 % razine iz 2019. Ovo predstavlja rast od 11 % u usporedbi s prethodnom godinom, što znači 140 milijuna više međunarodnih turističkih dolazaka. Snažna potražnja, povratak ključnih tržišta i oporavak destinacija u Aziji i na Pacifiku značajno su pridonijeli ovom rezultatu. Predviđa se nastavak rasta u 2025., uz doprinos turizma socioekonomskom razvoju u svim dijelovima svijeta. Među svjetskim regijama, Bliski istok zabilježio je najveći rast u odnosu na razine prije pandemije, s međunarodnim dolascima većim za 32 % u usporedbi s 2019. godinom, no samo 1 % više u usporedbi s 2023. godinom. Afrika je također premašila pretpandemijske brojke s porastom od 7 %, dok je Europa, uz 747 milijuna dolazaka, postigla simboličan rast od 1 % iznad razine iz 2019 i 5 % u odnosu na 2023. godinu. Sve europske podregije premašile su razine prije pandemije, osim srednje i istočne Europe gdje mnoga odredišta još uvijek pate od dugotrajnih učinaka ruske agresije na Ukrajinu. Iako Amerika nije u potpunosti dosegla pretpandemijske brojke, bilježi značajan oporavak od 97 %, dok su Karibi i Srednja Amerika već nadmašili te razine. U usporedbi s 2023., regija je zabilježila rast od 7 %. Azija i Pacifik ostvarili su impresivan napredak, uz porast međunarodnih dolazaka za 33% u 2024., iako su još uvijek nešto ispod razina iz 2019. Potpuni oporavak međunarodnog turizma 2024. odražava se i na uspješnost drugih pokazatelja industrije. Prema UN Tourism Trackeru, međunarodni zračni kapacitet i zračni promet do listopada 2024. gotovo su se oporavili na razine prije pandemije (Međunarodna udruga za zračni prijevoz - IATA). Financijski pokazatelji također odražavaju oporavak. Prihodi od međunarodnog turizma u 2024. dosegli su 1,6 bilijuna USD, što je 4% više u odnosu na 2019. godinu. Prosječna potrošnja po turistu stabilizira se, ali ostaje iznad pretpandemijskog prosjeka. Među pet najvećih svjetskih zemalja po zaradi od turizma, Ujedinjeno Kraljevstvo (+40%), Španjolska (+36%), Francuska (+27%) i Italija (+23%) zabilježile su snažan rast u prvih devet do jedanaest mjeseci 2024. u odnosu na 2019. Podaci o izdacima za međunarodni turizam odražavaju isti trend, posebno među velikim izvornim tržištima kao što su Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo (oba +36% u usporedbi s 2019.), Sjedinjene Države (+34%), Italija (+25%) i Francuska (+11%). Za 2025. predviđa se daljnji rast međunarodnih dolazaka od 3% do 5%, pod uvjetom da globalni ekonomski uvjeti ostanu stabilni, inflacija nastavi opadati, a geopolitičke napetosti ne eskaliraju. Stručnjaci ukazuju na potrebu balansiranja između rasta i održivosti, s naglaskom na ekološke prakse i otkrivanje manje poznatih destinacija. Unatoč izazovima poput visokih troškova, geopolitičkih rizika i klimatskih promjena, očekuje se da će turisti i dalje tražiti najbolje vrijednosti za uloženi novac.

Prema podacima koje je objavio Eurostat, u 2024. godini procjenjuje se da je u turističkim smještajnim objektima unutar Europske unije (EU) ostvareno 2,99 milijardi

noćenja, što je 53,4 milijuna ili 2% više nego prethodne godine. Porast noćenja uglavnom je potaknut međunarodnim gostima, čiji je broj noćenja povećan za 58,7 milijuna, dok su domaći gosti zabilježili blagi pad od 5,3 milijuna noćenja. Ukupni omjer noćenja između međunarodnih (48%) i domaćih gostiju (52%) u 2024. godini bio je gotovo izjednačen. Prema podacima koje je objavio Eurostat, najviše noćenja zabilježili su hoteli i slični smještaji s ukupno 1,9 milijardi noćenja (63% ukupnog broja). Slijede apartmani i drugi kratkoročni smještaji s 711 milijuna noćenja (24%) te kampovi s 396 milijuna noćenja (13%). Turistički brojke bilježe porast u većini zemalja članica EU-a. Najveći rast u 2024. godini zabilježen je u Luksemburgu (+22%), Malti (+13%) i Latviji (+7%). S druge strane, blagi pad zabilježen je u Francuskoj i Belgiji (-1% u obje zemlje), dok su brojke ostale stabilne u Švedskoj, Finskoj i Italiji. Ovi podaci dodatno potvrđuju nastavak oporavka turističkog sektora u EU, pri čemu međunarodni gosti sve više pridonose ukupnim rezultatima.

Prema podacima sustava eVisitor, koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), u Republici Hrvatskoj je tijekom **2024.** godine ostvareno više od **21,3 milijuna dolazaka** i preko **108,7 milijuna noćenja**, što u odnosu na 2023. godinu predstavlja **rast od 4 % u dolascima i 1 % u noćenjima**. Od toga je na Jadranu ostvareno 103,3 milijuna noćenja, što je 1 % više nego 2023., na kontinentu je ostvareno preko 2,7 milijuna noćenja, što predstavlja rast od 5 %, dok je u gradu Zagrebu također ostvareno 2,7 milijuna noćenja, što predstavlja rast od 6 % u odnosu na 2023. Strani turisti u Republici Hrvatskoj ostvarili su ukupno 18.300.339 dolazaka i 95.372.372 noćenja (87,71 % svih noćenja), što u odnosu na 2023. godinu predstavlja rast od 2,83 % dolazaka i 0,71 % noćenja. Domaći turisti u Republici Hrvatskoj ostvarili su ukupno 3.046.245 dolazaka i 13.362.992 noćenja (12,29 % svih noćenja), što u odnosu na 2023. godinu predstavlja rast od 7,78 % dolazaka i 2,24 % noćenja.

Promatrajući ostvarena noćenja u 2024. godini prema vrstama smještajnih kapaciteta, u komercijalnom smještaju ostvareno je sveukupno 87 % svih noćenja, zatim slijedi nekomercijalni smještaj s udjelom od 10 %, dok je promet u nautičkom charteru na razini udjela od 3 %. Struktura ostvarenih noćenja u komercijalnim smještaju pokazuje da je hotelski smještaj ostvario 27 % prometa, obiteljski smještaj 42 % prometa, a kamping segment 22 % prometa.

**Dolasci i noćenja na području Republike Hrvatske prema vrstama objekata
u kojima turisti borave za razdoblje siječanj – prosinac 2024. godine**

	I-XII 2024.		I-XII 2023.		indeks 2024./2023.	
Vrsta objekta	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	7.806.284	25.444.950	7.447.907	24.613.170	104,81	103,38
Kampovi	3.330.236	20.831.149	3.359.099	21.042.129	99,14	99,00
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	48.959	191.084	47.290	184.068	103,53	103,81
Objekti u domaćinstvu	7.021.527	39.808.469	6.767.890	39.543.384	103,75	100,67
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	2.114.743	8.091.243	1.955.331	7.675.872	108,15	105,41
Ostalo	7.094	46.115	9.162	53.139	77,43	86,78
Restorani	1.947	4.265	2.541	5.496	76,62	77,60
Ukupno komercijalni smještaj	20.330.790	94.417.275	19.589.220	93.117.258	103,79	101,40
Nekomercijalni smještaj	470.662	10.716.605	488.564	11.026.608	96,34	97,19
Nautika	545.132	3.601.484	544.621	3.630.276	100,09	99,21
Ukupno	21.346.584	108.735.364	20.622.405	107.774.142	103,51	100,89

Izvor: Hrvatska turistička zajednica (podaci eVisitor + integrirano eCrew)

Promatrajući ostvarene turističke rezultate prema tržištima, u 2024. godini najviše noćenja ostvarili su gosti s tržišta Njemačke (22,3 milijuna noćenja; 20,54 % svih noćenja), Hrvatske (13,3 milijuna noćenja), Slovenije (10,8 milijuna noćenja; 10 % svih noćenja), Austrije (8,2 milijuna noćenja), Poljske (7 milijuna noćenja), Češke (515 milijuna noćenja), Ujedinjene Kraljevine (4 milijuna noćenja), Italije (3,9 milijuna noćenja), Mađarske (3,8 milijuna noćenja), Slovačke (3,3 milijuna noćenja) te Nizozemske (3 milijuna noćenja). Promatrajući isključivo strana tržišta, turisti iz Njemačke, Austrije, Češke, Italije i Nizozemske bilježe pad broja dolazaka i noćenja u odnosu na 2023. godinu, dok tržišta Slovenije, Poljske, Ujedinjene Kraljevine, Mađarske i Slovačke bilježe rast broja dolazaka i noćenja u odnosu na 2023. godinu.

Promatrajući ostvareni turistički promet prema županijama, najviše je noćenja tijekom 2024. godine ostvareno u Istri (29,9 milijuna noćenja), a zatim slijede Splitsko-dalmatinska županija (20,7 milijuna noćenja), Kvarner (18,2 milijuna noćenja), Zadarska (15,4 milijuna noćenja), Dubrovačko-neretvanska (9,1 milijuna noćenja), Šibensko-kninska (6,6 milijuna noćenja) i Ličko-senjska županija (3,4 milijuna noćenja), dok je gledano prema destinacijama najviše noćenja tijekom 2024. ostvareno u Dubrovniku, Rovinju, Poreču, Splitu, Umagu, Medulinu, Zagrebu, Viru, Zadru i Malom Lošinj.

**Noćenja prijavljenih turista za razdoblje siječanj – prosinac 2024./2023.
po županijama (svi kapaciteti)**

	I - XII 2024.		I - XII 2023.		Indeks 2024./2023.
Županija	Noćenja	%Noćenja	Noćenja	%Noćenja	
Istra	29.899.692	27,50%	30.134.313	27,96%	99,22
Kvarner	18.225.240	16,76%	18.517.930	17,18%	98,42
Ličko-senjska	3.406.149	3,13%	3.399.500	3,15%	100,20
Zadarska	15.424.417	14,19%	15.202.557	14,11%	101,46
Šibensko-kninska	6.587.666	6,06%	6.569.550	6,10%	100,28
Splitsko-dalmatinska	20.652.290	18,99%	20.196.690	18,74%	102,26
Dubrovačko-neretvanska	9.122.391	8,39%	8.599.672	7,98%	106,08
UKUPNO Dalmacija	51.786.764	47,63%	50.568.469	46,92%	102,41
UKUPNO Jadran	103.317.845	95,02%	102.620.212	95,22%	100,68
Grad Zagreb	2.688.532	2,47%	2.544.551	2,36%	105,66
UKUPNO	106.006.377	97,49%	105.164.763	97,58%	100,80
Bjelovarsko-bilogorska	102.718	0,09%	97.083	0,09%	105,80
Brodsko-posavska	84.940	0,08%	81.548	0,08%	104,16
Karlovačka	610.276	0,56%	632.497	0,59%	96,49
Koprivničko-križevačka	47.688	0,04%	59.911	0,06%	79,60
Krapinsko-zagorska	429.533	0,40%	402.221	0,37%	106,79
Međimurska	229.478	0,21%	221.252	0,21%	103,72
Osječko-baranjska	285.427	0,26%	272.375	0,25%	104,79
Požeško-slavonska	73.913	0,07%	69.207	0,06%	106,80
Sisačko-moslavačka	87.652	0,08%	68.657	0,06%	127,67
Varaždinska	260.501	0,24%	246.234	0,23%	105,79
Virovitičko-podravska	38.810	0,04%	32.361	0,03%	119,93
Vukovarsko-srijemska	170.907	0,16%	156.526	0,15%	109,19
Zagrebačka	307.144	0,28%	269.507	0,25%	113,97
UKUPNO kontinentalna	2.728.987	2,51%	2.609.379	2,42%	104,58
SVEUKUPNO	108.735.364	100,00%	107.774.142	100,00%	100,89

Izvor: Hrvatska turistička zajednica (podaci eVisitor + integrirano eCrew)

**„Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu
domaćih i stranih gostiju (rangirano prema noćenjima) u razdoblju
siječanj – prosinac 2024. (komercijalni i nekomercijalni smještaj)**

Domaći turisti			Strani turisti		
Destinacija	Noćenja	Dolasci	Destinacija	Noćenja	Dolasci
Vir	1.281.648	38.279	Dubrovnik	4.087.199	1.281.921
Zagreb	519.256	294.856	Rovinj	3.961.545	655.546
Crikvenica	471.213	79.025	Poreč	3.198.098	573.145
Mali Lošinj	334.033	58.717	Umag	2.934.618	522.493
Šibenik	327.284	86.093	Split	2.925.420	939.520
Zadar	314.200	106.157	Medulin	2.671.164	419.823
Novalja	278.993	32.898	Zagreb	2.169.247	1.133.118
Vodice	267.923	60.083	Zadar	2.122.805	569.165
Biograd na moru	259.331	52.128	Funtana	1.998.700	288.491
Rovinj	231.797	78.178	Pula	1.952.141	403.400

Izvor: Hrvatska turistička zajednica (podaci eVisitor)

Ukupno gledano, 27 % komercijalnih turističkih noćenja u razdoblju siječanj – prosinac ostvareno je na temelju turističkog prometa u organiziranom segmentu, dok se 73 % odnosi na individualni segment. U hotelskim smještajnim objektima organizirani segment ostvario je 54 % prometa. Za obiteljski smještaj udjel organiziranog segmenta iznosio je 12 %, a za kampove 27 %.

Vrsta objekta	Organizirano	Individualno
Hoteli	54%	46%
Kampovi	27%	73%
Objekti na OPG-u	12%	88%
Objekti u domaćinstvu	12%	88%
Ostali ugostiteljski objekti	21%	79%
Ostalo	0%	100%
Restorani	1%	99%
Ukupno komercijalni smještaj	27%	73

Izvor: Hrvatska turistička zajednica (podaci eVisitor + integrirano eCrew)

Što se tiče financijskih pokazatelja, prema podacima Hrvatske narodne banke (HNB) u prvih devet mjeseci 2024. godine, prihodi stranih turista iznosili su 13 milijardi i 188,7 milijuna eura što predstavlja rast od 1,7 % u odnosu na isto razdoblje 2023. godine, odnosno prihodovano je 224 milijuna eura više. Prema podacima Porezne uprave u 2024. godini ukupno je u djelatnostima vezanim za turizam fiskalizirano računa u vrijednosti 7 milijardi i 299 milijuna eura, odnosno 11,5 % više nego u istom

razdoblju 2023. godine. Također, u navedenom razdoblju je u tim djelatnostima izdano 431 milijun računa, odnosno 5% više nego u istom razdoblju protekle godine. U 2024. godini na dionicama autocesta pod upravljanjem HAC-a ostvaren je promet od 76.528.869 vozila i naplaćena cestarina u iznosu 496.914.295,28 eura, što predstavlja povećanje prometa od 8 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a naplaćena cestarina veća je za 13 %. Kroz 8 hrvatskih zračnih luka otvorenih za redovni domaći i međunarodni promet, u 2024. godini prošlo je 13.211.777 putnika, čime je postavljen novi rekord u povijesti zračnog prometa u Republici Hrvatskoj. U odnosu na prethodnu, 2023. godinu, u 2024. godini zabilježen je rast od 1.846.883 putnika, čime je postavljen novi godišnji rekord putnika u hrvatskim zračnim lukama, redom su to, prema ostvarenom broju putnika: Zagreb, Split, Dubrovnik, Zadar, Pula, Rijeka, Osijek i Brač. 2024. godina je prva u kojoj su hrvatske zračne luke prešle broj putnika koji su zabilježile u 2019. godini, koja je do sada bila najjača godina u povijesti zračnog prometa u Hrvatskoj. U 2019. godini broj putnika iznosio je 11.482.918, a 2024. godina donosi rast od čak 1.728.859 putnika ili 15,1 % u odnosu na tu rekordnu godinu. Zračne luke poput Zagreba, Splita i Dubrovnika nastavile su bilježiti najveći broj putnika, dok je iznimno dobar rezultat ostvarila i zadarska zračna luka. Pula još uvijek nije prestigla brojke iz 2019. godine, no bilježi rast iz godine u godinu, a pozitivan trend imaju i Brač i Osijek. Najveći broj putnika u 2024. godini zabilježen je tijekom srpnja i kolovoza, kada su hrvatske zračne luke prihvatile i otpremile čak 4 milijuna putnika. Slični rezultati zabilježeni su i u lipnju i rujnu, mjesecima koji također bilježe visoke turističke aktivnosti. U pomorskom prometu, prema prvim dostupnim informacijama, hrvatska brodarska tvrtka Jadrolinija, ujedno i najveći hrvatski putnički brod, je u 2024. godini prevezla 12,6 milijuna putnika i 3,7 milijuna vozila, čime su nadmašeni postavljeni ciljevi za prethodnu godinu te su dosegnute nove rekordne brojke.

Tijekom 2024. godine Splitsko – dalmatinsku županiju je prema podacima iz sustava eVisitor posjetilo 3,8 milijuna gostiju koji su ostvarili 18,5 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 4,1 milijuna dolazaka i 20,7 milijuna noćenja. U 2024. godini u Srednjoj Dalmaciji su najveći broj noćenja sa stranih tržišta ostvarili u komercijalnom smještaju Poljaci (2,3 milijuna), Nijemci (2,2 milijuna), Česi (1,2 milijuna), turisti iz turisti iz BiH (1,2 milijun) i Ujedinjene Kraljevine (1,2 milijun). Najveći broj noćenja u prvih 11 mjeseci ostvaren je u Splitu (3,1 milijun), Makarskoj (1,7 milijuna), Omišu, Baškoj Vodi i Tučepima.

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 27. siječnja 2025., koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), na području grada Splita u razdoblju od siječnja do prosinca 2024. godine ostvareno je 1.050.847 dolazaka i 3.190.921 noćenja, što je 8,77 % više dolazaka, odnosno 4,54 % više noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

Broj dolazaka stranih turista iznosio je 943.521 (indeks 108,54 u usporedbi s 2023. godinom), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 107.326 (indeks 110,83). Promatrajući ostvarena noćenja, ostvareno je 2.951.833 noćenja stranih turista (indeks 104,56), kao i 239.088 noćenja domaćih turista (indeks 104,36). nastavku je prikazan turistički promet za svako naselje na području grada Splita.

Dolasci i noćenja na području grada Splita po naseljima u 2024. godini

Objekt lokacija Naselje	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
Donje Sitno	2.714	2.796	97,07	445	454	98,02
Gornje Sitno	4.822	5.249	91,87	680	653	104,13
Kamen	13.279	12.461	106,56	5.894	5.763	102,27
Slatine	156.397	158.809	98,48	19.231	19.282	99,74
Split	2.745.434	2.596.317	105,74	966.794	879.255	109,96
Srinjine	14.035	13.763	101,98	1.912	1.896	100,84
Stobreč	230.148	240.781	95,58	52.087	55.471	93,90
Žrnovnica	24.092	22.047	109,28	3.804	3.380	112,54
Ukupno	3.190.921	3.052.223	104,54	1.050.847	966.154	108,77

Izvor: sustav eVisitor

Promatrajući turistički promet po mjesecima, najviše noćenja na području grada Splita ostvareno je u kolovozu i srpnju i sveukupno iznosi 1.388.410 noćenja, što čini 43,51 % svih ostvarenih noćenja. Zatim slijede mjeseci lipanj, rujn i svibanj kada je ostvareno sveukupno 1.128.236 noćenja, što čini 35,36 % svih ostvarenih noćenja u 2024. godini.

Promatrajući turistički promet prema tržištima, u razdoblju od siječnja do prosinca 2024. godine na području grada Splita najviše noćenja ostvareno je s tržišta Ujedinjene Kraljevine (337.654 noćenja), SAD-a (323.304 noćenja), Njemačke (270.791 noćenja), Hrvatske (239.088 noćenja), Francuske (213.662 noćenja), Nizozemske (149.886 noćenja), Poljske (131.011 noćenja), Australije (103.288 noćenja), Španjolske (99.895 noćenja) i Italije (90.610 noćenja). Navedena tržišta ostvarila su 61,40 % svih noćenja u 2024. godini.

Noćenja na području grada Splita po mjesecima 2016./2019./2023./2024.

Vrijeme Mjesec	2016		2019		2023		2024	
	Broj noćenja	Udio noćenja	Broj noćenja	Udio noćenja	Broj noćenja	Udio noćenja	Broj noćenja	Udio noćenja
Siječanj	15.997	0,89%	29.357	1,04%	49.182	1,61%	41.608	1,30%
Veljača	22.429	1,25%	33.944	1,20%	46.239	1,51%	45.754	1,43%
Ožujak	37.590	2,10%	54.609	1,93%	77.601	2,54%	77.233	2,42%
Travanj	64.904	3,62%	156.657	5,53%	156.491	5,13%	170.398	5,34%
Svibanj	133.448	7,45%	238.409	8,41%	266.927	8,75%	304.158	9,53%
Lipanj	203.458	11,36%	374.005	13,20%	397.481	13,02%	422.098	13,23%
Srpanj	444.557	24,81%	647.514	22,85%	662.516	21,71%	684.510	21,45%
Kolovoz	480.744	26,83%	674.440	23,80%	686.583	22,49%	703.900	22,06%
Rujan	224.545	12,53%	347.327	12,26%	397.240	13,01%	401.980	12,60%
Listopad	104.006	5,81%	186.558	6,58%	198.590	6,51%	218.738	6,86%
Studen	33.341	1,86%	46.788	1,65%	61.261	2,01%	68.002	2,13%
Prosinac	26.490	1,48%	44.108	1,56%	52.112	1,71%	52.542	1,65%
Ukupno	1.791.509	100,00%	2.833.716	100,00%	3.052.223	100,00%	3.190.921	100,00%

Izvor: sustav eVisitor

Dolasci i noćenja prema zemlji porijekla turista na području grada Splita u 2024. godini - „Top 10“

Država	Dolasci	Usporedba dolasci	Indeks dolasci	Noćenja	Usporedba noćenja	Indeks noćenja
Ujedinjena Kraljevina	98.050	94.027	104,28	337.654	326.580	103,39
SAD	137.596	124.684	110,36	323.304	297.552	108,65
Njemačka	69.581	69.127	100,66	270.791	276.525	97,93
Hrvatska	107.326	96.838	110,83	239.088	229.091	104,36
Francuska	61.569	58.949	104,44	213.662	203.716	104,88
Nizozemska	37.865	38.420	98,56	149.886	164.539	91,09
Poljska	27.046	27.505	98,33	131.011	135.041	97,02
Australija	43.355	48.685	89,05	103.288	116.455	88,69
Španjolska	41.502	32.411	128,05	99.895	78.092	127,92
Italija	32.463	27.126	119,67	90.610	73.418	123,42

Izvor: sustav eVisitor

Što se tiče starosti turista, najviše noćenja u 2024. godini ostvarili su turisti od 25 do 34 godine (705.068 noćenja) i turisti od 18 do 24 godine (660.547 noćenja). U nastavku je dan tablični prikaz dolazaka i noćenja u 2024. godini na području grada Splita prema starosti turista i usporedba s prethodnom godinom.

Dolasci i noćenja na području grada Splita prema starosti turista

Turist Starost	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
0-5	56.761	58.855	96,44	14.379	13.701	104,95
12-17	164.908	157.786	104,51	43.479	39.224	110,85
18-24	660.546	651.006	101,47	173.191	165.948	104,36
25-34	705.068	697.127	101,14	240.541	229.073	105,01
35-44	457.769	432.954	105,73	160.499	145.380	110,40
45-54	423.718	394.378	107,44	151.521	136.159	111,28
55-64	377.896	344.584	109,67	141.694	126.280	112,21
6-11	88.692	85.212	104,08	23.760	21.323	111,43
65-120	255.563	230.321	110,96	101.783	89.066	114,28
Ukupno	3.190.921	3.052.223	104,54	1.050.847	966.154	108,77

Izvor: sustav eVisitor

Promatrajući ostvareni turistički promet prema vrstama objekta, od siječnja do prosinca 2024. godine najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu (1.693.201 noćenja), odnosno 53,06 % ukupno ostvarenih noćenja, te u hotelima (813.134 noćenja), što je 25,48 % ukupno ostvarenih noćenja, a koji bilježe povećanje od 7,69 % u noćenjima u odnosu na prošlu godinu. U nastavku je tablični prikaz ostvarenih noćenja prema vrstama objekta i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Turistički promet (noćenja) na području grada Splita prema vrsti objekta

Objekt Vrsta objekta	Noćenja		Broj noćenja Indeks	Udio noćenja	
	2024.	2023.		2024.	2023.
Hoteli	813.134	755.039	107,69	25,48%	24,74%
Kampovi	139.508	148.284	94,08	4,37%	4,86%
Nekomercijalni smještaj	29.506	28.592	103,20	0,92%	0,94%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	0	10	0,00	0,00%	0,00%
Objekti u domaćinstvu	1.693.201	1.623.469	104,30	53,06%	53,19%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	515.572	496.829	103,77	16,16%	16,28%
Ukupno	3.190.921	3.052.223	104,54	100,00%	100,00%

Izvor: sustav eVisitor

Ostale karakteristike turističkog prometa na području grada Splita u 2024. godini:

- najveće stope rasta noćenja u odnosu na 2023. godinu bilježe se u mjesecima svibanj (rast od 14 %), studeni (rast od 11 %), listopad (rast od 10 %) i travanj (rast od 9 %);
- „Top 10“ tržišta je najviše noćenja ostvarilo u mjesecima srpanj i kolovoz, dok je tržište SAD-a jedina iznimka i najviše noćenja ostvarilo je u mjesecima lipanj i rujan;
- najviše noćenja ostvareno je u objektima kategorije 3 zvjezdice (41,45 % svih noćenja) i 4 zvjezdice (33,86 % svih noćenja);
- najviše noćenja u objektima kategorije 3 zvjezdice ostvarili su turisti u dobi od 18 do 24 godine (357.774), dok su u objektima kategorije 4 zvjezdice najviše noćenja ostvarili turisti u dobi od 25 do 34 godine (224.399), a u objektima kategorije 5 zvjezdica najviše noćenja ostvarili su turisti starosti od 55 do 64 godine;
- turisti u dobi od 65 godina i više bilježe najveće stope rasta dolazaka (+ 14,2 %) i noćenja (+ 11 %) u odnosu na 2023. godinu, a zatim slijede turisti od 55 do 64 godine (12,2 % više dolazaka i 10 % više noćenja), turisti od 45 do 54 godine (11,3 % više dolazaka i 7,4 % više noćenja) te turisti od 35 do 44 godine (10,4 % više dolazaka i 5,7 % više noćenja);
- najviše noćenja u objektima u domaćinstvu ostvarili su turisti u dobi od 18 do 24 godine (454.141) i od 25 do 34 godine (409.477), dok su najviše noćenja u hotelima ostvarili turisti od 55 do 64 godine (149.231) i od 45 do 54 godine (147.227);
- najviše turista u dobi od 18 do 24 godine došlo je iz Ujedinjenje Kraljevine, u dobnim skupinama od 25 do 34 godine, od 55 do 64 godine i 65 godine i više došlo je iz SAD-a, dok je u dobnim skupinama od 35 do 44 godine i od 45 do 54 godine došlo iz Hrvatske;
- najviše noćenja u hotelima ostvarili su turisti iz SAD-a (159.716), Hrvatske (110.834) i Ujedinjene Kraljevine (82.065), zatim u objektima u domaćinstvu turisti iz Ujedinjene Kraljevine (192.470), Francuske (144.767) i Njemačke (138.184), dok su u kampovima najviše noćenja ostvarili turisti iz Njemačke (56.006) i Nizozemske (18.934).

URED DIREKTORICE

Ured direktorice u 2024. godini nastavio je organizirati i rukovoditi radom i poslovanjem Turističkog ureda s ciljem ostvarenja Programa rada i financijskog plana Turističke zajednice grada Splita (TZGS) za 2024. godinu. Ured direktora/ice pripremao je materijale za rad tijela TZGS-a – Turističko vijeće i Skupština. Direktorica je sudjelovala u radu Turističkog vijeća te provodila odluke istog. Direktorica je koordinirala suradnju s Gradom Splitom, Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice (HTZ), Ministarstvom turizma i sporta Republike Hrvatske (MINTS), Institutom za turizam Zagreb i ostalim za turizam značajnim institucijama.

Ured direktorice Turističke zajednice grada Splita aktivno je sudjelovao u strateškim projektima usmjerenima na dugoročni razvoj destinacije i održivi razvoj turizma. Direktorica je sudjelovala u izradi *Akcijskog plana Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita*, organizirajući strateške radionice s ključnim destinacijskim dionicima, koji je daljnja podloga za izradu Plana upravljanja destinacijom Split za razdoblje 2026. – 2029. sukladno novom Zakonu o turizmu. Ured direktorice sudjelovao je na svim sastancima i radionicama za izradu *Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030* te je pružio potporu u provedbi *Terenskog istraživanja stavova i potrošnje turista u gradu Splitu 2024. godini*, koji je sastavni dio novog marketinškog plana destinacije Split. Ured direktorice bio je uključen u izradu *Studije ispitivanja tržišta za izgradnju kongresnog centra u Splitu*, koja je obuhvatila analizu destinacijskih tržišnih i lokacijskih pokazatelja. Ured direktorice pružio je podršku u provedbi primarnog istraživanja Ministarstva turizma i sporta pod nazivom „*Istraživanje strukture izdataka turista koji borave u kućama i stanovima za odmor*” s ciljem uspostave sustava satelitskih računa održivog turizma Republike Hrvatske i sudjelovao u prezentaciji novih javnih elektroničkih usluga razvijenih u sklopu *projekta Hrvatski digitalni turizam – eTurizam*. U sklopu aktivnosti održivog razvoja destinacije, direktorica je sudjelovala na radnim sastancima u vezi sa studijom „*Održivi kruzing turizam u Splitu*” te na radionici „*Jačanje otpornosti turizma na klimatske promjene*” u organizaciji Ministarstva turizma i sporta s ciljem osvješćivanja stručnjaka uključenih u turistički sektor o utjecaju, rizicima i mogućnostima prilagodbe klimatskim promjenama i jačanja otpornost lokalnih zajednica u sektoru turizma. Ured direktorice sudjelovao je na Smart corner Splitsko-dalmatinski u vidu radionice na temu „*Kako kvalitetno prirediti manifestacije i događanja u turizmu*” s ciljem razvoja županije kao kvalitetne i konkurentne turističke destinacije, održivog razvoja kulturnih i prirodnih resursa te podizanju kvalitete turističkih proizvoda i usluga. Također, pružena je podrška organizaciji *radionice poljičice i interpretaciji baštine Poljica* s ciljem da se istraže mogućnosti kako na području TZG Split gostima i građanima kroz metodu interpretacije približiti povijest samostalne Poljičke kneževine.

Direktorica je aktivno sudjelovala na brojnim konferencijama i stručnim skupovima, s ciljem razmjene iskustava te usvajanja novih znanja i iskustava u upravljanju razvojem turizma. Među ključnim događanjima ističu se *Dani hrvatskog turizma, 6. Međunarodni*

kongres o ruralnom turizmu, 10. Međunarodni kongres povijesnih gradova, 3. kongres obiteljskog smještaja, konferencija pod nazivom *'Autentične vrijednosti destinacije'* koju je organizirala Splitsko-dalmatinska županija u sklopu programa *'Ambasador turizma'*, međunarodni turistički forum *International Sinj Tourism Forum 2024*, tematska konferencija o turizmu *„Jesmo li spremni za zaokret“* u organizaciji Slobodne Dalmacije, konferencija *„Pristupačni turizam/Inkluzivni turizam – Održivi turizam“* u organizaciji Ministarstva turizma i sporta, konferencija *„Biram održivost za sigurniju budućnost“*, konferencija *Think Art*, te panel rasprava *„Maslinova ulja kao turistički brend“* i okrugli stol pod nazivom *„Kulturno poduzetništvo i gospodarski razvoj - uz osvrt na francusko iskustvo kulturnih politika i ulogu uprave“*. Također, sudjelovala je u *znanstveno-stručnom kolokviju „Turizam, javno i zajedničko dobro“*, na kojem su razmatrani izazovi upravljanja javnim prostorima u turističkim destinacijama, na konferenciji *„Smart City Split – Urbana mobilnost“*, na kojoj su razmatrane ključne teme vezane za urbanu mobilnost i održivi razvoj gradova, te na znanstveno-stručnom skupu Instituta za turizam na temu *„Budućnost turizma u doba neizvjesnosti“*, na kojem se raspravljalo o geopolitičkim i zdravstvenim prijetnjama, klimatskim promjenama, demografskim trendovima, migracijama, problemima radne u turizmu, upravljanju prostorom i okolišem i utjecaju tehnološkog napretka na turizam. U kontekstu turističke infrastrukture, sudjelovala je na konferenciji *„Modernizacija cestovne i željezničke infrastrukture – pokretači razvoja juga Hrvatske“*, dok je na *26. Kongresu hotelijera* sudjelovala s ciljem pregleda i analize aktualnih trendova u hotelskom poslovanju.

Tijekom 2024. godine, direktorica je sudjelovala u nizu radnih sastanaka s predstavnicima javnog i privatnog sektora s ciljem osnaživanja međuinstitucionalne suradnje u upravljanju razvojem turizma i turističkih tokova te umrežavanja s nositeljima turističke ponude u razvoju proizvoda i inicijativa za održivi razvoj turizma. Ured direktorice sudjelovao je na *koordinacijama turističkih zajednica Splitsko-dalmatinske županije*, na kojem su analizirani tijek turističke sezone, aktivnosti naplate turističke pristojbe i realizacija projekata koje zajednički provode lokalne turističke zajednice na području županije, na sastanku s ministrom turizma i sporta i suradnicima na temu *„Predstavljanje novog zakonskog okvira i podzakonskih akta ključnih za provedbu održivog razvoja hrvatskog turizma“*, na sastancima s predstavnicima drugih jedinica lokalne samouprave na temu organizacije velikih koncerata u gradovima, na koordinaciji s predstavnicima Ministarstva unutarnjih poslova i Policijske uprave Splitsko-dalmatinske županije vezi s provedbom *mjera sigurnosti tijekom turističke sezone 2024. godine*, na sastanku Odbora za sigurnost Splitsko-dalmatinske županije na temu *„Partnerstvo za sigurnu turističku sezonu – prijedlog mjera i radnji u Splitsko-dalmatinskoj županiji“*, te u uspostavi *mobilnog preventivnog centra* od strane policijske uprave Split. Ured direktorice sudjelovao je u brojnim susretima s predstavnicima međunarodnih institucija, među kojima se ističe *sastanak sa Svjetskim savezom za turizam (World Tourism Alliance)*, radni sastanci s delegacijom grada Los Angelesa, predstavnicima Kineske ambasade i pojedinim veleposlanstvima EU država, te sastanak s predstavnicima *konzorcija RP Global, Hystream i H2 Propulsion* u vezi s *projektom H2 Pilot Water Taxi Split*, koji ima za cilj dekarbonizirati pomorski sektor

hrvatskog turizma razvojem i uspostavom brzog, ekološki prihvatljivog vodenog taksija na vodik između centara grada Splita, Trogira, Kaštela i Zračne luke Sv. Jeronima u Splitu, što je TZ grada Splita podržala pismom potpore prema EU i hrvatskim institucijama. Također, direktorica je prisustvovala sjednicama tijela Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije i strukovnih grupacija Hrvatske gospodarske komore – Županijske komore Split, među kojima se ističu sjednica gospodarskog vijeća, sjednica strukovne grupacije hotelijera i sjednica strukovne grupacije ugostiteljskih djelatnosti, te je pružila podršku radu Nacionalne udruge obiteljskih i malih hotela u Splitu povodom 20. obljetnice. Ured direktorice veliku pozornost posvećuje i suradnji s obrazovnim institucijama u turizmu na području grada Splita. Posebno se ističe suradnja s Turističkom-ugostiteljskom školom Split u okviru projekta "*Đir po UNESCO-vom gradu*", odnosno "*Round the city of UNESCO*", čiji je konačni rezultat digitalna razglednica prevedena na pet stranih jezika koju turisti i građani mogu besplatno preuzimati preko QR koda na javnim oglašivačkim površinama, u turističkim informativnim centrima i prostorima Muzeja grada Splita, suradnja s Ekonomskom i upravnom školom Split u okviru projekta "*Kultura, turizam i strukovno obrazovanje*", potpora u provedbi Erasmus+ domaćinstva Pomorske škole Split, te podrška *Danu stručne praske* u organizaciji Ekonomskog fakulteta u Splitu i *Danu karijera* Visoke škole Aspira.

U sklopu drugih aktivnosti destinacijskog marketinga i menadžmenta, direktorica je sudjelovala na turističkim sajmovima (*New York Travel and Adventure Show*, *FITUR Madrid – International Tourism Trade Fair*, *ITB Berlin*, *ATM – Arabian Travel Market*, *WTM – World Travel Market*), u promociji ljetnog reda letenja Zračne luke sv. Jeronim i prezentaciji letova, u realizaciji biciklističkih (*udruženi projekt s turističkim zajednicama Splitske rivijere*) i pješačkih (*Perunova staza - 6 tematsko-povezanih putova na brdu Perun i u naselju Žrnovnica*) staza, u provedbi strateških projekata i marketinških poslovnih suradnji (*suradnja s Croatia Airlines, EasyJet, Jet2holidays, Eurowings, Wizz Air, KLM i Jet2.com*), pružila je potporu destinacijskim dionicima u organizaciji studijskih putovanja inozemnih agenata i u postupku prijave na godišnje hrvatske turističke nagrade koje se dijele na Danima hrvatskog turizma. Dodatno, pružila je i podršku u promociji gastronomskih projekata poput *Dalmatinske marende*, koja je predstavljena na tržištu Češke, u Pragu, monografije „*Croatian Cuisine*“ te u promociji gastronomsko-kulturnog projekta „*Meštrovićev pjat kod Dujke*“, zajednički projekt konobe Dujkin dvor i Muzeja Ivana Meštrovića u Splitu. Također je podržala *projekt Camino Srednja Dalmacija*, koji se bavi razvojem sadržaja vjerskog turizma na području županije, te sudjelovala na *B2B susretu* u organizaciji Veleposlanstva Austrije, usmjerenom na poslovno umrežavanje. U cilju jačanja svijesti o odgovornom turizmu, promovirana je kampanja „*Odgovorno ljetovanje*“ Ravnateljstva civilne zaštite Ministarstva unutarnjih poslova. Ured direktorice u suradnji s platformom Expedia organizirao je besplatni webinar namijenjen hotelijerima pod nazivom "*Optimizacija cijena putem Rev+ alata*" s ciljem poboljšanja upravljanja cijenama kroz korištenje Rev+ alata. Pružena je i podrška turističkim vodičima grada Splita za sudjelovanje u programu *Interpretatori baštine – generacija 2024/2025*, u okviru Dalmatia

Storytelling Destination programa, s ciljem razvoja tematskih razgleda koji će dodatno valorizirati kulturne resurse i promicati baštinu specifičnu za grad Split.

Ured direktorice pružio je podršku i sudjelovao u organizaciji brojnih manifestacija koje doprinose promociji Splita kao atraktivne turističke destinacije i jačanju turističke ponude, a pružena je potpora i drugim događanjima, kongresima i skupovima u destinaciji i okruženju destinacije. Među najznačajnijim manifestacijama su Splitski krnjeval, 24. Split Marathon, Wine EnoGASTRO VIP event, Festival nordijskog hodanja i pješačenja u Splitu (Park-šuma Marjan), 47. Praznik cvijeća – Marulićev cvit, 17. Festival pričanja priča – Pričigin, Festival Vina Dalmacije, Vinski podrum – 10. festival vina i delicija, 19. međunarodni kulinarski festival "Biser mora" (Supetar), Sudamja, 22. Međunarodna veslačka regata Sv. Duje, izložba povodom obilježavanja 100 godina Salona Galić 1924.-2024., Teatar uz more, Međunarodno sveučilišno startup natjecanje - STup!2024, Festival mediteranskog filma Split, Splitski festival – Festival zabavne glazbe Split, Ultra Europe, Splitsko ljeto, 4 ljetne noćne izložbe pasa – 4 Summer Night Shoes, FISU - Svjetsko sveučilišno prvenstvo u Cheerleadingu, Piano Loop Festival, Štorije Dioklecijana, Peristil Vibrez festival, Ljetne čari klasične glazbe, Splitski litnji koluri, Splitski festival jedrenja, Wine & Walk Underground, Štorije o' spize – Mjesec gastronomije, Place Market, Split at Night Jazz Festival, 1. strukovni sajam CROYA Charter Show – B2B sajam luksuznih jahti s posadom, 12. Međunarodni festival Taste the Mediterranean, Splitska bicikljada, 26. Marjanski đir – Splitski triatlon, Dani klasične gitare Split, Međunarodni festival arheološkog filma, Advent u Splitu 2024./2025., Gastroadvent, 21. Božićno-novogodišnja utrka. Neki od istaknutijih kongresa, konferencija i poslovnih skupova koje je Ured direktorice podržao u organizaciji su SCOSYM Split 2024 – 5. Internacionalni ScoSym simpozij, 2024 IECEx International Conference, 40. Hrvatska proljetna pedijatrijska škola, međunarodna EU PESCO (Permanent Structured Cooperation) radionica pod nazivom „Network of Logistics Hubs in Europe and Support to Operations“, 2. Hrvatski kongres medicine životnog stila s međunarodnim sudjelovanjem – “Od teorije do prakse”, Simpozij XVIII. Mediteranski korijeni filozofije, 13. ISABS (International Society for Applied Biological Sciences) konferencija, 20. Europska konferencija o znanosti i teologiji, 4. međunarodna DARIAH-HR konferencija “Digital Humanities & Heritage”, Međunarodni oftalmološki simpozij „Edem makule“, 35. Međunarodni znanstveni i stručni kongres FICE International, Međunarodni kongres Cytopathology Updates, Međunarodna konferencija „Misija Europe u svjetskom poretku mira“.

Ured direktorice Turističke zajednice grada Splita u 2024. godini aktivno je sudjelovao u brojnim strateškim projektima, konferencijama, radnim sastancima i manifestacijama koje doprinose razvoju i promociji Splita kao atraktivne turističke destinacije. Fokus je bio na održivom razvoju turizma, jačanju destinacijskog marketinga, međunarodnoj suradnji te unaprjeđenju turističke infrastrukture i ponude. Kroz sudjelovanje u ključnim inicijativama i partnerstvima, dodatno je osnažen položaj Splita kao jedne od najprivlačnijih turističkih destinacija u regiji.

OSTVARENI PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA

U nastavku je prikazan pregled ukupnih ostvarenih prihoda u 2024. godini.

		PRIHODI	Plan 2024.	Replan 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks Relizacija/ Replan
1.		Izvorni prihodi	2.385.830	2.366.508	3.355.640	84,12 %	142
	1.1.	Turistička pristojba	1.310.000	1.330.000	1.917.899	48,08 %	144
	1.2.	Članarina	1.075.830	1.036.508	1.437.741	36,04 %	139
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	530.000	570.000	568.099	14,24 %	105
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	1.500	1.500	8.300	0,21 %	553
4.		Prihodi iz EU fondova	30.400	30.400	48.899	1,23 %	161
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	9.300	8.300	8.282	0,21 %	100
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0	0	0	0,00 %	
7.		Ostali prihodi	16	7	12	0,00 %	171
		SVEUKUPNO	2.957.046	2.976.715	3.989.232	100,00%	134

Polazne osnove za planiranje i ostvarenje 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 i područne (regionalne) samouprave,
- prihodi od drugih aktivnosti (sufinanciranja višeg i nižeg ustroja turističkih zajednica),
- fondova Europske unije i drugih fondova.

Godišnjim programom rada i financijskom planom Turističke zajednice grada Splita za 2024. godinu ukupni prihodi bili su planirani u iznosu od 2.957.046 eura. Na sjednicama Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita usvojen je rebalans

financijskog plana za 2024. godinu kojim je planirano povećanje prihoda od turističke pristojbe i prihoda iz proračuna Grada Splita i smanjenje prihoda od turističke članarine, od gospodarske djelatnosti i ostalih prihoda, te su godišnji ukupni prihodi planirani u iznosu od 2.976.715 eura.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2024. godine ostvareno je 3.989.232 eura ukupnih prihoda, što je za 34 % više u odnosu na ukupni prihod planiran rebalansom godišnjeg plana. U strukturi ukupno ostvarenih prihoda najveći udio u 2024. godini čine Izvorni prihodi – turistička pristojba i članarina - s udjelom od 84,12 %, koji se sastoje od prihoda od turističke pristojbe s udjelom od 48,08 % te prihodi od članarine s udjelom od 36,04 %.

2.1. Izvorni prihodi – turistička pristojba

Prihodi od turističke pristojbe plaćaju se na temelju Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi. Turističke zajednice turističku pristojbu koriste za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada. U 2024. godini ostvareno je 19,27% više prihoda od turističke pristojbe u odnosu na prošlu godinu prvenstveno zbog rasta turističkog prometa i otvaranja novih smještajnih objekata. Turistička zajednica grada Splita planirala je prihode od turističke pristojbe za 2024. godinu u iznosu od 1.310.000 eura, dok je rebalansom financijskog plana prihode od turističke pristojbe planirala u iznosu od 1.330.000 eura, a ostvareni su prihodi u iznosu od 1.917.899 eura, što predstavlja povećanje za 46,04 % u odnosu na planirana sredstva po osnovi turističke pristojbe, tj. povećanje od 44 % u odnosu na planirana sredstva rebalansom financijskog plana. Od ostvarenih ukupnih prihoda, 1.720.946 eura se odnosi na turističku pristojbu – paušal i po noćenju, a 196.953 eura na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom turističkom prometu. Prihodi od turističke pristojbe sudjeluju s 48,08 % udjela u ukupno ostvarenim prihodima u 2024. godini.

Neuplaćeni dio duga iz prethodnih razdoblja za područje grada Splita, te sukladno tome i potraživanja po osnovi turističke pristojbe za Turističku zajednicu grada Splita, iznosi neto 475.138 eura.

Realizacija prihoda od turističke pristojbe: 1.917.899 eura

2.2. Izvorni prihodi – članarina

Prihodi od članarine plaćaju se temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te temeljem Zakona o članarinama u turističkim zajednicama. 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. U 2024. godini ostvareno je 70 % više prihoda od članarine u odnosu na prošlu godinu zbog više ostvarenih prihoda gospodarskih djelatnosti koje su obveznici plaćanja turističke članarine te bolje fiskalizacije i kontrole izdavanja računa. Turistička zajednica grada Splita je rebalansom financijskog plana za 2024. godinu planirala prihode od članarine u iznosu od 1.036.508 eura, a ostvareni su prihodi u iznosu od 1.437.741 eura, što predstavlja povećanje za 39 % u odnosu na sredstva planirana rebalansom financijskog plana. Prihodi od članarine sudjeluju s 36,04 % udjela u ukupno ostvarenim prihodima u 2024. godini.

Realizacija prihoda od članarine: 1.437.741 eura

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

Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna ostvareni su u iznosu od 568.099 eura, a odnose se na namjenske prihode iz proračuna Grada Splita za organizaciju gradskih manifestacija. Prihodi su ostvareni na temelju zajedničkog programa Turističke zajednice grada Splita i Grada Splita koji se odnosi na utrošak dijela sredstava turističke pristojbe namijenjenih poboljšanju uvjeta boravka turista, koje Grad Split ostvaruje sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi. Razlika između planiranih prihoda od 570.000 eura i ostvarenih prihoda od 568.099 eura rezultat je načina knjiženja prema Zakonu o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija. Prihodi za organizaciju adventskog programa – koncerta za doček Nove 2024. godine – knjiže se prema datumu nastanka te su u poslovne knjige za 2024.

godinu evidentirani prihodi za adventski program u razdoblju od 1. do 6. siječnja 2024. u iznosu od 59.278,56 eura, kao i prihodi za adventski program u razdoblju od 30. studenog do 31. prosinca 2024. u iznosu od 168.820,92 eura, dok će se dio prihoda u iznosu od 61.179,08 eura, koji se odnosi na koncert za doček Nove 2025. godine održan nakon ponoći, knjižiti u poslovne knjige za 2025. godinu. Time je razlika u ostvarenim i planiranim prihodima isključivo posljedica pravilne primjene kriterija priznavanja prihoda prema važećim računovodstvenim propisima.

Realizacija prihoda iz proračuna grada je 568.099 eura prema sljedećoj strukturi:

- Prihod za organizaciju adventskog programa u razdoblju od 1. do 6. siječnja 2024. – 59.278,56 eura;
- Prihod za sufinanciranje manifestacije Praznik cvijeća – 25.000,00 eura;
- Prihod za organizaciju manifestacije Sudamja – 180.000,00 eura;
- Prihod za sufinanciranje manifestacije Festival zabavne glazbe Split (Splitski festival) – 135.000,00 eura;
- Prihod za organizaciju adventskog programa u razdoblju od 30. studenog do 31. prosinca 2024. - 168.820,92 eura.

2.4. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prihodi od sustava turističkih zajednica ostvareni su u iznosu od 8.300 eura, a odnose se na namjenske prihode od Turističke zajednice Splitsko dalmatinske županije za izradu mape pješačke staze Perun u iznosu od 3.000 eura i za akciju čišćenja podmorja u iznosu od 2.600 eura te namjenske prihode od Turističke zajednice općine Podstrana za projekt razvoja cikloturizma na području grada Splita u iznosu od 2.700 eura.

Realizacija prihoda od sustava turističkih zajednica:

- Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije – 5.600 eura
- Turistička zajednica općine Podstrana – 2.700 eura

2.5. Prihodi iz EU fondova

Prihodi od EU fondova ostvareni su u iznosu od 48.899 eura, a odnose se na prihode od partnerstva u EU projektu Palača života - grad mijenja, koji provodi Grad Split u suradnji s Muzejom grada Splita i Turističkom zajednicom grada Splita.

Realizacija prihoda iz EU fondova:

- Partner Grad Split – 48.899 eura

2.6. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Prihodi od gospodarske djelatnosti ostvareni su u iznosu od 8.282 eura, a odnose se na prihode od prodaje oglasnog prostora na gradskim mapama u iznosu od 4.300 eura i prihode od zakupa poslovnog prostora za bankomat Privredne banke Zagreb (PBZ) u iznosu od 3.982 eura.

Realizacija prihoda od gospodarske djelatnosti:

- Prodaja oglasnog prostora na mapama – 4.300 eura
- Zakup poslovnog prostora – 3.982 eura

2.7. Ostali prihodi

Ostali prihodi ostvareni su u iznosu od 12 eura a odnose se na prihod od kamate na depozite.

Realizacija ostalih prihoda – 12 eura

AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Turistička zajednica grada Splita je u 2022. godini izradila Studiju turističkog prihvatnog/nosivog kapaciteta grada Splita kako bi time osigurala što kvalitetniju platformu za informirano upravljanje održivim razvojem turizma u budućnosti. Studija turističkog nosivog kapaciteta obuhvaća analitički blok u kojem su sagledani odabrani ekonomski, prostorni, fizički i socio-kulturni pokazatelji utjecaja turizma na lokalnu zajednicu te se potom ukazalo na saznanja o 'kritičnim faktorima' turističkog razvoja Grada. U skladu s metodologijom 'granica prihvatljive promjene', odnosno preporukom zoniranja velikih prostornih cjelina u manje, analiza turističkog nosivog kapaciteta grada Splita rađena je na razini manjih, homogenijih zona uvjetovanih administrativnim ustrojem, prostornim tipologijama, razinom turističke aktivnosti i različitosti turističkih iskustava. Dokument predstavlja ekspertni 'pogled sa strane' i, sukladno preporučenim koracima njegove daljnje razrade, podložen je daljnjem konzultativnom procesu s dionicima te mogućim usklađivanjima. U tom smislu Turistička zajednica grada Splita je u drugoj polovici 2023. godine ugovorila s Institutom za turizam izradu dokumenta *Usuglašavanje Studije turističkog nosivog/prihvatnog kapaciteta grada Splita i izrada akcijskog plana*, čija je prva faza realizirana do kraja 2023. a druga u prvoj polovici 2024. godine.

- **Usuglašavanje Studije turističkog nosivog/prihvatnog kapaciteta grada Splita i izrada akcijskog plana (2. faza)**

Cilj ovog projekta je transformacija Studije turističkog prihvatnog/nosivog kapaciteta grada Splita u operativni dokument upravljanja turističkim nosivim kapacitetom grada Splita koji je podržan od ključnih razvojnih dionika turizma i usklađen s akcijskim planom Strategije razvoja grada do 2030 godine. Ovaj dokument predstavlja podlogu za daljnju izradu Plana upravljanja destinacijom za razdoblje 2026. – 2029., što je propisana obveza sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23).

Metodološki pristup izradi ovog strateškog dokumenta obuhvaćao je:

- 1) Proces valorizacije Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita

Aktivnost je uključivala provedbu strateških radionica s predstavnicima stanovnika, turističkog gospodarstva, gradske uprave i gradskih poduzeća, ali i institucija nadležnih za zaštitu prirodne i kulturne baštine te neprofitnih organizacija uključenih u destinacijski lanac vrijednosti na kojima se detaljno raspravljalo o metodološkom okviru Studije turističkog prihvatnog/nosivog kapaciteta grada Splita, ocjenjivala prihvatljivost postavljenih standarda iz perspektive lokalne zajednice/dionika razvoja turizma, te utvrđivali i mjerili postavljeni pokazatelji nosivog kapaciteta (na temelju raspoloživih podataka). Iako je inicijalno bilo predviđeno formiranje do četiri skupine

dionika, tijekom procesa usuglašavanja Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita i pripreme Akcijskog plana, odlučeno je formirati tri skupine dionika. Ova prilagodba provedena je radi lakše operacionalizacije procesa i osiguranja učinkovitije razmjene stavova među ključnim akterima u destinacijskom lancu vrijednosti. Strateške radionice održane su u siječnju 2024. godine, a sudjelovale su sljedeće tri skupine dionika:

- *Prva skupina*: predstavnici gradskih kotareva (predstavnici građana), predstavnici udruga i neprofitnih organizacija;
- *Druga skupina*: predstavnici turističkog gospodarstva (poduzetnici), predstavnici strukovnih udruženja te predstavnici akademske i znanstvene zajednice;
- *Treća skupina*: predstavnici javne vlasti, državnih institucija i tvrtki, županijskih i gradskih upravnih odjela te gradskih poduzeća.

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

Na temelju provedenog procesa usklađivanja zaključaka Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita i zaključaka sa strateških radionica, Institut za turizam izradio je akcijski plan koji, za prepoznate kritične faktore održivog razvoja turizma grada Splita i njegovog turističkog nosivog kapaciteta, razrađuje prijedlog aktivnosti koji za svaku aktivnost uključuje naziv i opis aktivnosti, odgovornu instituciju, razdoblje realizacije, potrebne resurse, pretpostavke provedbe te pokazatelje realizacije.

3) Prihvatanje akcijskog plana

Aktivnost je uključila provedbu strateške radionice u travnju 2024. sa sve tri skupine dionika, tj. s predstavnicima stanovnika, turističkog gospodarstva, javne vlasti, gradske uprave i gradskih poduzeća, ali i institucija nadležnih za zaštitu prirodne i kulturne baštine te neprofitnih organizacija uključenih u destinacijski lanac vrijednosti na kojima se raspravljao i korigirao prijedlog akcijskog plana. Dodatno, nakon provedene radionice, putem elektroničke komunikacije provedeni su konzultativni procesi u vezi s prijedlogom akcijskog plana sa svim drugim relevantnim dionicima koji nisu imali priliku ili mogli sudjelovati na strateškim radionicama, te su svi komentari, prijedlozi izmjena i nedostaci dostavljeni izrađivaču na ispravak i izradu konačne verzije dokumenta.

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

Institut za turizam je u svibnju 2024. izradio konačnu verziju dokumenta kao integralni iskaz provedenog konzultativnog procesa.

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

Na realizaciju aktivnosti izrade Akcijskog plana Studije turističkog nosivog/prihvatnog kapaciteta grada Splita u 2. fazi utrošeno je ukupno 8.589,15 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak izrade dokumenta Usuglašavanje Studije turističkog prihvatnog/nosivog kapaciteta grada Splita s akcijskim planom (2. faza, angažman stručnjaka) – 8.000,00 eura;
- Trošak hrane i pića za sudionike strateških radionica – 589,15 eura.

• Strateški marketinški i operativni plan razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030.

Turistička zajednica grada Splita je u travnju 2024. godini pokrenula izradu novog Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. - 2030. godine. Cijeli proces izrade ovog dokumenta traje godinu dana (do travnja 2025. godine) 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. obuhvaća:

- 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 strateških radionica, tematskih fokus grupa i provedbu do najmanje 20 dubinskih intervjua s relevantnim dionicima iz domene javnog, privatnog i civilnog sektora grada Splita;
- 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 putem dubinskih intervjua;
- predstavljanje cjelovitog dokumenta stručnoj javnosti, medijima i lokalnom stanovništvu na javnoj prezentaciji.

Na temelju zakonskog okvira i formalnih zadaća/ ingerencija Turističke zajednice grada Splita, strateškog okvira koji je definirao djelovanje Hrvatske turističke zajednice (HTZ) u razdoblju 2023.-2027. (*Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023. – 2027.*), strateškog okvira koji je definirao djelovanje Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije u razdoblju 2017.-2027. (*Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017-2027) sa strateškim i operativnim planom*

marketinga), strateškog okvira koji je definirao razvoj grada Splita do 2030. godine (*Strategija razvoja grada Splita do 2030. godine*), dosadašnjih postignuća turističkog sektora Splita, aktualnih tržišnih okolnosti te očekivane evolucije tržišnog okruženja, Strateškim marketinškim i operativnim planom razvoja turizma grada Splita za predstojeće programsko razdoblje obuhvatit će se četiri temeljne cjeline:

- ❖ Analitička osnova,
- ❖ Strateški okvir,
- ❖ (Re)definiranje brenda turizma grada Splita i krovnog komunikacijskog koncepta i
- ❖ Operativne marketinške aktivnosti i implementacijski planovi.

U 2024. godini realizirane su sljedeće aktivnosti u okviru izrade Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030.:

- provedeno je primarno istraživanje relevantnih dionika (lokalnog stanovništva) o turizmu i tržišnom pozicioniraju (brendiranju) destinacije Split metodom dubinskog intervjua;
- održane su dvije strateške radionice (lipanj i listopad) s ključnim dionicima turizma grada Splita, tj. s predstavnicima stanovnika, turističkog gospodarstva, gradske uprave i gradskih poduzeća;
- provedeno je terensko istraživanje stavova i potrošnje turista u gradu Splitu u razdoblju predsezona (352 ispitanika), sezone (491 ispitanik) i posezone (401 ispitanik) 2024. godine metodom osobnog intervjua uz pomoć obučanih anketara i računala/tableta (tzv. CAPI metoda ili *computer aided personal interview*) na temelju strukturiranog upitnika prevedenog na nekoliko stranih jezika sukladno strukturi turističke potražnje;
- izrađen je 1. fazni izvještaj *Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030. – Analitička osnova*, koji obuhvaća analizu dosadašnjih turističkih postignuća grada Splita, analizu resursne i atrakcijske osnove grada Splita, rezultate primarnog istraživanja stavova i potrošnje turista u gradu Splitu i analizu tržišnih perspektiva za destinaciju Split;
- izrađen je 2. fazni izvještaj *Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030. – Strateški okvir*, koji obuhvaća stratešku marketinšku viziju i ciljeve, definiranje ciljnih tržišnih segmenata, definiranje ciljnih tržišta, definiranje tržišnog pozicioniranja, turističke proizvode i tržišne prioritete, strateško marketinško djelovanje na domaćem i stranom tržištu i strateške smjernice za postizanje sinergije u marketinškom djelovanju različitih dionika u turističkom sektoru Splita.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i zajednica ponuditelja
Institut za turizam Zagreb i Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu

Na realizaciju aktivnosti izrade Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030. (1. i 2 fazni izvještaj) utrošeno je ukupno 63.269,38 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak izrade 1. i 2. faznog izvještaja Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030., angažman stručnjaka Instituta za turizam Zagreb - 32.083,82 eura;
- Trošak izrade 1. i 2. faznog izvještaja Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030., angažman stručnjaka Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Splitu – 10.728,88 eura;
- Trošak provedbe terenskog/primarnog istraživanja stavova i potrošnje turista u gradu Splitu u razdoblju predsezona, sezone i posezone 2024. godine – 20.457,30 eura.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

S obzirom na to da su troškovi terenskog istraživanja stavova i potrošnje turista u gradu Splitu u razdoblju predsezona, sezone i posezone 2024. godine integrirani u ukupne troškove izrade Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030., u 2024. godini nisu planirane ni provedene aktivnosti istraživanja i analize tržišta.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti u 2024. godini obuhvatilo je sustavno i kontinuirano praćenje online sadržaja u medijima, s posebnim naglaskom na objave koje se odnose na projekte i aktivnosti Turističke zajednice grada Splita, kao i na publikacije vezane uz širu tematiku turizma u gradu. Uz to, provedena je detaljna evaluacija učinkovitosti provedenih promotivnih online kampanja, čime su omogućena pravovremena prilagodba i optimizacija komunikacijskih strategija. Glavni cilj ovih aktivnosti bio je unaprijediti sustavni pristup promociji destinacije, osnažiti digitalnu prisutnost Splita te osigurati da promotivni alati budu u skladu s dinamičnim trendovima tržišta i potrebama ciljanih segmenata posjetitelja.

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

Na realizaciju aktivnosti mjerenja učinkovitosti promotivnih aktivnosti utrošeno je ukupno 2.564,50 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak aplikacije za praćenje online medija (Mediatoolkit) – 1.237,50 eura;
- Trošak analize učinkovitosti online oglašavanja – 1.327,00 eura.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

- **Projekt IQM Destination Split**

Projekt IQM Destination (*Integrated Quality Management*) predstavlja sustav integriranog upravljanja kvalitetom destinacije. Ovaj sustav upravljanja kvalitetom konceptualno je postavljen na način da potiče kontrolirani i kontinuirani napredak u proizvodima i uslugama destinacije. Koncept IQM Destination projekta prilagođen je potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom. Provedene aktivnosti u okviru projekta IQM Destination Split u 2024. godini uključuju:

- mjerenje kvalitete i online reputacije destinacije Split kroz analizu recenzija i osvrta koje turisti ostavljaju na relevantnim rezervacijskim platformama i mrežnim stranicama o svim segmentima turističke ponude (promet, atrakcije, smještaj, ponuda doživljaja i sl.),
- mjerenje kvalitete i online reputacije za više od 300 dionika na području grada Splita koji su podijeljeni po grupama (hoteli, ugostiteljski objekti – restorani, konobe, zalogajnice, turističke agencije, muzejske i druge kulturne ustanove, atrakcije, javna infrastruktura – plaže, trgovci, prometni punktovi, tržnice, javni prijevoz i sl.),
- provedbu individualne analize i mjerenja kvalitete i online reputacije za svakog prijavljenog dionika (više od 40 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.).

U nastavku su prikazani glavni nalazi izvještaja online reputacije (reputation management) destinacije Split za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2024. godine.

Prema podacima iz 2024. godine, turisti su kvalitetu turističke ponude Splita (bez ugostiteljskih objekata) ocijenili s 90,9/100, na temelju 77.921 recenzije. Uspoređujući ove rezultate s prethodnom godinom, kada je ocjena iznosila 91,1/100 na temelju više od 82.600 recenzija, bilježi se blagi pad u broju recenzija i ukupnoj ocjeni. Snaga brenda (Overall Score) u 2024. iznosi 87,7/100. Ključan izazov ostaje održavanje konzistentne razine kvalitete usluge tijekom cijele godine, posebno u razdobljima visoke potražnje, kako bi se minimizirale oscilacije u zadovoljstvu gostiju.

U 2024. godini hoteli u Splitu zadržali su visoku razinu kvalitete, s prosječnom ocjenom gostiju od 87,6/100, na temelju 23.166 recenzija. Posebno pozitivno ističe se rast stope odgovaranja na recenzije, koja je u 2024. godini dosegla 52 %, što je 8 % više nego prethodne godine. Taj napredak pokazuje sve veću posvećenost hotelijera aktivnoj komunikaciji s gostima, a daljnjim angažmanom moguće je doseći cilj od 80 %.

U 2024. godini kvaliteta hostela u Splitu ocijenjena je s 85/100, što predstavlja blagi rast u odnosu na 2023. godinu kada je ocjena iznosila 84,8/100. Snaga brenda također bilježi pozitivan trend, povećavši se na 83,4/100, u odnosu na 82,7/100 iz prethodne godine. Ukupan broj recenzija iznosi 4.846, što je 19 % manje nego u 2023. godini. Vidljiv je blagi porast stope odgovaranja, koja sada iznosi 8 %. Ovaj pozitivan pomak pokazuje rast svijesti o važnosti interakcije s gostima, no još uvijek postoji značajan prostor za daljnje unaprjeđenje kako bi se postigao veći angažman i poboljšala percepcija destinacije.

Smještaj u domaćinstvu u 2024. godini zadržao je visoku razinu kvalitete, s ocjenom 91,9/100, što je identično rezultatu iz 2023. godine. Snaga brenda također ostaje stabilna na 91,7/100, potvrđujući kontinuirano visoku percepciju gostiju. Ukupan broj recenzija iznosi 6.915, što je skoro 10 % manje nego u 2023. godini kada ih je bilo 7.649. Stopa odgovaranja na recenzije porasla je na 25 %, što je pozitivan pomak, ali i dalje postoji prostor za poboljšanje.

Ugostiteljski objekti u Splitu u 2024. godini zadržali su vrlo visoku razinu kvalitete, s prosječnom ocjenom 88,7/100, što predstavlja rast od 0,6 % u odnosu na 2023. godinu. Ukupan broj recenzija povećao se za 4,83 %, te iznosi 45.340 recenzija, naspram 43.253 u 2023. godini. Stopa odgovaranja na recenzije iznosi 24 %, što predstavlja blagi rast i ukazuje na sve veću svijest o važnosti interakcije s gostima. Snaga brenda ostaje stabilna, 86,27/100. Kako bi se zadržao ovaj pozitivan trend i dodatno unaprijedila percepcija kvalitete, ključno je održati visoke standarde usluge tijekom glavne sezone te aktivno raditi na smanjenju oscilacija u zadovoljstvu gostiju.

Turističke agencije u Splitu i dalje održavaju vrlo visoku razinu kvalitete, s prosječnom ocjenom 96,40/100 u 2024. godini, što je blago smanjenje u odnosu na 2023. kada je iznosila 96,97/100. Ukupan broj recenzija porastao je za gotovo 7 %, dosegnuvši 20.720, dok ih je u 2023. bilo 19.429. Snaga brenda iznosi 85,72/100, što je pad od 3 % u odnosu na prošlu godinu (88,72/100). Iako kvaliteta usluge ostaje iznimno visoka, stopa odgovaranja na recenzije pala je na 39 %, što je značajan pad u odnosu na 74 % iz 2023. godine. Turističke agencije i dalje uspješno posluju bez pada u vršnim razdobljima, a povećan broj recenzija potvrđuje njihovu konstantnu prisutnost i angažman. Kako bi se dodatno ojačala njihova reputacija, potrebno je potaknuti veći angažman u odgovaranju na recenzije te raditi na podizanju stope odgovaranja na recenzije. Zanimljivo je napomenuti da turističke agencije nisu imale pad kvalitete u glavnoj sezoni, što je vrlo često u svim obalnim destinacijama.

Atrakcije u Splitu u 2024. godini zadržale su iznimno visoku razinu kvalitete, s prosječnom ocjenom 93,7/100, što je gotovo identično rezultatu iz 2023. godine. Snaga brenda bilježi blagi rast dosegivši 91,8/100. Ukupan broj recenzija u 2024. godini iznosi 13.505, što je 30 % manje nego u 2023. godini, kada ih je bilo 19.512. Kako bi se potaknulo goste na pisanje recenzija, bilo bi korisno postaviti vidljive pozive na ocjenjivanje unutar samih atrakcija. Također, potrebno je dodatno aktivirati proces odgovaranja na recenzije, čime bi se poboljšalo upravljanje online reputacijom. Iako su rezultati i dalje na visokoj razini, potrebno je dodatno potaknuti dionike da aktivno rade na povećanju broja recenzija i redovitom odgovaranju na njih. Transparentna i pravovremena komunikacija s gostima doprinosi jačanju povjerenja i pozitivnoj percepciji destinacije.

Plaže u Splitu u 2024. godini bilježe blagi pad u ocjeni kvalitete, koja iznosi 84,4/100, što je 2,9 % manje u odnosu na 2023. godinu. Snaga brenda također je u padu, iznosi 84,5/100, dok je u 2023. godini iznosila 87,6/100. Ukupan broj recenzija ostao je na sličnoj razini, s više od 1.215 recenzija u 2024. godini. Kako bi se poboljšala percepcija kvalitete plaža i dobile detaljnije povratne informacije, preporučuje se postavljanje vidljivih poziva na ocjenjivanje. Na temelju tih podataka moguće je identificirati ključna područja za daljnje unaprjeđenje i poboljšanje iskustva gostiju.

Javna infrastruktura u Splitu u 2024. godini bilježi blagi pad u zadovoljstvu gostiju, s prosječnom ocjenom 84,3/100. Snaga brenda u 2024. godini iznosi 77,93/100 u 2024., dok je u 2023. godini iznosila 80,4/100. Ukupan broj recenzija značajno je opao, sa 7.101 recenzijom u 2024., što je 26,06 % manje u odnosu na 2023. godinu, kada ih je bilo 9.604. Također, trenutno ne postoji sustav odgovaranja na recenzije, što otežava komunikaciju s gostima i mogućnost proaktivnog unaprjeđenja infrastrukture.

Rezultati IQM Destination projekta u 2024. godini pokazuju da Split ne samo da održava visoku razinu kvalitete, već i kontinuirano unaprjeđuje komunikaciju s gostima, što je ključan faktor u jačanju online reputacije. Sve veći angažman dionika u odgovaranju na mišljenja gostiju potvrđuje posvećenost kvaliteti i stalnom poboljšavanju usluge, a iznimno visoke ocjene pokazuju da Split ostaje jedna od vodećih destinacija kada je riječ o zadovoljstvu gostiju i percepciji kvalitete turističke ponude.

Ostvareni cilj aktivnosti projekta IQM Destination Split je sustavno podizanje kvalitete usluga u brojnim segmentima ponude u turističkoj destinaciji, jačanje kapaciteta turističkih djelatnika i svih subjekata koji su umreženi u turizmu destinacije, unaprjeđenje pozicioniranja i brendiranja destinacije, mjerenje trenutne razine kvalitete i težnja napretku u inovacijama, te osnaživanje ukupnog brenda destinacije.

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)

Na realizaciju aktivnosti projekta IQM Destination Split utrošeno je ukupno 20.000,00 eura.

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

U 2024. godini nastavljena je provedba aktivnosti u okviru projekta razvoja biciklističkog proizvoda na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, lokalnim turističkim zajednicama na području Splitske rivijere (Kaštela, Omiš, Dugi rat, Marina, Trogir, Okrug, Šolta, Podstrana, Solin i Seget) i tvrtkom Top Sport Events. Riječ je o projektu koji obuhvaća više područja djelovanja turističkih zajednica unutar Splitsko-dalmatinske županije te uključuje koordinaciju s lokalnim samoupravama i drugim nadležnim županijskim i državnim institucijama. U ovoj godini provedene su sljedeće aktivnosti u okviru ovog projekta: označavanje biciklističkih family & trekking staza, ishodovanje suglasnosti za postavljanje signalizacije na cestovnim stazama, analiza postojeće ponude i proizvoda za bicikliste u hotelskim kompanijama / obiteljskim hotelima / definiranim privatnim iznajmljivačima te prijedlog njihovog uključenja u bike projekt Splitske rivijere, analiza biciklističkih evenata i prijedlog organizacije novih evenata u destinaciji, biciklističke karte (MTB staze i Cestovne / Family-Trekking staze) - priprema za tisak i za web, objava biciklističkih staza MTB i Cestovne / Family & Trekking na mrežnim stranicama svih turističkih zajednica koje sudjeluju u projektu, grafičko oblikovanje prezentacijske brošure bike Splitske rivijere (priprema za web i tisak na HR, IT, DE, EN jezicima), izrada prijedloga pozicija za postavljanje informativnih tabli za bicikliste, promocija biciklističkog proizvoda Splitske rivijere (aktivnosti kojima koordinira Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije), te organizacija informativne edukacije o održavanju biciklističkih staza i signalizacije za nositelje/izvođače radova.

Ostvareni cilj ove aktivnosti je valorizacija sportske infrastruktura na području Splitske rivijere, odnosno razvoj i unaprjeđenje biciklističkog proizvoda na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica Splitsko- dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita, turističke zajednice Splitske rivijere, Top Sport Events d.o.o.

Na realizaciju aktivnosti projekta Razvoj biciklističkog proizvoda na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad utrošeno je ukupno 6.412,50 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak usluge izrade analize postojeće ponude i proizvoda za bicikliste u hotelskim kompanijama / obiteljskim hotelima / definiranim privatnim iznajmljivačima te prijedlog njihovog uključenja u bike projekt Splitske rivijere i analize biciklističkih evenata i prijedlog organizacije novih evenata u destinaciji – 1.500,00 eura;
- Trošak izrade i tiska promotivnih materijala biciklističkog proizvoda na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad – 4.912,50 eura.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

U 2024. godini nisu planirane ni provedene aktivnosti označavanja kvalitete turističkog proizvoda.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

• Sudamja

Manifestacija Sudamja 2024 predstavljala je sveobuhvatan i dinamičan program proslave Dana grada Splita i blagdan zaštitnika sv. Dujma, osmišljen da kroz više od 60 događanja prikaže bogatstvo vjerskog, kulturnog, zabavnog i sportskog života grada. Program je započeo 28. travnja devetnicom u čast sv. Dujma u katedrali, čime je postavljen svečani ton cijele manifestacije, a završio je impresivnim završnim događanjima – uključujući međunarodnu veslačku regatu „Sv. Duje“ i spektakularni vatromet uz veliki koncert Petra Graše – čime je osiguran nezaboravan doživljaj za sve sudionike. Tijekom proslave realizirani su brojni koncerti, od klasičnih i duhovnih izvedbi do modernih glazbenih nastupa, koji su se održavali na najznačajnijim gradskim lokacijama poput Pjace, Rive i peristila. Kulturni program dodatno je obogaćen svečanim sjednicama, tradicionalnim procesijama, izložbama, promocijama i predstavama, čime je istaknuta važnost očuvanja kulturne baštine i identiteta Splita. Poseban naglasak stavljen je i na proslave važnih obljetnica, poput stogodišnjice Salona Galić i jubileja Jedriličarskog kluba „Labud“, čime je manifestacija dodatno pridonijela povezivanju tradicije s modernim kulturnim trendovima. Sportski segment Sudamje 2024 uključivao je veslačke regate, turnire i natjecanja koja su okupila lokalne i međunarodne sudionike, čime je dodatno osnažen sportski identitet grada. Inovativni programi, poput inozemnih jazz koncerata i izložbi, integrirali su međunarodnu suradnju i potaknuli kulturnu razmjenu, dok su aktivno sudjelovali i mladi, što je doprinijelo promociji Splita kao dinamičnog, inkluzivnog i pristupačnog grada. Kroz pažljivo osmišljen i višedimenzionalan program, manifestacija Sudamja 2024 uspješno je potaknula razvoj turističkih događanja, privukla brojne posjetitelje te dodatno učvrstila status Splita kao jednog od najatraktivnijih kulturnih i turističkih središta u regiji.

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

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

Na realizaciju manifestacije Sudamja utrošeno je ukupno 180.006,41 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača – 29.211,49 eura;
- Trošak honorara izvođača – 53.080,87 eura;
- Trošak tehničke produkcije (Riva) – 62.500,00 eura;
- Trošak tehničke produkcije (Pjaca) – 31.250,00 eura;
- Trošak izrada videa Sudamja – 800,00 eura;
- Trošak zaštitara – 1.768,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 12,00 eura;
- Trošak priključka električne energije (Pjaca) – 264,05 eura;
- Trošak osiguranja manifestacije – 340,00 eura;
- Sufinanciranje sportskih manifestacija – 780,00 eura.

• **Štorije Dioklecijana**

Manifestacija "Štorije Dioklecijana" 2024 predstavljala je jedinstveni kulturno-obrazovni projekt koji je kroz bogat i interaktivan program omogućio posjetiteljima da se urone u atmosferu antičkog Rima, te dožive raskoš i kompleksnost Dioklecijanovog doba. Program je započeo 29. kolovoza u Peristilu svečanim otvaranjem pod nazivom "Toge i Tetrarsi", čime je postavljen temelj za daljnje događaje i simbolično povezivanje prošlosti sa suvremenim doživljajem prostora. Sljedećeg dana, 30. kolovoza, manifestacija je ponudila niz tematski usmjerenih sadržaja: od interaktivne predstave "Being Prisca" koja je omogućila sudionicima da se emocionalno i intelektualno povežu s vremenom cara Dioklecijana, preko programa "Uspomena na carski Split" koji je osvijetlio važnost očuvanja kulturnog nasljeđa, do kasnovečernjeg "Rimskog marša" u Dioklecijanovoj palači i prikaza vojne povijesti kroz program "Legio III Diocletiana 298". Dana 31. kolovoza manifestacija je kulminirala nizom sadržaja koji su dodatno produbili doživljaj rimskog doba. Program "I – the Emperor Diokles" u Peristilu omogućio je posjetiteljima susret s legendarnim pričama o carevoj vladavini, dok je "Emperor's tour" kroz Jupiterov hram "Pusti me proći" pružio jedinstveni uvid u arhitektonske i simboličke aspekte rimskog urbanog prostora. Većernji programi "Pass(word)... shall I!?" te završna manifestacija "Tetrarchy – the walk of four" simbolično su objediniti sve prikazane aspekte Dioklecijanovog doba, naglašavajući važnost tetrarhije i složenost rimske vlasti. Kroz pažljivo osmišljen i dinamičan

program, manifestacija "Štorije Dioklecijana" 2024 uspješno je oživjela povijest cara Dioklecijana i njegove palače, pružajući posjetiteljima interaktivno iskustvo koje spaja prošlost sa sadašnjošću, te time doprinosi produbljivanju razumijevanja i cijenjenja bogate kulturne baštine Splita.

Ostvareni cilj aktivnosti je promocija Splita kao grada kulture i bogate materijalne kulturne baštine te pružanje jedinstvenog kulturnog doživljaja kako lokalnom stanovništvu tako i domaćim i stranim posjetiteljima. Dodatan cilj projekta je interpretirati i oživiti kulturno- povijesnu baštinu metodom storytellinga.

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

Na realizaciju manifestacije Štorije Dioklecijana utrošeno je ukupno 36.654,85 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak kostimografa – 4.210,00 eura;
- Trošak tkanine, sandala i ukrasa – 6.121,00 eura;
- Trošak vojne formacije „Rimljana“ – 4.000,00 eura;
- Trošak legionara – 1.000,00 eura;
- Trošak najma bine i scenografije – 5.200,00 eura;
- Najam rasvjete i razglasa – 3.050,00 eura;
- Trošak rada studenata rimskih vojnika i manekena – 8.703,85 eura;
- Trošak frizera za modnu reviju – 1.250,00 eura;
- Trošak krojača – 3.120,00 eura.

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

Manifestacija "Spli'ski litnji koluri" 2024 predstavila je izuzetno uspješan glazbeni i kulturni program koji je obogatio ljetne večeri na Trgu Gaje Bulata, u trajanju od 13. srpnja do 25. rujna. Manifestacija je već 17. godinu zaredom okupljala brojne posjetitelje, pružajući im bogatstvo glazbenih žanrova, od klasične glazbe, jazza i zabavne glazbe, do nastupa kulturno-umjetničkih društava i klapa. Otvorenje programa, koje je započelo svečanim defileom uz nastup preko 250 mažoret plesačica, simboliziralo je spoj tradicije i dinamike života grada Splita. Program manifestacije bio je dobro osmišljen, nudeći besplatne koncerte svakodnevno na otvorenim prostorima. Najveći dio programa održan je na Trgu Gaje Bulata, gdje su posjetitelji mogli uživati u različitim glazbenim nastupima poput jazza kvarteta, koncerata klasične glazbe te nastupima poznatih gudačkih kvarteta, kulturno-umjetničkih društava, folklornih ansambala, klapa i zabavnih glazbenih sastava. Manifestacija je omogućila posjetiteljima i uživanje u posebnostima splitske ljetne atmosfere, uz daljnje promicanje kulturne baštine i tradicije grada Splita. Završnica manifestacije održana je krajem rujna s posebnim koncertom, čime je završila sedamnaesta sezona

manifestacije u znaku glazbenih užitaka i talentiranih izvođača. U početku, koncerti su započinjali u 21 sat, s promjenom na 20:30 od 21. kolovoza, a od 6. rujna u 20:00, osiguravajući tako pristupačan doživljaj za sve posjetitelje.

Ostvareni cilj aktivnosti je promocija materijalne i nematerijalne kulturne i druge baštine grada Splita, jačanje koncertne i kulturne ponude u ljetnim mjesecima, pružanje građanima i gostima vrhunskih glazbenih doživljaja u ambijentalnim prostorima u srcu Splita te razvijanje sadržaja s ciljem unaprjeđenja kvalitete boravka turista u destinaciji.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju manifestacije Splitski ljetni koluri i Cili svit u Split, tj. koncertnog programa na Trgu Gaje Bulata, i koncertnog programa u Podrumima Dioklecijanove palače utrošeno je ukupno 162.431,08 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača po ugovoru – 50.136,89 eura;
- Trošak prijevoza glazbenika i instrumenata – 4.200,00 eura;
- Trošak nastupa izvođača po računu – 30.150,00 eura;
- Trošak voditeljice programa – 3.000,00 eura;
- Trošak najma tehničke produkcije – 73.175,00 eura;
- Trošak zaštitara – 1.680,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 31,50 eura;
- Trošak električne energije na Pjaci – 57,69 eura.

• **Advent u Splitu 2024.**

Advent u Splitu 2024, pod sloganom "I tebi i tvojima", održao se od 30. studenog 2024. do 6. siječnja 2025. Središnje mjesto glazbenih večeri i koncerata bio je trg Pjaca, dok se raznovrstan program realizirao na brojnim lokacijama – od Zvončaca, Mertojaka, Rive i Prokurativa, pa sve do Kampusa, Stobreča i Slatina. U raskošno okićenom Peristilu, Dioklecijanovim podrumima te osvijetljenoj Rivi dodatno se osjetio blagdanski ugođaj, a doček Nove godine na Rivi, uz koncert Dubioze Kolektiv, bio je spektakularan završetak godine. Adventski program obuhvatio je i posebne događaje diljem Splita i okolnih naselja. Tradicionalno su djeca na Trgu Gaje Bulata dočekala Svetog Nikolu i Lucu, dok su na Badnjak organizirane aktivnosti, poput kolendanja, nastupa klapa i podjele porcija bakalara, dodatno obogatili blagdansku atmosferu. Građanima je poklonjena predstava u HNK-u, a u Hrvatskom domu održan je Novogodišnji bal, dok su se događanja u Stobreču, Žrnovnici i Slatinama pokazala kao vrijedan dodatak adventskoj ponudi. Poseban naglasak ove godine stavljen je i na raznovrstan dječji Advent, koji je najmlađima pružio radost, zabavu, koncerte, plesne nastupe i brojne iznenađenja, stvarajući nezaboravne blagdanske uspomene. Jedinstvenu blagdansku atmosferu dodatno je oplemenila transformacija ulice Obrov

u destinaciju koja je nudila gastronomska, kulturna i zabavna iskustva u samom srcu Splita. Program je započeo već u petak, 29. studenog 2024., te se nastavio tijekom prosinca do prve siječnja, dok su posjetitelji uživali u vrhunskim koktelima, večerama, live nastupima, izložbama, natjecanjima i plesnim performansima, a sve je to bilo obilježeno izraženom humanitarnom notom. Kao i svake godine, Božićni studio Fotokluba Split, u suradnji s Turističkom zajednicom grada Splita, donio je najljepši božićni ugođaj u gradu. U subotu, 14. prosinca, Galerija fotografija Fotokluba Split pretvorila se u najslađi božićni studio, gdje su splitski fotografi besplatno darivali profesionalne studijske portrete posjetiteljima, stvarajući trajne uspomene na blagdanske trenutke. Ova manifestacija, koja se uspješno provodila gotovo 15 godina, prvotno je bila dio globalne humanitarne inicijative Help-Portrait!, a nastavila se samostalno s ciljem širenja radosti i zajedništva. Dodatno, građanima i gostima omogućen je i Adventski razgled kotara Varoš s licenciranim turističkim vodičima s ciljem upoznavanja i približavanja kulturne baštine svim građanima i gostima. Advent u Splitu 2024. potvrdio je svoj status kao jedan od najznačajnijih blagdanskih događaja u regiji, spajajući tradiciju s modernim kulturnim sadržajima te pružio bogat, raznolik i nezaboravan doživljaj svim posjetiteljima i sugrađanima.

Ostvareni cilj aktivnosti je poticanje turističkog prometa i razvijanje sadržaja turističke ponude u posezoni, te unaprjeđenje kulturno-zabavne ponude grada Splita za vrijeme blagdanskog razdoblja za lokalno stanovništvo te domaće i strane turiste.

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

Na realizaciju manifestacije Advent u Splitu 2024. godine utrošeno je ukupno 252.989,72 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača – 6.719,39 eura;
- Trošak smještaja i hrane za izvođače – 15.152,96 eura;
- Trošak prijevoza glazbene opreme (Pjaca) – 300,00 eura;
- Trošak organizacije klizališta 1.01.- 6.01.2024. – 10.743,24 eura;
- Trošak novogodišnjeg koncerta, 2. dio -1.01.2024. – 52.070,50 eura;
- Trošak predstave Orašar – 10.000,00 eura;
- Trošak adventskog programa Kampus - 10.000,00 eura;
- Trošak programa Advent u Stobreču – 30.245,00 eura;
- Trošak ostalog adventskog programa – 22.377,00 eura;
- Trošak tehničke produkcije za koncert na Rivi 31.12.24. – 42.000,00 eura;
- Trošak tehničke produkcije za koncerte na Pjaci – 31.890,63 eura;
- Trošak vođenja po Varošu – 1.360,00 eura;
- Trošak zaštitara za koncerte – 128,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 3,00 eura;
- Trošak programa Adventić u Slatinama – 10.000,00 eura;
- Trošak Novogodišnji bal – 10.000,00 eura.

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

Mjesec gastronomije u Splitu 2024, pod nazivom "Štorije o' spize", održan je od 23. listopada do 16. studenog 2024. godine, a organizirala ga je Turistička zajednica grada Splita. Ovaj događaj okupio je zaljubljenike u dobru hranu i savršenu prezentaciju, a jedinstveni program realiziran je kroz razne manifestacije u ugostiteljskim objektima diljem grada, pruživši posjetiteljima nezaboravno gastronomsko iskustvo. Od 23. do 27. listopada 2024. održan je međunarodni festival Taste the Mediterranean, koji je pružio jedinstveni gourmet doživljaj i bio posvećen autentičnim dalmatinskim okusima i kulturi življenja. Festival je okupio vrhunske chefove iz svijeta (prepoznate po Michelin, Gault&Millau, 50 Best) te domaće restoratere, hotelijere, stručnjake iz turizma i gastronomije, a istovremeno je predstavio kuhinje mediteranskih zemalja poput talijanske, francuske, grčke, španjolske i marokanske. Središnja događanja održana su na splitskoj ribarnici, gdje su chefovi, koristeći lokalne namirnice i domaće proizvode, pripremili večere i degustacije, a kulinarski masterclassovi održani su za učenike splitskih ugostiteljskih škola i domaće kuhare. U razdoblju od 8. do 11. studenog 2024. događaj "Štorije o' spize i vina" održan je na Peškariji, od 17:00 do 21:00 sati. U posebnom ambijentu ove lokacije, okupili su se domaći vinari, uljari i OPG-ovi te su posjetitelji imali priliku kušati vina, pršut, sir, soparnik, likere i druge lokalne proizvode. Posebnost manifestacije bila je predstavljanje autohtonih i gotovo zaboravljenih sorti vina dalmatinskog kraja, rijetko dostupnih u komercijalnoj ponudi. Ispred Peškarije, majstori kuhinje pripremili su riblje delicije, dok su gosti iz Turističke zajednice općine Kolan s otoka Paga, zajedno s Udrugom proizvođača Paškog sira, dodatno obogatili program. Nastup članova KUD-a Bartol Kašić, koji su izveli tradicionalni kolanjski tanc, te zabavni glazbeni ugođaj koji su upotrijebili Trio Gušt i kvartet Naranča, osigurali su vrhunsku atmosferu. U istom razdoblju, od 8. do 11. studenog 2024., restorani u blizini Peškarije – Corto Maltese Freestyle Food, Pinku Fish & Wine, Pandora Greenbox i SIP27 Wine & Tapas Bar – nudili su tematske menije i mlado vino uoči Martinja po promotivnim cijenama. Ova manifestacija dodatno je potaknula gastronomski entuzijizam te omogućila posjetiteljima da kušaju inovativne kulinarske kreacije u modernom ambijentu. Od 12. do 16. studenog 2024. u Hotelu Amphora održan je međunarodni festival Grand Gourmet. Festival je okupio profesionalne konobare, barmene, bariste, timove hotela i restorana, kao i učenike turističko-ugostiteljskih škola iz Hrvatske i inozemstva. Sudionici su se natjecali u individualnim i timskim kategorijama, osvojili vrijedne nagrade i stekli prepoznatljivost u ugostiteljskoj branši. Uz natjecateljski dio, organizirali su se i besplatni masterclassovi, predavanja, radionice i treninzi pod vodstvom domaćih i međunarodnih stručnjaka iz HoReCa sektora, s posebnim naglaskom na programe za učenike srednjih škola. Sveukupno, Mjesec gastronomije u Splitu 2024 – "Štorije o' spize" pružio je jedinstveni doživljaj gastronomije, promovirajući autentične dalmatinske okuse i potičući kreativnost u kulinarstvu. Manifestacija je okupila profesionalce i entuzijaste

iz svijeta gastronomije, dodatno učvrstivši status Splita kao istaknutog gastronomskog središta te je obogatio kulturnu i gastronomsku ponudu grada u razdoblju posezone.

Ostvareni cilj aktivnosti je razvoj gastronomske ponude grada Splita i popratnih sadržaja u razdoblju posezone, unaprjeđenje kvalitete ugostiteljske ponude, promocija autohtonih jela grada Splita i drugih dijelova Hrvatske te promocija i pozicioniranje Splita kao visoko kvalitetne gastronomske destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, SKMER, Taste the Mediterranean, Turističko-ugostiteljska škola Split, ugostitelji grada Splita

Na realizaciju manifestacije Mjesec gastronomije u Splitu - Štorije o' spize utrošeno je ukupno 34.408,12 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača i voditelja – 2.046,54 eura;
- Trošak honorara snimatelja i fotografa – 2.369,93 eura;
- Trošak smještaja izvođača s Paga – 714,86 eura;
- Trošak prijevoza materijala karetima – 437,50 eura;
- Trošak oglašavanja – 519,54 eura;
- Trošak plakata i letaka – 131,25 eura;
- Trošak programa Štorije o' spize – 21.200,00 eura;
- Trošak Gastroadventa – 3.000,00 eura;
- Trošak najma tehničke produkcije i svjetlećih slova – 2.150,00 eura;
- Trošak promotivnog teksta Štorije o' spize – 300,00 eura;
- Trošak fotografija Štorije o' spize – 300,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 1,50 eura;
- Trošak mjerenja buke za organizaciju Štorije o' spize – 625,00 eura;
- Trošak snimanja Štorije o' spize - 300,00 eura;
- Trošak 4 kom roll up-a Štorije o' spize – 300,00 eura;
- Trošak role stolnjaka - 12,00 eura.

• Uskrs u Splitu

Manifestacija Uskrs u Splitu 2024 okupila je posjetitelje na tri ključne lokacije – Rivi, Trgu Gaje Bulata i Đardinu – pruživši bogat i raznolik program tijekom uskršnjeg razdoblja. Na Rivi, od 26. do 30. ožujka 2024., ispred ureda Turističke zajednice grada Splita održano je oslikavanje velikih pisanica u organizaciji Braniteljske udruge BLU. Posjetitelji su sudjelovali u kreativnim radionicama, gdje su se, osobito djeca, mogli uključiti u stvaranje umjetničkih djela, čime je dodatno obogaćen uskršnji ugođaj. Na Trgu Gaje Bulata, 28. ožujka 2024. od 11:00 do 14:00 sati, doživljen je poseban korizmeni događaj. Dramski prikaz "Križnog puta" u izvedbi dječjeg zbora "Srdelice" otvorio je program, a nakon toga je Gudački kvartet Bozzotti iz Trogira priredio korizmeni koncert. Posebno iznenađenje pružilo je pridruživanje baritona Jakova

Košćine, čime je glazbeni doživljaj dodatno obogaćen. Za obiteljsko druženje i zabavu, 31. ožujka 2024. održan je događaj u Strossmayerovom parku – Đardinu, gdje su posjetiteljima podijeljene pisanice i sirnice uz prigodni program namijenjen djeci. Ovaj događaj omogućio je uživanje u tradicionalnim uskršnjim običajima te je potaknuo zajedništvo i radost u obiteljskom okruženju. Uskrs u Splitu 2024. potvrdio je svoj status kao događaj koji je uspješno spojio umjetničke, glazbene i tradicionalne elemente, pruživši posjetiteljima nezaboravan uskršnji doživljaj i priliku za zajedničko slavlje u duhu tradicije i suvremenog kulturnog izraza.

Ostvareni cilj aktivnosti je unaprijediti turističku ponudu i promovirati kulturnu baštinu Splita, potaknuvši interakciju između lokalne zajednice i posjetitelja te stvaranje nezaboravnih uspomena u duhu uskršnje tradicije.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Udruga branitelja sekcije likovnih umjetnika, Dječji zbor Srdelice i dr.

Na realizaciju manifestacije Uskrs u Splitu utrošeno je ukupno 14.700,94 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača – 2.325,94 eura;
- Trošak uskršnjih događanja – 10.875,00 eura;
- Trošak materijala za bojanje jaja – 1.500,00 eura.

• **Smotra klapa i sajam u Žrnovnici**

Smotra klapa i sajam u Žrnovnici 2024 okupili su ljubitelje klapske glazbe i gastronomske tradicije. Jubilarni 15. susret klapa, tj. 15. Smotra klapa održana je u utorak, 30. srpnja 2024. s početkom u 20:30 u prekrasnom ambijentu Antiničnog mlina. Pred publikom su nastupile sedam dalmatinskih klapa – klapa Sveti Florijan iz Žrnovnice, klapa Neverin iz Kaštel Lukšića, klapa Praska iz Podstrane, klapa Pašareta iz Kučića, klapa Kaše iz Dubrovnika, klapa Stivanja iz Trogira te Vokalni ansambl Terca iz Splita. Posebnost ove smotre je koncept miješanja klapa: svaka klapa prijavila je po jednog člana iz svake vokalne dionice, a slučajnim odabirom formirane su dvije miješane klape koje su, bez prethodne najave i vježbanja, morale otpjevati zadanu, dobro poznatu klapsku pjesmu. Pobjednička klapa bila je ona koja je dobila najduži pljesak, a nakon smotre, renomirani Dubrovčani – klapa Kaše – održali su svoj samostalni koncert, dodatno naglašavajući vrhunsku kvalitetu izvedbi. Uz smotru klapa, za Dan Žrnovnice u Bašti je organiziran i sajam pod nazivom Fešta o'pure, uz koncert Matka i Brane. Događanja su započela u 18 sati nastupom Limene glazbe Stjepan Radić, a potom je uslijedilo natjecanje kulinarskih timova. Temelj natjecanja bila je pura mljevena u žrnovačkom mlinu, pri čemu je svaki tim birao glavno jelo koje će pripremiti. Ovaj sajam pružio je jedinstvenu priliku posjetiteljima da uživaju u

autentičnim okusima dalmatinske kuhinje te se upoznaju s tradicijom pripreme lokalnih specijaliteta.

Ostvareni cilj aktivnosti je valorizacija lokaliteta koji dosad nisu dovoljno iskorišteni u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, disperzija turističke ponude na nedovoljno razvijena područja unutar destinacije, te promocija tradicionalnih proizvoda, jela i glazbe.

Nositelji aktivnosti i partneri: Udruga Žrvanj i Turistička zajednica grada Splita

Na realizaciju manifestacije 15. Smotra klapa u Žrnovnici i na sajam u Žrnovnici utrošeno je ukupno 4.000,00 eura na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije.

- **Slatinsko ljeto**

Slatinsko ljeto 2024. obuhvatilo je niz koncerata zabavnog i kulturnog karaktera, pružajući posjetiteljima raznovrsne glazbene i umjetničke sadržaje tijekom ljetnih mjeseci. Program je započeo 6. srpnja koncertom mlade urbane scene u organizaciji Udruge Baština, čime se publici predstavila nova generacija glazbenika. U srpnju je održan i koncert „Tišina mora“ (27. srpnja) posvećen Oliveru Dragojeviću i njegovim pjesmama u izvedbi, koji je donio emotivne glazbene trenutke inspirirane morem i mediteranskom atmosferom. Kolovoz je obilježen nastupom XXS benda 7. kolovoza, u organizaciji Mjesnog odbora Slatine, što je donijelo dinamičnu i veselu atmosferu lokalnoj zajednici. Slatinsko ljeto završilo je 19. kolovoza tradicionalnom smotrom klapa „Marijo, zvizdo mora“, također u organizaciji Udruge Baština, koja je okupila vrhunske dalmatinske klape i oduševila ljubitelje klapskog pjevanja. U okviru ove aktivnosti financiran je i glazbeni program 11. listopada povodom održavanja tradicionalnog lignjola u organizaciji Mjesnog odbora Slatine.

Ostvareni cilj aktivnosti je valorizacija lokaliteta koji dosad nisu dovoljno iskorišteni u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, disperzija turističke ponude na nedovoljno razvijena područja unutar destinacije, te obogaćivanje kulturnog i društvenog života naselja Slatine tijekom turističke sezone.

Nositelji aktivnosti i partneri: Mjesni odbor Slatine, Udruga za zaštitu kulturne i prirodne baštine – Baština Slatine

Na realizaciju manifestacije Slatinsko ljeto utrošeno je ukupno 14.765,74 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara glazbenih izvođača (7. kolovoza i 11. listopada) – 4.764,24 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 1,50 eura;
- Trošak sufinanciranja tri koncerta (6. srpnja, 27. srpnja i 19. kolovoza) u Slatinama – 10.000,00 eura.

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

Manifestacija Fešta sv. Lovre u Stobreču 2024. proslavila je zaštitnika Stobreča kroz bogat program koji je obuhvatio glazbene, vjerske i gastronomske aktivnosti. U sklopu manifestacije, u petak, 9. kolovoza 2024., u poratu Stobreč održana je Ribarska večer, tijekom koje su posjetitelji uživali u prigodnoj podjeli besplatnih porcija srdela i domaćeg vina, a zabavu je dodatno uljepšao glazbeni nastup Branka Medaka. Sljedećeg dana, 10. kolovoza 2024., dan sv. Lovre započeo je služenjem svete mise i održavanjem procesije, a u večernjim satima nastupili su Afterfire band, Banana band te poseban gost iznenađenja, čime je proslava trajala sve do 1:00 u noći. Kroz mjesec rujan 2024., Mjesni odbor Kamen, u suradnji s Kulturno-umjetničkim društvom Kamen i uz podršku brojnih volontera, organizirao je IX. Susret klapa na Kamenu, nastavljajući tradiciju raznih kulturnih, sportskih, humanitarnih i zabavnih događanja u tom dijelu grada. Na manifestaciji su nastupile dalmatinske klape: klapa Kamen iz Kamena, klapa Kampaneli iz Kaštela, klapa Mirabela iz Omiša, Vokalisti Salone iz Solina, te klape Filip Dević, Luše i Delmati iz Splita.

Ostvareni cilj aktivnosti je valorizacija lokaliteta koji dosad nisu dovoljno iskorišteni u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, disperzija turističke ponude na nedovoljno razvijena područja unutar destinacije, te promocija tradicionalne hrane i glazbe.

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

Na realizaciju manifestacije Fešta sv. Lovre u Stobreču i na koncertni program Kamen utrošeno je ukupno 19.000,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak sufinanciranja Stobrečko ljeto (Fešta sv. Lovre u Stobreču) – 16.000,00 eura;
- Trošak sufinanciranja koncertnog programa Kamen (Smotra klapa Kamen) – 3.000,00 eura.

- **Splitski krnjeval**

Splitski krnjeval, održan od 2. do 13. veljače 2024., obuhvatio je raznoliki program na nekoliko ključnih lokacija diljem Splita – Stara gradska vijećnica, Zoološki vrt, Koncertna dvorana Ive Tijardovića i Riva. Program je započeo 2. veljače u Staroj gradskoj vijećnici, gdje je u 10:30 održana simbolična predaja ključeva, čime je otvoren prostor za nadolazeće karnevalske aktivnosti. Sljedeći dan, 3. veljače, u Zoološkom vrtu Splita održan je veseli maskenbal Zoo, koji je posjetiteljima pružio priliku da se urone u zabavnu atmosferu karnevala. Dana 10. veljače, u Koncertnoj dvorani Ive Tijardovića, organizirana je radionica izrade maski uz predstavu „Karneval životinja“ koja je otpočela u 10:00, a večer je krasio bal pod maskama pod nazivom „Maskerata“ koji je započeo u 20:00, oduševivši publiku kreativnim nastupima i

umjetničkim izričajem. Na Rivi, 11. veljače, već u 10:00 održan je događaj „Pivaj maškarani Split iz Jubavi za svoje dte“, tijekom kojeg su djeca uživala u koncertu za udrugu „Anđeli“, nastupu Cambi s gostima iznenađenja, kao i likovnim i edukativnim radionicama prilagođenim najmlađima. Nastavak programa na Rivi dogodio se 12. veljače, kada su u 10:00 predstavljeni „Krnjeval dječjih vrtića“, a u 11:30 organizirane su pašcare. Kulminacija manifestacije dogodila se 13. veljače na Rivi. U 15:00 započeo je dječji krnjeval pod nazivom „Pokladni utorak“ s formiranjem povorke na dnu Marmontove ulice, nastupom Domenice, čarobnim animatorima i plesnim skupinama. Program se nastavio krovnim događajem „Ljubav pod maskama“ u 18:00, nakon čega je uslijedila maškarana povorka, šentencija i presuda Krnji, a u 20:00 održan je koncert Indire Forza ex Colonia na Rivi. Splitski krnjeval ostavio je trajan dojam, potvrđujući tradiciju proslave kroz umjetnost, glazbu i interakciju te obogatio kulturnu scenu grada.

Ostvareni cilj aktivnosti je dodatno osnažiti kulturnu ponudu Splita u razdoblju predsezona te potaknuti zajedništvo, kreativnost i aktivno sudjelovanje građana i posjetitelja, stvarajući nezaboravan doživljaj karnevalske radosti.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i gradska tvrtka Žnjan d.o.o.

Na realizaciju manifestacije Splitski krnjeval utrošeno je ukupno 16.220,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak organizacije programa Bal pod maskama – 3.220,00 eura;
- Trošak sufinanciranja organizacije Splitskog krnjevala – 13.000,00 eura.

• **Ostala sufinancirana turistička događanja**

U nastavku su navedena ostala turistička događanja koja Turistička zajednica grada Splita podupire na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizatori ostvaruju potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Popis ostalih relevantnih događanja na području grada Splita koja su sufinancirana od Turističke zajednice grada Splita prema sljedećoj strukturi:

- Split Maraton – 40.000,00
- Splitsko ljeto – 13.500,00 eura;
- Smjena straže – 40.000,00 eura;
- Festival zabavne glazbe Split / Splitski festival – 135.000,00 eura;
- Festival Mali Split – 13.300,00 eura;
- Ultra Europe Festival – 13.300,00 eura;
- Praznik cvijeća – 50.000,00 eura;

- Međunarodni šahovski turnir / Split Chess Open – 8.000,00 eura;
- ATP Challenger i ITF Futures teniski turniri – 7.000,00 eura;
- Festival pričanja priča Pričigin – 15.000,00 eura;
- Izložba pasa / 4 Summer Night Shows – 4.000,00 eura;
- Festival mediteranskog filma Split – 8.000,00 eura;
- Piano Loop Festival – 4.000,00 eura.

2.4. Podrška turističkoj industriji

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

Na temelju Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2024. godini, objavljenog u siječnju 2024. godine na Internet stanici <https://javnipoziv.visitsplit.com/>, na 28. sjednici Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita, na prijedlog peteročlanog stručnog povjerenstva u sastavu predstavnika Grada Splita (Služba za razvoj grada), predstavnika gradske tvrtke Žnjan d.o.o. (voditelj gradskih događanja), predstavnika Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita i dvaju predstavnika Turističkog ureda Turističke zajednice grada Splita, donesena je sljedeća ODLUKA o dodjeli potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2024. godini.

Naziv manifestacije	Organizator	Odobreni iznos
KULTURNE i ZABAVNE manifestacije		
Ustanova za kulturu galerija Kula - Izložbeni program u 2024. godini (4 izložbe)	Ustanova za kulturu galerija Kula	4.000,00 €
Izložbeni program u Salonu Galić (cjelogodišnji program)	Hrvatska udruga likovnih umjetnika - Split (HULU - SPLIT)	2.000,00 €
NEKA SPLIT SA DICOM PIVA	CHEERLEADING PLESNI KLUB BEAUTY	5.000,00 €
Nezavisni na Bačvicama	Festival mediteranskog filma Split	3.000,00 €
5. Festival neobičnih obitelji	Udruga za kulturu i sport Pozitivna sila	1.300,00 €
I. DANI BORISA DVORNIKA	Udruga LEGATO	1.300,00 €
MANDOLINA CROATA	GRADSKO MANDOLINSKO DRUŠTVO SANCTUS DOMNIO	1.300,00 €

SPLIT AT NIGHT JAZZ FESTIVAL	UDRUGA SPLIT AT NIGHT	1.300,00 €
Split Tango Weekend	Tango i ja, Split, Croatia	1.000,00 €
SPLIT FORMAT - FESTIVAL FOTOGRAFIJE	FOTOKLUB SPLIT	1.300,00 €
7. Međunarodni festival pjesme SING (in) SPLIT	Schola cantorum Split	1.300,00 €
5. SPLI'SKI KLAPAREL	KLAPA VENTULA	1.300,00 €
12. međunarodni Dani klasične gitare	Udruga GitaraSt	1.300,00 €
8. MEĐUNARODNI FESTIVAL ARHEOLOŠKOG FILMA (MFAF)	MUZEJ HRVATSKIH ARHEOLOŠKIH SPOMENIKA	1.300,00 €
Piva klapa ispod volta	KUDŽ "Filip Dević" Split	5.000,00 €
11. DANI FLAUTE	UMJETNIČKA ORGANIZACIJA ALEPH	1.000,00 €
TEATAR POD ZVIJEZDAMA	KAJDANKA JDOO	5.000,00 €
SPORTSKE manifestacije		
2. NORDIC WALKING SPLIT FEST 2024.	Klub nordijskog hodanja Split	2.000,00 €
World Budo Camp 2024	ŠRJ Uragan	1.300,00 €
22. Međunarodna veslačka regata Sveti Duje (Oxford – Cambridge – Split)	Splitski akademski sportski savez	3.000,00 €
NIKOLA TESLA EV RALLY CROATIA 2024	Nacionalna Udruga za e-mobilnost, obnovljive izvore energije i održivi razvoj "Nova Energija"	1.500,00 €
DONUT Split Drift	GOF agency d.o.o.	1.500,00 €
SPLITSKI FESTIVAL JEDRENJA	JEDRILIČARSKI KLUB LABUD	3.000,00 €
MARJANSKI ĐIR 2024 - PRVENSTVO HRVATSKE U OLIMPIJSKOM TRIATLONU	TRIATLON KLUB SPLIT	5.000,00 €
20. Međunarodni nogometni turnir za djecu Prvi koraci 2024.	NK Adriatic Split	2.500,00 €
DALMACIJA TRAILS	DALMACIJA TRAILS	1.000,00 €

SPLIT QUANTUM WINTER CUP	Jedriličarski klub "Split"	3.000,00 €
ENO-GASTRONOMSKE manifestacije		
Vinski podrum - sajam vina i delicija 2024	Hanza media d.o.o.	3.000,00 €
12. Međunarodni Festival Taste the Mediterranean	Laniva d.o.o.	3.000,00 €
Sajam u Žrnovnici - Fešta o' jabuke	Udruga prijatelji kulturne i prirodne baštine Žrnovnice - Žrvanj	1.300,00 €
GRAND GOURMET	MASTERCLASS D.O.O.	1.200,00 €

Ostvareni cilj ove aktivnosti je pružanje financijske podrške za provedbu projekata i programa koji doprinose razvoju turističke ponude i sadržaja održivog cjelogodišnjeg turizma i motiviraju domaće i strane posjetitelje na posjet destinaciji u razdobljima pred i posezone.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Ukupno planirana vrijednost Javnog poziva u 2024. godini bila je 70.000,00 eura, odobreno je prema odluci 70.000,00 eura, a realizirano je 68.700,00 eura jer se manifestacija I. DANI BORISA DVORNIKA nije održala.

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

Ostvareni cilj ove aktivnosti je pružanje sustavne podrške razvoju turističkih proizvoda i usluga na području destinacije koji doprinose razvoju održivog turizma te unaprjeđenje kvalitete i raznolikosti sadržaja pružanjem potpore projektima i manifestacijama koje doprinose unapređenju kulturnog, sportskog, zdravstvenog, gastronomskog i kongresnog turizma. Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita podržalo je sljedeće projekte u 2024. godini: koncertni program 13. Ljetne čari klasične glazbe u organizaciji Glazbene mladeži Split (15.350,00 eura), manifestacija Place Market (2.000,00 eura), manifestacija 7. Kickboxing Summer Camp (2.000,00 eura), manifestacija Teatar uz more (5.000,00 eura), manifestacija Split Blues Festival u okviru 64. Splitskog festivala (30.500,00 eura), koncert Zbora splitskih liječnika – pjevača (1.000,00 eura), promocija tradicionalnog splitskog folklornog plesa i druge nematerijalne baštine grada Splita u Kini u organizaciji Folklornog ansambla Jedinstvo (2.000,00 eura), program kolendovanja za vrijeme Adventa u Splitu 2024. u organizaciji Folklornog ansambla Jedinstvo (4.000,00 eura), program Šotobracu Splitom – 22 nastupa tijekom sezone (5.500,00 eura), podrška organizaciji prijenosa Eurovizije na otvorenom (video zid i ostala oprema – 2.187,50 eura; zaštitari – 843,75

eura; osiguranje – 250,00 eura), program Adventa u Varošu (6.000,00 eura), adventski koncert Glazbene mladeži Split na Pjaci (1.730,00 eura) i manifestacija CROYA Yacht Charter Show u organizaciji Croatia Yachting Association (1.650,00 eura).

Na realizaciju aktivnosti Potpore po odluci Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita utrošeno je ukupno 80.001,25 eura.

- **Potpore po odluci direktora/ice**

Ostvareni cilj realizacije potpora je poticanje projekata i manifestacija koje utječu na razvoj ponude cjelogodišnjeg i održivog turizma. Prilikom dodjele potpore projektima i manifestacijama naglasak je stavljen na one koji unaprjeđuju ključna obilježja destinacije Split, kao što su atmosfera/duh destinacije, bogatstvo kulturno-povijesne baštine, uređenost javne infrastrukture, gastronomsku ponudu i sl. Projekti koji su podržani po osnovi potpore po odluci direktora/ice u 2024. godini su: sufinanciranje nabave opreme – klupskih dresova – Triatlon kluba Split za nastup na domaćim i međunarodnim natjecanjima, sufinanciranje izložbe „Split at light“ u organizaciji Sveučilišne galerije i umjetničke organizacije Arthesis, sufinanciranje organizacije 10. Marjanske skalinade u organizaciji Maraton kluba Marjan, sufinanciranje II. nacionalnog simpozija udruga koje pomažu onkološkim bolesnicima u organizaciji Udruge Caspera – udruge žena oboljelih i liječenih od karcinoma, sufinanciranje izložbe slika u sklopu međunarodne kulturne suradnje "Ljepota"- "La Beaute" u organizaciji Hrvatske udruge za promicanje likovnog identiteta Likos, sufinanciranje programa Božić na znakovnom jeziku u organizaciji Sportske udruge gluhih Splitsko-dalmatinske županije, sufinanciranje organizacije 49. Međunarodne pomorske konfederacije u Splitu u organizaciji Udruge veterana Hrvatske ratne mornarice, sufinanciranje programa za Svjetski dan glazbe u organizaciji Hrvatske glazbene unije, sufinanciranje izložbe Dani Matejuške u organizaciji Udruge Matejuška Split, sufinanciranje sportsko – humanitarnog projekta „104 Dalmatinca“ u organizaciji mlade hrvatske daljinske plivačice i ACI-jeve ambasadorice Dine Levačić, sufinanciranje organizacije 13. Splitske biciklijade u organizaciji Udruge za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce, sufinanciranje humanitarne utrke „Race For The Cure – Think Pink“ u organizaciji županijske lige protiv raka, sufinanciranje organizacije „Prvenstvo svita u balunu na skalini“ u organizaciji Udruge za organizaciju kulturno-zabavnih-športskih manifestacija "Naša Balatura", promociju projekta „Historytelling Dalmacija“, sufinanciranje organizacije konferencije "Dalmatinka" u organizaciji Sveučilišta u Splitu i agencije Apriori World, sufinanciranje manifestacije 3. kup Republike Hrvatske u akrobatskom rock'n'rollu u organizaciji ARRK CAF Splitters & Hrvatskog rock'n'roll saveza, sufinanciranje književne večeri „Hrvatski zvukopis na Šperunu“ u organizaciji Umjetničke organizacije YELO, sufinanciranje koncertnog programa „Preobražena noć i Pierrot Lune - Arnold Schönberg 150“ u okviru ciklusa klasične glazbe u organizaciji Koncertne dvorane Ive Tijardovića – Hrvatski dom Split, sufinanciranje nabave majica Ženskog akademskog

rukometnog kluba Split za sudjelovanje na međunarodnom rukometnom turniru u Sarajevu, sufinanciranje manifestacije zdravstvenog turizma „TakeOver II 2024“ u organizaciji poliklinike Make Over Beautiful Inside & Out d.o.o., sufinanciranje sportskog događaja „21. Božićno-novogodišnja utrka“ u organizaciji Maraton kluba Marjan, sufinanciranje organizacije „29. Božićne regate“ u organizaciji Jedriličarskog kluba Zenta, sufinanciranje organizacije programa „Mornarev Božić“ u organizaciji Ronilačkog kluba (Podvodno istraživački klub) Mornar, sufinanciranje izložbe 'The Emperor's Dreamhouse' u organizaciji Galerije Kula Split i drugi projekti koji utječu na promociju grada Splita i razvoj turističke ponude.

Na realizaciju aktivnosti Potpore po odluci direktora/ice utrošeno je ukupno 12.724,48 eura.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

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

Turistička zajednica grada Splita u 2024. godini nastavila je jačati identitet destinacije kroz sustavno definiranje branding sustava i brand arhitekture, s ciljem podizanja svijesti o autentičnim turističkim proizvodima te očuvanju kulturnih i prirodnih resursa. U okviru ove aktivnosti, posebna pažnja posvećena je rebrandingu nedovoljno razvijenih područja, čime su ažurirani i modernizirani vizualni identiteti ključnih destinacijskih naselja i materijala. Provedene su sljedeće aktivnosti: izrada idejnog rješenja i knjige osnovnih grafičkih standarda za naselje Slatine, što je uključivalo i idejni dizajn za City Map Slatine i City Light plakat u lučici Slatine, izrada idejnog rješenja i rebranding postojećih vizuala za naselje Žrnovnica, što uključuje knjigu osnovnih grafičkih standarda, City Map i letak Žrnovnice, rebranding mape i drugih promotivnih materijala koji se odnose na 6 tematskih staza, tj. poučnih pješačko-planinarskih putova i šetnica u okviru Perunove staze (udruženi projekt s Turističkom zajednicom općine Podstrana) te rebranding turističkih mapa grada Splita – City Map i Walking tour Map. Ovim pristupom osnažena je krovna komunikacija brenda grada Splita te je stvoren jedinstveni vizualni identitet za nedovoljno turistički razvijena područja (naselja) destinacije Split, što je dodatno doprinijelo očuvanju i valorizaciji turističkih resursa.

Na realizaciju aktivnosti Definiranje branding sustava i brand arhitekture utrošeno je ukupno 18.718,75 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak izrade idejnog rješenja i knjige osnovnih grafičkih standarda za naselje Žrnovnica – 6.625,00 eura;
- Trošak izrade idejnog rješenja i knjige osnovnih grafičkih standarda za naselje Slatine – 8.125,00 eura;

- Trošak rebrenda mapa i promotivnih materijala Perunova staza / Perunovim putevima – 2.300,00 eura;
- Trošak rebrenda turističkih mapa grada Splita (City Map i Walking tour Map) – 1.668,75 eura.

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Turistička zajednica grada Splita tijekom 2024. godine realizirala je niz digitalnih kampanja s ciljem promocije Splita kao atraktivne i konkurentne turističke destinacije. Kampanje su bile strateški usmjerene na različita međunarodna tržišta, koristeći različite digitalne kanale kako bi se istaknula bogata kulturna baština, eno-gastronomska ponuda s naglaskom na mediteransku i dalmatinsku kulinarsku baštinu, sportsko-rekreacijske mogućnosti i jedinstveni mediteranski ugođaj, atmosferu i duh koji Split nudi svojim posjetiteljima. U razdoblju od ožujka do svibnja 2024. godine, provedena je sveobuhvatna kampanja promocije Splita na ključnim europskim tržištima: Njemačkoj, Ujedinjenom Kraljevstvu, Francuskoj, Poljskoj i Nizozemskoj. Strategija kampanje obuhvaćala je kombinaciju native članaka, vizualno privlačnih banneri i oglašavanja na društvenim mrežama, pri čemu su se materijali prilagođavali specifičnostima svakog pojedinog tržišta. U Njemačkoj, putem portala T-online.de, kampanja je obuhvatila advertoriale i native teasere, ostvarivši ukupno 16.662 pregleda uz prosječno vrijeme zadržavanja od 2:53 minute. Oglasi na društvenim mrežama Facebook i Instagram dosegli su 94.596 korisnika, što je rezultiralo s 1.054 klikova i 130 posjeta odredišnoj stranici. U Ujedinjenom Kraljevstvu, preko portala Independent.co.uk, multimedijski paket je uključivao tekstualni, slikovni i video sadržaj, generirajući 10.825 pregleda. Bannere je vidjelo čak 504.168 korisnika, pri čemu je ostvareno 1.233 klikova. Oglasi na društvenim mrežama Facebook i Instagram dosegli su 134.805 korisnika, generirajući 1.699 klikova i 523 posjeta odredišnoj stranici. Na francuskom tržištu, kampanja usmjerena putem društvenih mreža Facebook i Instagram dosegla je 310.936 korisnika, pri čemu je ostvareno 2.293 klikova te 217 posjeta odredišnoj stranici. U Poljskoj, kampanja provedena putem portala Onet.pl uključivala je native članke i teasere koji su privukli 16.784 pregleda, dok su oglasi na društvenim mrežama Facebook i Instagram dosegli 349.108 korisnika, s 3.676 klikova i 196 posjeta odredišnoj stranici. Na tržištu Nizozemske, oglasi na društvenim mrežama Facebook i Instagram dosegli su 97.112 korisnika, ostvarivši pritom 785 klikova i 96 posjeta odredišnoj stranici. Kombinacija različitih medijskih formata osigurala je značajnu vidljivost Splita na europskoj turističkoj sceni, dodatno jačajući njegov imidž kao nezaobilazne destinacije. Od prosinca 2024. godine aktivna je kampanja usmjerena na američko tržište, realizirana putem Meta platformi (Facebook i Instagram) te programatskog (eng. *programmatic*) oglašavanja. Kampanja je do sada ostvarila doseg od 2.000.000 korisnika uz 4.000.000 impresija, dok je samo putem programatskog oglašavanja zabilježeno oko milijun i pol prikaza.

Kampanja će trajati do sredine ožujka 2025. godine, dodatno jačajući prisutnost Splita na jednom od najperspektivnijih turističkih tržišta. U suradnji s vodećim francuskim turističkim magazinom i portalom Petit Futé, realizirana je sveobuhvatna kampanja usmjerena na francusko govorno područje, obuhvaćajući Francusku, Belgiju, Švicarsku, Kanadu i Luksemburg. Cilj kampanje bio je dodatno povećati vidljivost Splita među putnicima francuskog govornog područja, koji predstavljaju značajnu skupinu posjetitelja zainteresiranih za kulturni turizam, autentična iskustva i mediteranski način života. Kampanja je uključivala kombinaciju tiskanog i digitalnog oglašavanja. U tiskanom izdanju magazina Petit Futé, Split je predstavljen kroz editorijalni članak, koji je naglasio bogatu povijesnu i kulturnu baštinu grada, njegovu gastronomsku ponudu te jedinstvenu atmosferu koju nudi posjetiteljima. Članak je osmišljen tako da inspirira čitatelje na istraživanje Splita, uz atraktivne fotografije i korisne informacije za planiranje putovanja. Na digitalnoj platformi Petit Futé, kampanja je uključivala promotivne članke, bannere i ciljane oglase, koji su dodatno usmjeravali korisnike prema službenim kanalima Turističke zajednice Grada Splita. Ovi sadržaji bili su prilagođeni specifičnostima frankofonog tržišta, koristeći stil komunikacije koji najbolje rezonira s putnicima iz ovih zemalja. Kombinacija tiskanih i digitalnih formata u suradnji s Petit Futé omogućila je Splitu snažnu prisutnost među frankofonim putnicima, povećavajući interes za destinaciju i doprinoseći rastu dolazaka iz Francuske, Belgije, Švicarske, Kanade i Luksemburga. U razdoblju od lipnja do kolovoza 2024. godine realizirana je kampanja "Respect & Enjoy", usmjerena na podizanje svijesti o važnosti očuvanja kulturne baštine i poštivanja javnog reda i mira u destinaciji. Kroz edukativni i informativni pristup, kampanja je posjetiteljima pružila jasne smjernice o pravilima ponašanja u javnim prostorima, promovirajući odgovorni turizam i poštovanje prema lokalnoj zajednici destinacije Split. Kampanja je provedena na društvenim mrežama Facebook i Instagram, a oglasi su ciljani prema korisnicima koji koriste različite jezike – engleski, njemački, francuski, talijanski, španjolski, nizozemski, poljski i slovenski – čime je osiguran širok doseg međunarodne publike. Kampanja je značajno pridonijela podizanju svijesti o važnosti odgovornog turizma prema lokalnoj zajednici te naglašavala potrebu za odgovornim ponašanjem u urbanom i kulturnom prostoru Splita.

Tijekom 2024. godine, Turistička zajednica grada Splita uspješno je realizirala integrirane digitalne kampanje, koje su pridonijele globalnoj prepoznatljivosti Splita kao atraktivne i konkurentne turističke destinacije. Promocija putem europskih medijskih kanala donijela je značajnu vidljivost na ključnim emitivnim tržištima, dok je kampanja "Respect & Enjoy" naglasila važnost odgovornog turizma i očuvanja kulturne baštine promicanjem odgovornog ponašanja za vrijeme boravka u destinaciji. Paralelno, aktivna kampanja na američkom tržištu dodatno otvara nova tržišta i privlači raznoliku publiku. Ove aktivnosti postavile su čvrste temelje za budući razvoj turizma u Splitu, s naglaskom na održivost, autentičnost i kvalitetu turističkog doživljaja.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti bili su poticanje potencijalnih turista da posjete destinaciju, s naglaskom na *storytelling* o gradu, njegovim posebnostima i raznovrsnoj ponudi. Fokus je bio na povećanju broja posjetitelja s odabranih emitivnih tržišta, produljenju turističke sezone promovirajući Split kao atraktivnu destinaciju u pred i posezoni, te pozicioniranju grada kao odredišta koje nudi bogatstvo kulturnih, gastronomskih, sportskih i rekreativnih sadržaja tijekom cijele godine.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju aktivnosti Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda utrošeno je ukupno 142.669,72 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak kampanje na društvenim mrežama – 51.504,36 eura;
- Trošak Meta oglašavanja na američkom tržištu – 20.000,00 eura;
- Trošak oglašavanja projekta Palača života – grad mijenja – 14.201,60 eura;
- Trošak ostalih online oglašavanja – 16.569,26 eura;
- Trošak oglasa Petit Fute Paris – 6.250,00 eura;
- Trošak oglasa u morskim vodičima – 3.400,00 eura;
- Trošak ostalog oglašavanja (časopis, magazini, TV kuće) – 19.577,50 eura;
- Trošak printa i rezanja folija za oglašavanja – 545,00 eura;
- Trošak fotografija za oglašavanje na društvenim mrežama – 4.800,00 eura;
- Trošak kratkih video materijala za oglašavanje na društvenim mrežama – 5.800,00 eura;
- Trošak banke za plaćanje doznakom – 22,00 eura.

3.3. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

Organizacija studijskih putovanja za predstavnike medija i jačanje suradnje s inozemnim medijima nastavljene su i u 2024. godini. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije organiziran je dolazak turističkih novinara i utjecajnih osoba iz medijskog svijeta s ciljem jačanja promocije Splita na međunarodnom i nacionalnom tržištu.

Ova suradnja obuhvatila je novinare i putopisce iz SAD-a, poput književnice hrvatskih korijena iz New Yorka, dobitnice nagrade Zlatna penkala, koja piše za ugledne američke publikacije ističući autentične i održive primjere destinacijskih doživljaja, Francuske (časopis *Télérama*, koji broji više od 450.000 tiskanih primjeraka i gotovo 2 milijuna čitatelja), Poljske (Travel journalist for the Tourist Magazine & Tourist Journal TTG POLAND, Polish Media Association i blog posvećen putovanjima www.travels-with-ania.com), Italije (talijanska press agencija s profesionalnim novinarima koji su istaknuli kulturnu vrijednost Splita), Austrije (publikacija za njemačko govorno područje), Urugvaja (putopisac i autor nekoliko knjiga o putovanjima) i Argentine (putem bloga respiroviajes.com posvećenog istraživanju svjetskih destinacija, čiji je

autor prikazao autentični lokalni doživljaj Splita). Poseban naglasak stavljen je na suradnju s autorima iz Portugala, nagrađenima za svoj blog „Viver o Mundo“. Kako bi se svim spomenutim autorima omogućilo kvalitetno upoznavanje grada, organizirani su personalizirani doživljaji koji su uključivali razglede kulturnih lokaliteta i uživanje u gastronomskim specijalitetima. Svoja iskustva i dojmove novinari i blogeri podijelili su putem različitih medijskih kanala – od tiskanih izdanja i internetskih portala do društvenih mreža i osobnih blogova. Time je Split stekao dodatnu vidljivost na ključnim emitivnim tržištima, a rezultat su brojne pozitivne objave, reportaže i preporuke, čime je Split dodatno ojačao poziciju nezaobilazne svjetske destinacije. Osim dolaska novinara, bloggera, putopisaca i influencera, Turistička zajednica grada Splita podržala je snimanja fotografija i reportaža o Splitu, kao što su projekt snimanja edukativno-dokumentarnog serijala o srednjovjekovnim umjetničkim spomenicima Dalmacije, fotografiranje i snimanje za časopis iz SAD-a „Bay Harbour“, snimanje dokumentarnog filma "Dvorci i tvrđave" u produkciji austrijske produkcijske kuće Ranfilm (zasebni 8-minutni film o Dioklecijanovoj palači) i drugi manji projekti od značaja za promociju grada Splita. Osim suradnje s globalnim medijima, ostvarena je kontinuirana suradnja s domaćim medijima, kao što su portali i publikacije specijalizirane za turizam, kulturu, gastronomiju i putovanja.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su prezentacija turističke ponude grada Splita i relevantnih projekata na gradskoj razini koji doprinose poboljšaju boravka turista, jačanje brend imidža destinacije Split u domaćim i inozemnim medijima, diseminacija pozitivnih priča, turističkih inicijativa, projekata i događanja u gradu Splitu, te informiranje o aktualnostima, događanjima i turističkim atrakcijama u Splitu.

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

Na realizaciju aktivnosti Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR) utrošeno je ukupno 33.924,14 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak prijevoza sudionika studijskih putovanja (novinara i sl.) – 5.475,00 eura;
- Trošak smještaja novinara – 2.946,54 eura;
- Trošak programa Turistička razglednica – 6.000,00 eura;
- Trošak parkinga – 1.274,16 eura;
- Trošak turističkog vođenja – 2.705,00 eura;
- Trošak 500 komada vrećica lavande (poklon suveniri za novinare) – 381,25 eura;
- Trošak 20 komada knjige (poklon suveniri za novinare) – 265,18;
- Trošak 2 komada čokolade Dioklecijan (poklon suvenir za novinare) – 51,98 eura;
- Trošak cvijeća za novinare – 33,00 eura;
- Trošak konzumacije jela i pića (novinari) – 14.792,03 eura.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Turistička zajednica grada Splita aktivno sudjeluje u strateškim projektima i promotivnim aktivnostima u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ) i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, s ciljem jačanja prepoznatljivosti Splita kao jedne od vodećih hrvatskih turističkih destinacija. Kao nacionalna turistička organizacija, HTZ kroz svoje aktivnosti promovira Hrvatsku kao atraktivnu destinaciju tijekom cijele godine, potičući rast turističke potražnje, povećanje dolazaka i ukupne potrošnje. U skladu sa Strateškim marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma 2023.–2027., HTZ kontinuirano razvija suradnju s regionalnim i lokalnim partnerima, uključujući i Turističku zajednicu grada Splita, kako bi zajedničkim naporima dodatno ojačala konkurentnost hrvatskih destinacija. Zahvaljujući usklađenim promotivnim kampanjama, projektima i aktivnostima na domaćim i inozemnim tržištima, intenzivno se doprinosi promociji Splita i šire regije, ciljajući ključna tržišta i segmente posjetitelja. Suradnja s nacionalnom i županijskom turističkom zajednicom omogućava snažniji nastup na međunarodnoj sceni, korištenje zajedničkih resursa te pristup inovativnim promotivnim alatima i istraživanjima tržišta. Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je u strateškim projektima u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, aviokompanijama i privatnim sektorom, a suradnja se realizirala na temelju Poziva za iskaz interesa za provedbu marketinške suradnje sa strateškim partnerima 2024.-2027., koji objavljuje Hrvatska turistička zajednica na <https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/strateski-marketinski-projekti/strateski-projekti>. Turistička zajednica grada Splita ostvarila je suradnju sa sljedećim partnerima: Croatia Airlines, EasyJet, Jet2holidays, Eurowings, Wizz Air, KLM i Jet2.com. Ova partnerstva doprinose boljoj povezanosti Splita s ključnim emitivnim tržištima, omogućavajući putnicima brži i jednostavniji dolazak u grad tijekom cijele godine. U okviru ove aktivnosti Turistička zajednica grada Splita bila je sudionik zajedničkog promotivnog projekta "Croatia, Full of Flavours" pod nazivom "Dalmatinska marenda", koji je realiziran u suradnji sa Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i nacionalnim prijevoznikom Croatia Airlines. Projekt je započeo u travnju 2024. godine, a završio početkom kolovoza, te je obuhvatio specifičnu gastronomsko-turističku ponudu koja je bila dostupna putnicima na svim avionskim linijama Croatia Airlinesa. Cilj projekta bio je promocija dalmatinske gastronomske tradicije i kreiranje jedinstvene ponude koja povezuje regiju s turističkom i kulturnom baštinom Hrvatske. Dalmatinska marenda je paket u kojem su se nalazili dalmatinski gastronomski specijaliteti: pršut, šalša, mandulat, arancini, te krekeri od maslinovog ulja i ružmarina. Ovi proizvodi, simboli dalmatinske kuhinje, bili su ponuđeni putnicima kao specijalna usluga na svim letovima Croatia Airlinesa tijekom trajanja projekta. U okviru ove aktivnosti provodi se i udruženo oglašavanje s gospodarskim subjektima u turizmu i u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom. Udruženo oglašavanje omogućuje zajedničku promociju turističkog sustava s ciljem povećanja vidljivosti turističke ponude, posebno u predsezoni i sezoni.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su povećanje atraktivnosti i konkurentnosti Hrvatske (i Splita) kao turističke destinacije, jačanje turističke potražnje i potrošnje na području destinacije te jačanje pozicije Splita kao jedne od najpoželjnijih destinacija na Mediteranu, s naglaskom na dostupnost, kvalitetu turističkog iskustva i održivi razvoj turizma.

Nositelj aktivnosti: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita i partneri (aviokompanije, hoteli, agencije)

Na realizaciju aktivnosti Marketinške i poslovne suradnje utrošeno je ukupno 145.000,91 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak Croatia Airlines strateški projekti – 27.312,50 eura;
- Trošak Croatia Airlines (Dalmatinska marendna) – 27.262,50 eura;
- Trošak Jet2 – 6.250,00 eura;
- Trošak Eurowings – 18.750,00 eura;
- Trošak KLM – 12.500,00 eura;
- Trošak EasyJet – 18.750,00 eura;
- Trošak WizzAir – 12.500,00 eura;
- Trošak udruženo oglašavanje (hoteli Marvie, Briig i Ambassador te Camping Stobreč Split) – 21.675,91 eura.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Turistička zajednica grada Splita nastupila je na turističkim sajmovima samostalno i u koordinaciji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije u okviru izlagačkog prostora Hrvatske turističke zajednice. Troškovi uključuju troškove organizacije, kotizacija, najma štanda, trošak promidžbenih materijala te troškove putovanja predstavnika. U nastavku su prikazani važniji sajmovi i posebne prezentacije na kojima je sudjelovala Turistička zajednica grada Splita u 2024. godini.

❖ New York Travel & Adventure Show (27. – 28. siječnja 2024.)

U kongresnom centru Javits u New Yorku 28. i 29. siječnja 2024. godine održan je sajam New York Travel & Adventures Show s preko 1.500 akreditiranih agenata, 400 predstavnika medija te 30 posto više prodanih ulaznica u odnosu na prethodnu godinu. U sklopu izložbenog „Hrvatskog paviljona“ kojeg je organizirala Hrvatska turistička zajednica (HTZ), tijekom dva dana sajma intenzivno se odvijala prezentacija hrvatskih regija a sudjelovali su predstavnici i izlagači iz redova turističkih zajednica, nacionalnih parkova, putničkih agencija i hotela te sastanci s američkim agentima. Hrvatskoj turističkoj zajednici uručeno je posebno priznanje za najbolji i najkreativniji pristup u predstavljanju. Pored predstavljanja na Hrvatskom paviljonu, gospodarstvenici iz Hrvatske su sudjelovali na B2B radionici 27. siječnja 2024. godine na kojoj je

sudjelovalo stotinjak američkih agenata. U subotu 27. siječnja HTZ je organizirao i Wine & Cheese Tasting na kojem su bili pozvani predstavnici putničkih agencija i medija, a na kojem su bila predstavljena vina regija zastupljenih na sajmu.

❖ *FITUR Madrid – International Tourism Trade Fair (24. – 28. siječnja 2024.)*

FITUR Madrid je tijekom petodnevnog izlaganja dočekaao ukupno 250.000 posjetitelja, od čega su 153.000 bili profesionalci iz turističke industrije tijekom razdoblja od 24. do 26. siječnja, dok je tijekom dva dana otvorenosti za javnost (subota, 27. i nedjelja, 28. siječnja) zabilježeno 97.000 posjetitelja. Prema procjeni IFEMA Madrid, ove brojke predstavljaju povećanje od 13,7% u odnosu na 2023. godinu. FITUR 2024. dodatno se istaknuo obaranjem rekorda u izložbenom prostoru, s ukupno devet paviljona – jednim više nego prethodne godine – te je učvrstio svoj međunarodni karakter, okupljajući sudionike iz 152 zemlje, uključujući 96 službenih zemalja sudionika. Ovo 44. izdanje sajma, uz snažnu institucionalnu potporu, osiguralo je dodatnu podršku međunarodnog turističkog sektora. Poseban značaj ovogodišnjeg izlaganja naglasila je i demonstracija potpore kraljevske obitelji turističkoj industriji, s nazočnošću Njihovih Veličanstava Kralja Felipea i Kraljice Letizije, dok su istaknuti čelnici, poput predsjednika Ekvadora, Daniela Noboe, koji je bio predstavnik zemlje partnera Međunarodnog sajma turizma ove godine, dodatno doprinijeli prestižu i važnosti ovog globalnog događaja.

❖ *ITB (Internationale Tourismus-Börse) Berlin (5. - 7. ožujka 2024.)*

ITB Berlin je vodeći svjetski turistički sajam koji iz godine u godinu okuplja najvažnije dionike u turizmu. ITB Berlin je sajam od velike važnosti za turističku industriju. Najvažnije teme bile su sve veća važnost umjetne inteligencije, nedostatak kvalificirane radne snage i klimatska pravednost. Svjetski vodeći turistički sajam, ITB Berlin, postavio je jasan fokus na oblikovanje budućnosti turizma, ističući svoju ključnu ulogu kao vodeće međunarodne platforme za poslovanje, inovacije i umrežavanje. Unatoč izazovima uzrokovanim raširenim štrajkovima, ITB Berlin 2024 zabilježio je blagi porast sudionika, dosegnuvši gotovo 100.000 sudionika. Više od 5500 izlagača iz 170 zemalja sudjelovalo je u tri radna dana sajma, zauzevši svih 27 izložbenih dvorana na berlinskom izložbenom prostoru. Ovi rezultati dodatno potvrđuju status ITB Berlina kao ključnog događaja u međunarodnoj turističkoj industriji, pružajući optimalne uvjete za razvoj poslovanja, promicanje inovacija i izgradnju globalnih mreža.

❖ *ATM – Arabian Travel Market Dubai (6. – 9. svibnja 2024.)*

Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je na 31. izdanju svjetskog turističkog sajma ATM Dubai koji se održao od 6. do 9. svibnja u Dubai World Trade Centru. Arabian Travel Market (ATM) jedan je od vodećih međunarodnih turističkih događaja koji omogućuje turističkom sektoru Bliskog istoka povezivanje i predstavljanje inovativnih putničkih tehnologija, kao i turističkih proizvoda s turističkom industrijom iz cijelog svijeta. 31. izdanje sajma Arabian Travel Market (ATM) 2024 okupilo je više

od 33.000 posjetitelja iz više od 160 zemalja, što predstavlja porast od 11% u odnosu na prethodnu godinu. Na sajmu je sudjelovalo više od 2.600 izlagača, među kojima su bili vodeći profesionalci iz turističke industrije iz cijelog svijeta. Program sajma bio je usmjeren na ključne pokretače rasta turističkog sektora, a odvijao se pod temom „Osnaživanje inovacija: Transformacija putovanja kroz poduzetništvo”. Ukupno je više od 46.000 stručnjaka iz industrije sudjelovalo na ATM-u Dubai 2024., što predstavlja povećanje od 15 % u odnosu na jubilarno 30. izdanje sajma. Ovaj rezultat postavlja novi rekord i dodatno potvrđuje snagu, otpornost i zamah globalnog turističkog sektora. U skladu s temom sajma, više od 2.600 izlagača okupilo se u DWTC-u kako bi istražili čimbenike rasta industrije i identificirali buduće poslovne prilike unutar globalnog turističkog tržišta.

❖ *World Travel Market London (5. – 7. studenog 2024.)*

Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je zajedno s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije na WTM London 2024 kao suizlagač na štandu Hrvatske turističke zajednice. World Travel Market London 2024 zabilježio je značajan porast u usporedbi s prethodnom godinom. Broj unaprijed kvalificiranih kupaca porastao je za 11 %, dosegnuvši 5.049 kupaca tijekom tri dana, što je za gotovo 500 više u odnosu na 4.560 kupaca 2023. godine. Ukupni broj sudionika sajma povećao se za 6 % i dosegnuo 46.316 pojedinaca, pri čemu su brojni stručnjaci iz turizma prisustvovali događaju tijekom dva do tri dana. Kako bi se udovoljilo povećanom broju posjetitelja, događaj je proširen za gotovo 8 %, što je omogućilo korištenje novih dvorana unutar razine 0 u Excel Londonu, s velikim konferencijskim pozornicama i prostorima za ugostiteljstvo. Sudjelovanje privatnog sektora također je poraslo, pri čemu je broj izlagača dosegnuo 4.047, što predstavlja porast od 8 % u odnosu na prošlu godinu. Posebno je zabilježen impresivan rast i u zakazanim poslovnim sastancima, koji su porasli za 17 % – tijekom sajma organizirano je 34.082 unaprijed dogovorenih sastanaka, nasuprot 29.075 sastanaka iz prethodne godine. Ovi rezultati potvrđuju ključnu ulogu World Travel Market Londona kao vodeće međunarodne platforme za poslovanje, inovacije i umrežavanje u turističkoj industriji.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su povećanje vidljivosti i prepoznatljivost destinacije Split na međunarodnom tržištu, poticanje poslovne suradnje inozemnih agenata s destinacijskim dionicima i njihovo umrežavanje te unaprjeđenje imidža Splita kao turističke destinacije.

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

Na realizaciju aktivnosti Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice utrošeno je ukupno 37.262,77 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak službenih putovanja na sajmove – 20.666,47 eura;

- Trošak prezentacije na pomorskim festivalu u Francuskoj (Udruga za promicanje hrvatske maritimne baštine Cronaves) – 2.000,00 eura;
- Trošak poklon ručka dobitniku na sajmu New York Travel & Adventure Show 2024 – 60,80 eura;
- Trošak kotizacije – 270,00 eura;
- Trošak najma štanda (ITB Berlin, Fitur Madrid, New York Travel & Adventure Show, ATM Dubai, WTM London) – 14.265,50 eura.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Turistička zajednica grada Splita je tijekom 2024. organizirala, provodila i pružala podršku studijskim putovanjima turističkih agenata / turoperatora i potporu organizaciji kongresa u destinaciji (podrška u pružanju destinacijskih doživljaja, kao što su razgled grada, obilasci lokaliteta i glazbeno-zabavni programi). Najveći dio studijskih putovanja ostvario se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko–dalmatinske županije. Najistaknutije studijsko putovanje u 2024. bilo je provedeno u suradnji s LOT Polish Airlines, HTZ predstavništvom u Poljskoj, regionalnom turističkom zajednicom i lokalnim turističkim zajednicama u okruženju, koje je okupilo vodeće predstavnike poljskog nacionalnog avioprijevoznika LOT, poljske turooperatore, agente, predstavnike institucije Poljske zračne luke, turističke novinare i travel blogere, odnosno 180 predstavnika poljske turističke branše koji su u Hrvatsku stigli u sklopu promocije leta na relaciji Varšava – Split. Jedno od značajnijih studijskih putovanja u 2024. godini bilo je PRE-MEETEX FAM TRIP (Split – Plitvice – Zagreb), koje se održalo od 10. do 12. ožujka. Ovo inspekcijsko putovanje organizirano je uoči kongresne burze MEETEX, a njegov glavni cilj bio je detaljno predstavljanje Splita kao atraktivne destinacije za kongresni turizam i poslovna putovanja. U suradnji s Kongresnim odjelom Hrvatske turističke zajednice, Turistička zajednica grada Splita ugostila je strane kupce iz MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*) sektora, koji su imali priliku iz prve ruke doživjeti potencijal destinacije za organizaciju poslovnih događanja. Tijekom boravka u Splitu, agenti i turooperatori sudjelovali su u bogatom programu koji je uključivao razgled grada s naglaskom na kulturnu i povijesnu baštinu, obilaske (*site inspection*) hotela uz prezentacije konferencijskih kapaciteta i dodatnih sadržaja, posjet ekskluzivnim event prostorima, uključujući Galeriju Meštrović, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, Hrvatski dom i Podrume Dioklecijanove palače, te gastronomski doživljaj kroz degustaciju autohtonih jela i vina, čime je dodatno predstavljena lokalna eno-gastronomska ponuda. Ostala važnija studijska putovanja realizirana su u suradnji s HTZ predstavništvom u New Yorku (*predstavnici agencija koje djeluju u okviru Travel Leaders Network, predstavnici agencija Manhattan Travel INC., Hot Moms Travel, Nexion iz Kanade, Internova Group*) i HTZ predstavništvom u Pragu (*studijsko putovanje iz Slovačke povodom željezničke linije iz Bratislave koje okupilo novinare i*

predstavnik slovačkih željeznica). Osim suradnje sa sustavom turističkih zajednica, Turistička zajednica grada Splita organizacijski je podržala i studijska putovanja agenata u suradnji sa sljedećim agencijama: Calvados Club Luxury & Experiental Travel DMC, Taste Dalmatia DMC, ALF Tour Operator Ukraine, Elite Travel Premium DMC, Katarina Line, Olive Tree Escapes, Insight Travels and Tours, Q-travels – RealCroatia, Dinaric Adventures DMC, A-Way Connection DMC. Domaćinstvo je pruženo za preko 100 inozemnih agenata i turoperatora.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su pružanje turoperatorima i turističkim agentima detaljan uvid u turističku ponudu grada Splita, poticanje prodaje aranžmana, poticanje izgradnje dugoročnih poslovnih odnosa s destinacijskim pružateljima usluga, poticanje uključivanja grada Splita u ponudu poslovnih aranžmana namijenjenih organizatorima događanja i poslovnim putnicima, te pozicioniranje Splita na karti europskih i svjetskih kongresnih destinacija.

Nositelj aktivnosti: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita i partneri (hoteli, aviokompanije, agencije)

Na realizaciju aktivnosti Suradnja s organizatorima putovanja utrošeno je ukupno 34.704,51 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak glazbenih izvođača na kongresima – 8.507,57 eura;
- Trošak smještaja organizatora putovanja – 4.622,49 eura;
- Trošak obilazaka, ulaznica organizatora putovanja – 2.745,88 eura;
- Trošak obilazaka, ulaznica sudionika kongresa – 287,00 eura;
- Trošak nastupa klapa i folklornih grupa – 6.150,00 eura;
- Trošak najma razglasa za Kongres obiteljskog smještaja i druge – 2.812,50 eura;
- Trošak turističkih vodiča – 4.710,00 eura;
- Trošak učenica hostesa na konferenciji – 485,10 eura;
- Trošak izdavanja HGU potvrda za glazbene izvođače – 6,00 eura;
- Trošak konzumacije jela i pića – 4.377,97 eura.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

U 2024. godini kreirali su se online i offline promotivni materijali destinacije Split. Izradili su se i distribuirali novi i postojeći informativni materijali, kao što Welcome magazin – godišnji časopis za turizam i kulturu (Visit Split Magazin), gradske mape, image brošure, monografije (Dioklecijanova palača i splitska gastronomija) brošura Meetings Split i novi vodič Split Guide. Meetings Split pruža sveobuhvatan pregled ponude grada Splita kao destinacije za organizaciju kongresa, skupova i *incentive* putovanja. Brošura je osmišljena kako bi potencijalnim organizatorima događanja

ponudila ključne informacije potrebne za planiranje i realizaciju poslovnih okupljanja. Publikacija uključuje detaljan prikaz event hotela prilagođenih različitim vrstama događanja, pregled atraktivnih lokacija pogodnih za konferencije, seminare i gala večeri, kao i informacije o dodatnim uslugama koje grad Split nudi poslovnim gostima. Poseban naglasak stavljen je na jedinstvenu kombinaciju moderne infrastrukture, autentičnog mediteranskog ambijenta i bogate kulturno-povijesne baštine, čime Split potvrđuje svoju poziciju poželjne MICE destinacije. Meetings Split dostupan je u tiskanom i digitalnom obliku, a cilj je olakšati organizatorima donošenje odluke te pružiti inspiraciju za uspješna poslovna događanja u Splitu. Visit Split Magazin je publikacija posvećena kulturi i turizmu grada Splita, namijenjena domaćim i stranim posjetiteljima. Distribuirana se u hotelima i turističko-informativnim centrima, pružajući čitateljima uvid u bogatu kulturnu baštinu, aktualna događanja i jedinstvene doživljaje koje Split nudi. Na stranicama magazina svoje uvide i priče dijele renomirani stručnjaci i novinari, obrađujući teme vezane uz povijest, umjetnost, gastronomiju i suvremene turističke trendove. Magazin je nezaobilazan vodič kroz autentični splitski doživljaj, spajajući tradiciju i moderni turistički identitet grada. Split Guide je novi vodič koji je u 2024. godini Turistička zajednica grada Splita izradila, tiskala i distribuirala kroz turističko-informativne centre svim posjetiteljima. Radi se o publikaciji A5 formata bez oglasnog prostora koja pruža sveobuhvatan pregled destinacijske ponude, kako u gradu Splitu, tako i u okruženju destinacije, i sadrži sve relevantne turističke informacije važne za boravak u gradu Splitu.

Ostvareni cilj ove aktivnosti je unaprjeđenje prezentacije i promocije turističke ponude grada.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju aktivnosti Kreiranje promotivnog materijala utrošeno je ukupno 104.820,75 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak autorskih tekstova za Welcome magazin – 1.897,33 eura;
- Trošak autorskih prijevoda za Welcome magazin – 1.192,19 eura;
- Trošak autorskih fotografija za Welcome magazin – 1.073,55 eura;
- Trošak dizajna i pripreme Welcome magazin – 3.721,50 eura;
- Trošak tiska 2.000 kom Welcome magazin – 4.950,00 eura;
- Trošak teksta i lekture na engleskom jeziku – 550,00 eura;
- Trošak autorskog teksta i uredništva Welcome magazin – 2.091,62 eura;
- Trošak autorskog teksta za mapu Perunovih staza – 609,33 eura;
- Trošak grafičkog oblikovanja oglasa – 3.355,37 eura;
- Trošak izrade vodiča Split Guide – 9.300,00 eura;
- Trošak tiska 394.000 kom. CityMap B3 – 21.264,10 eura;
- Trošak tiska 100.000 kom. mape City Map B4 – 4.250,00 eura;
- Trošak tiska 5.000 kom. dječje mape Split for Kids – 562,50 eura;
- Trošak tiska 5.000 kom. mape Perunove staze – 937,50 eura;

- Trošak tiska 1.000 kom. Meetings Split – 1.812,50 eura;
- Trošak tiska 19.850 kom. višejezičnog letka Sv. Duje – 2.481,25 eura;
- Trošak tiska ostalih letaka i plakata – 425,00 eura;
- Trošak tiska 2.000 kom. velikih vrećica i 1.000 kom. malih vrećica – 4.525,00 eura;
- Trošak pripreme i izrade mjesečnika Visit Split – 8.325,06 eura;
- Trošak teksta i prijevoda tekstova – 546,00 eura;
- Trošak idejnog i izvedbenog rješenja – 1.994,54 eura;
- Trošak tiska 50.000 kom. vodiča Split Guide – 20.500,00 eura;
- Trošak tiska 10.000 kom. vodiča Discover Split (novine i vodič za restorane) – 3.000,00 eura;
- Trošak tiska klasterske brošure Splitska rivijera – 2.356,41 eura;
- Trošak tiska 6.110 kom. vodiča SplitInYourPocket – 2.775,00 eura;
- Trošak 6 kom. plakata Respect & Enjoy kampanje – 150,00 eura;
- Trošak roll-up-a – 175,00 eura.

3.8. Internet stranice

U 2024. godini nastavila se provoditi komunikacija putem krovne mrežne stranice <https://visitsplit.com/>, podstranice Hrvatske turističke zajednice <https://visitsplit.croatia.hr/>, koja je posvećena destinaciji Split, te društvenih mreža. Dodatno, u 2024. godini pokrenute su aktivnosti za izradu podstranice naselja Stobreč – stobrec.visitsplit.com – s ciljem sveobuhvatne prezentacije turističke ponude Stobreča i okolnih naselja i zamjene stare mrežne stranice visitstobrec.com, te aktivnosti za izradu nove mrežne stranice – meetinsplit.com – s ciljem prezentacije grada Splita kao destinacije za organizaciju kongresa, skupova i *incentive* putovanja, tj. na jednom mjestu potencijalnim organizatorima događanja pružiti sve ključne informacije potrebne za planiranje i realizaciju poslovnih događanja. Podstranica stobrec.visitsplit.com i nova mrežna stranica meetinsplit.com bit će finalizirane u 2025. godini. Trošak ove aktivnosti odnosi se na održavanje krovne mrežne stranice, kreiranje sadržaja za podstranicu Hrvatske turističke zajednice i trošak izrade meetinsplit.com stranice.

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

Na realizaciju aktivnosti Internet stranice utrošeno je ukupno 24.668,36 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak održavanja web kamere – 1.800,00 eura;
- Trošak teksta i dopune web i Facebook stranica – 5.338,92 eura;
- Trošak izrade internet stranice meetinsplit.com – 17.125,00 eura;
- Trošak korištenja aplikacije za grafički dizajn – 285,69 eura;
- Trošak održavanja domene – 118,75 eura.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

U 2024. godini Turistička zajednica grada Splita nastavila je s ažuriranjem baze podataka o turističkoj ponudi destinacije. Nadopunjena je baza fotografija, s posebnim naglaskom na turističke atrakcije i cjelokupnu ponudu destinacije. Snimanje je obuhvatilo ključne lokalitete, uključujući Dioklecijanovu palaču, gradske trgove, Zapadnu obalu, plaže, park-šumu Marjan te druge prepoznatljive znamenitosti. Uz vizualnu prezentaciju kulturne i prirodne baštine, poseban fokus na fotografijama stavljen je na promociju odgovornog turizma i poštivanja lokalne kulture, kao i na prikaz turističkih proizvoda u skladu s aktualnim trendovima i tržišnim zahtjevima. Osim fotografske nadogradnje, realizirana je i produkcija promotivnog videozapisa koji na atraktivan način prikazuje jedinstvenu ponudu i autentičan doživljaj Splita. Paralelno su izrađeni i kraći tematski videozapisi usmjereni na segmente poput prirodnih ljepota, urbanog okruženja, rekreacijskih aktivnosti, gastronomije i drugih aspekata ponude, i prilagođeni za objavu na digitalnim platformama i društvenim mrežama.

Ostvareni cilj ove aktivnosti je nadopuna baze podataka ponude destinacije s naglaskom na fotografije i video zapise turističke ponude.

Na realizaciju aktivnosti Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka utrošeno je ukupno 17.640,88 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak izrade promotivnog video materijala – 6.267,80 eura;
- Trošak autorskih snimki i fotografija – 1.868,08 eura;
- Trošak promotivnih fotografija – 2.200,00 eura;
- Trošak promotivnih videa – 6.925,00 eura;
- Trošak snimanja naselja Slatine iz zraka – 380,00 eura.

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

• Rad turističko-informativnih centara i ureda za iznajmljivače

Turistička zajednica grada Splita upravlja s 4 turističko-informativna centra – Riva, Peristil, Stobreč i Slatine (tijekom sezone) – u kojima su dostupne informacije o turističkoj ponudi Splita, ali i cijele Splitsko-dalmatinske županije. Osim pružanja informacija turistima, Turistička zajednica grada Splita u posebnom uredu za iznajmljivače informira sve pružatelje usluga smještaja o zakonskim obvezama i drugim informacijama važnim za administrativno poslovanje. Trošak se odnosi na trošak funkcioniranja informativnih centara i ureda za iznajmljivače – usluge telefona i interneta, prijevoz tiskovina, usluge tekućeg i investicijskog održavanja, opskrba vodom, iznošenje i odvoz smeća, troškovi komunalne i vodoprivredne naknade, najamnine za poslovni prostor, trošak rezanja i pjeskarenja folije za Slatine, usluge dojavnog centra, usluge čišćenja, uredski materijal, materijal i sredstva za čišćenje i održavanje, službene majice, ostali potrošni materijal, električna energija, sitan

inventar, premije osiguranje imovine, amortizacija, neotpisana vrijednost rashodovane imovine, plaće zaposlenika informativnih centara i ureda za iznajmljivače, uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća, te trošak funkcioniranja Welcome desk-a u Zračnoj Luci Sv. Jeronim (Split).

Na realizaciju turističko-informativnih aktivnosti utrošeno je ukupno 392.990,26 eura.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor

U 2024. godini nastavile su se aktivnosti ulaganja u turističko-informacijske sustave na području destinacije i digitalne alate (mobilne aplikacije, web aplikacije) koji promiču i prezentiraju turističku ponudu destinacije domaćim i stranim posjetiteljima, te pružaju podršku članovima turističke zajednice, posebice pružateljima ugostiteljskih usluga u objektima u domaćinstvu, u administrativnom poslovanju. Trošak ove aktivnosti odnosi se na naknade za korištenje i održavanje mobilnih aplikacija Plaja Beach Finder, Dalmatia AI i mVisitor, te web aplikacije / audio vodiča Biografije i uspjesi splitskih olimpijaca (<https://www.audioguide.hr/museum/0/0>). Plaja Beach Finder je mobilna koja funkcionira tako da, s obzirom trenutnu lokaciju korisnika, prikazuje najbliže plaže u Splitu, vijesti vezane uz plaže i sadržaje na plaži. Aplikacija je preuzeta za Android i iOS preko 26.000 puta (Android 17.200 + iOS 8.840), dok je aktivnih korisnika na Androidu i iOS preko 14.000. 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. S obzirom na to da su rezultati preuzimanja i korištenja aplikacije Dalmatia AI u 2024. godini izrazito mali, te su uočene nepravilnosti u radu, odlučeno je odustati od daljnjeg korištenja aplikacije u 2025. godini. Mobilna aplikacija mVisitor je namijenjena olakšavanju procesa prijave turista te komunikaciji između turističkih zajednica i iznajmljivača. Trenutno je koristi 3.907 objekata na području grada Splita i nedavno je aplikacija proširena funkcionalnošću *Channel Managera*, koja omogućuje iznajmljivačima upravljanje rezervacijama i cijenama na platformama poput Booking.com i Airbnb, kao i vlastitim rezervacijama, uz automatizirane prijave direktno u eVisitor. Turistička zajednica grada Splita putem aplikacije mVisitor svojim iznajmljivačima šalje razne obavijesti, poput poziva na edukacije, informacija o podmirivanju financijskih obaveza i drugih važnih obavijesti.

Na realizaciju aktivnosti Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor utrošeno je ukupno 5.810,26 eura prema sljedećoj strukturi:

- Aplikacija Audioguide.hr Splitski olimpijci – 331,81 eura;
- Korištenje i održavanje mobilne aplikacije Plaja Beach Finder – 746,76 eura;
- Korištenje i održavanje mobilne aplikacije Dalmatia AI – 750,00 eura;

- Korištenje i održavanje mobilne aplikacije mVisitor – 3.981,69 eura.

4.2. Stručni skupovi i edukacije

U 2024. godini nastavljene su aktivnosti organizacije edukacija namijenjenih turističkim dionicima i djelatnicima TZ-a. Turistička zajednica grada Splita u 2024. godini organizirala je edukacije s ciljem unapređenja stručnih znanja i vještina u sektoru turizma, održivog poslovanja i zaštite okoliša. Među organiziranim programima ističu se dvije edukacije održane u veljači i travnju na temu *Brendiranje, umjetna inteligencija i poslovanje u privatnom sektoru*, koje je vodila stručnjakinja Barbara Marković, predsjednica Hrvatske udruge obiteljskog smještaja (HUOS), a realizirane su u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije. O okviru ove aktivnosti održana su *dva tečaja engleskog jezika* u Centru znanja za pružatelje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu tijekom veljače i listopada. Dodatno, organizirana je besplatna edukacija u suradnji s Adriagate agencijom na temu „*Sve što trebaš znati o iznajmljivanju smještaja*“, koja je obuhvatila ključne aspekte iznajmljivanja smještaja, pružajući aktualne informacije i savjete pružateljima ugostiteljskih usluga u domaćinstvu. U suradnji s Udrugom za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce održana je edukacija u studenom na temu „*Održivi turizam i kružno gospodarenje otpadom*“, čime je dodatno potaknuta svijest o važnosti primjene ekološki prihvatljivih praksi u poslovanju. Dodatno, podržan je edukacijski program Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije za javni i privatni sektor na temu „*Uloga lokalnog stanovništva u podizanju kvalitete*“, koja se održala u veljači. Sve ove edukacije pridonose profesionalizaciji turističke ponude grada Splita, s naglaskom na održivi razvoj i kvalitetu turističke usluge.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su unaprjeđenje turističke ponude kroz stjecanje novih znanja i vještina, tj. kvalitete usluga u turističkim subjektima, osposobljavanje dionika u turizmu za razvoj novih turističkog proizvoda i bolju isporuku turističkih usluga, te podizanje kvalitete ljudskih resursa u turizmu.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju aktivnosti Stručni skupovi i edukacije utrošeno je ukupno 12.698,71 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak tečajeva stranih jezika za zaposlenike TZ-a – 2.026,00 eura;
- Trošak najma dvorana za edukacije – 460,00 eura;
- Trošak organiziranih edukacija – 9.150,00 eura;
- Trošak domjenka tijekom edukacija – 1.062,71 eura.

4.3. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

• Projekt SplitCard

Projektom SplitCard Turistička zajednica grada Splita omogućuje turistima ostvarivanje širokog spektra pogodnosti tijekom boravka u destinaciji s ciljem stimulacije potrošnje u destinaciji i zadržavanja na području destinacije. Korištenjem SplitCard kartice, posjetitelji su motivirani za posjet raznim kulturnim i prirodnim atrakcijama, uključujući muzeje, galerije, izložbene prostore i druge značajne kulturne ustanove, te za sudjelovanje u izletničkim programima agencija, čime su dodatno upoznavali bogatstvo splitske ponude. Za ostvarivanje pogodnosti korištenja SplitCard kartice, turisti moraju ostvariti najmanje 5 noćenja u razdoblju od travnja do kraja listopada ili 2 noćenja u razdoblju od studenoga do kraja ožujka u bilo kojem tipu smještaja u Splitu. U projekt su integrirani i brojni privatni gospodarski subjekti – uključujući turističke agencije, rent-a-car kompanije, ugostiteljske objekte i suvenirnice i sl. – koji kroz osiguravanje popusta za korisnike SplitCard kartice dobivaju dodatnu promociju svojih usluga. Ostvareni cilj ove aktivnosti je poticanje suradnje s privatnim sektorom i poticanje turista na dodatnu potrošnju u destinaciji.

Na realizaciju aktivnosti SplitCard utrošeno je ukupno 6.986,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak tiska 3.000 kom letka SplitCard – 450,00 eura;
- Trošak participacija za ulaznice u muzeje – 3.186,00 eura;
- Trošak tiska 4.000 kom SplitCard kartice – 3.350,00 eura.

• Projekt City Break

U 2024. godini Turistička zajednica grada Splita nastavila je s provedbom City Break programa, osmišljenog za produženje turističke sezone i obogaćivanje ponude za goste koji posjećuju Split izvan glavnih ljetnih mjeseci, čime je potaknuto produljenje boravka posjetitelja te povećana cjelogodišnja atraktivnost destinacije. Program je realiziran u dva razdoblja – od 1. siječnja do 31. ožujka i od 5. listopada do 31. prosinca 2024. – te je omogućio gostima pristup dodatnim pogodnostima, uključujući besplatni razgled gradske jezgre, organiziran svake subote u 10 sati uz stručno vođenje na hrvatskom i engleskom jeziku, besplatne ulaznice za kazališne predstave u Hrvatskom narodnom kazalištu Split te dodjelu SplitCard kartice koja nudi popuste i druge pogodnosti u kulturnim ustanovama, muzejima i atrakcijama. Brojni splitski hoteli prepoznali su ovaj projekt kao vrijedan dodatak svojoj ponudi u predsezonskom i posezonskom razdoblju, omogućujući gostima da, uz minimalno dva noćenja (u kombinaciji petak-subota ili subota-nedjelja), iskuse autentičan doživljaj grada. Ovaj model integracije kulturne i turističke ponude dodatno je pozicionirao Split kao

dinamičnu i atraktivnu destinaciju za vikend putovanja i kraće boravke tijekom cijele godine.

Na realizaciju aktivnosti City Break utrošeno je ukupno 1.058,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak ulaznica za predstave HNK Split – 638,00 eura;
- Trošak turističkih vodiča – 420 eura.

4.4. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

• Akcija čišćenja podmorja i plaža

U subotu, 14. prosinca 2024. godine, u suradnji s Ronilačkim klubom Puntar, provedena je ekološka akcija čišćenja podmorja kod gradskog kupališta Jadran, s ciljem uređenja i promocije podmorskog dijela kulturne i prirodne baštine te poboljšanja uvjeta za turistički boravak u gradu. Akcija je okupila više od 100 ronioca i volontera iz različitih gradova Hrvatske te Sarajeva, uključujući sudionike iz KPA Marsonia (Slavonski Brod), KPA Vodomar (Duga Resa), RK Geronimo (Zagreb), DPS Zagreb, Amphibians-sepet (Sarajevo), KPA Karlovac, KPA eXplorer (Sarajevo) te ŠREK Delta 5 (Metković), dok su se lokalne organizacije poput KPA Iglun, Udruge Oceanus, RK Giričić, RK PIK Mornar i Pomorske škole pod mentorstvom prof. Marijane De Marchi također aktivno uključile. Akcija je započela kratkim predavanjem o minsko-eksplozivnim sredstvima kako bi se sudionicima skrenula pozornost na potencijalne opasnosti na morskom dnu, a tijekom akcije iz mora je izvađeno preko jedne tone otpada, pretežito zahrđalih metalnih konstrukcija, staklenih i plastičnih boca, automobilske gume te drugih predmeta, uključujući i stare bicikle, kolica za kupovinu i ograde, što je dodatno naglasilo važnost podizanja ekološke svijesti. Logističku potporu osigurala je KŠR Jadran, koji je organizirao prihvrat otpada na vlastite brodice, uz suradnju Crvenog Križa Split. Ova akcija je demonstrirala nužnost redovitog provođenja sličnih inicijativa radi očuvanja podmorja i prirodne baštine te potaknula povećanje ekološke svijesti među građanima.

Ostvareni cilj ove aktivnosti poticanje suradnje između javnog sektora, privatnog sektora i nevladinih udruga u ostvarivanju održivog razvoja destinacije kroz očuvanje destinacijskog okoliša i ekosustava.

Na realizaciju aktivnosti Akcija čišćenja podmorja i plaža utrošeno je ukupno 3.538,87 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak majici za sudionike akcije – 1.182,38 eura;
- Trošak hrane i pića za sudionike akcije – 250,00 eura;
- Trošak smještaja za sudionike akcije – 871,68 eura;
- Trošak tima HMP – 625,00 eura;

- Trošak selektivnog odvoza otpada – 15,63 eura;
- Trošak potrošnog materijala za ekološku akciju (vreće, rukavice i sl.) – 594,18 eura.

• **Valorizacija kulturne baštine**

U 2024. godini, u okviru aktivnosti valorizacija kulturne baštine, podržani su kulturni i umjetnički programi u prostoru obnovljene Stare gradske vijećnice, s ciljem unapređenja kulturne ponude grada Splita i promocije Splita kao destinacije suvremene umjetnosti. Podržana je organizacija izložbe pod nazivom "*Saziv*" suvremene švicarske umjetnice Raffaele Zenoni, koja je kroz izbor slika iz ciklusa "Galerija drugih predaka" te skulptura iz ciklusa "Rodaci i Talking Heads" prikazala evoluciju svog stvaralaštva. Također, podržana je organizacija izložbe "*Retrospektiva*" Josipa Botteri Dini, kojom je obilježeno šezdeset godina umjetničkog stvaranja i osamdeset godina života jednog od najznačajnijih predstavnika hrvatske suvremene umjetnosti, a koja je obuhvatila veličanstven opus od preko stotinu radova, od vremena studija na Akademiji likovnih umjetnosti u Zagrebu pa sve do najnovijih likovnih ostvarenja. U okviru ove aktivnosti podržana je organizacija novogodišnjeg koncerta orkestra Divertimento, koji je pružio jedinstveno glazbeno iskustvo valcera na Pjaci, obogaćeno nastupima vrhunskih solista i dirigenta s bogatim međunarodnim iskustvom, čime je osigurana atraktivna ponuda za lokalnu publiku i turiste, te koncerta klasične glazbe Camerata Coursalon u studenom. Ovi projekti doprinijeli su valorizaciji kulturne baštine grada Splita, jačajući pozicioniranje Splita kao dinamičnog kulturnog središta i stvarajući dodatnu kulturnu vrijednost za sugrađane i posjetitelje.

Na realizaciju aktivnosti Valorizacija kulturne baštine, tj. produkciju izložbenih sadržaja i organizaciju glazbenih programa utrošeno je ukupno 13.500,00 eura.

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

Turistička zajednica grada Splita je u 2024. financirala uvođenje zaštitarskih službi koje su komunalnim redarima Grada Splita pružile podršku u primjeni Odluke o javnom redu i miru na području grada Splita. Grad Split je angažirao tvrtku 007 Miletić d.o.o. za usluge održavanje reda i mira u 2024.godini u Zoni A Grada Splita te kao ispomoć komunalnim redarima u postupanjima novčanog kažnjavanja kršenja Odluke o javnom redu i miru. Zbog višegodišnjeg problema s ponašanjem mladih i stranih gostiju koji su uznemiravali građane i ostale turiste donesena je Odluka o javnom redu i miru. Pri provođenju Odluke komunalni redari su zbog sigurnosti postupanja morali imati pomoć zaštitara. Sklopljen je Ugovor U-24/00051 KLASA: 024-02/24-01/59 URBROJ: 2181-1-09-3/4-24-1 dana 19. veljače 2024. godine Usluga zaštitara u svrhu održavanja reda i mira u zoni A i potrošeno je po istome 88.872,50 EUR-a (71.098,00 EUR + PDV), te je

po Nalogu KLASA:363-03/24-01/516 URBROJ 2181-1-07-3-1/2-24-5 od 2. prosinca potrošeno dodatnih 5.700,00 EUR (4.560,00 + PDV). Usluge zaštitara su se koristile u razdoblju od lipnja do rujna najčešće od 22:00 do 05:00 h, te interventno po potrebi u periodu od 00:00 – 06:00 h, te u prosincu. Zajedno su komunalno redarstvo i zaštitari imali oko sedamsto postupanja, te se na površini javne namjene vidio rezultat postupanja jer su uklonjene žarišne točke gdje bi se stvarao nered od strane mladih turista, te je u odnosu na prethodnu godinu situacija u Zoni A je bila poprilično bolja. Trošak ove aktivnosti obuhvaća prijenos sredstava u gradski proračun za angažman komunalnih redara ili zaštitarskih službi.

Nositelj aktivnosti: Upravni odjel za komunalne poslove Grada Splita – Odsjek za redarstvo

Na realizaciju aktivnosti Odgovorni, održivi turizam, odnosno angažman zaštitarskih službi, utrošeno je ukupno 92.900,00 eura.

• **Projekti uređenja naselja Slatine**

U okviru projekta uređenja naselja Slatine u 2024. godini nastavljene su aktivnosti na uređenju parka Miljenka Smoje. Dok je u 2023. godini u parku postavljeno automatsko navodnjavanje, u 2024. godini provedeno je uređenje centra mjesta koje je obuhvatilo rušenje zida unutar parka, pjeskarenje vanjskog zida te čišćenje spomenika primjenom laserske tehnologije. Ove intervencije značajno su doprinijele estetskoj i funkcionalnoj nadogradnji parka, stvarajući ugodniji ambijent za posjetitelje te dodatno ističući kulturnu i prirodnu baštinu naselja Slatine. U okviru ove aktivnosti financirana je i predstava za djecu „Božićna bajkaonica“ u organizaciji splitskog nezavisnog kazališta Ritam igre, koja se održala u zgradi Mjesnog odbora Slatine u prosincu.

Na realizaciju aktivnosti uređenja naselja Slatine utrošeno je ukupno 16.215,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak predstave – 890,00 eura;
- Trošak uređenja parka Miljenka Smoje – 15.325,00 eura.

• **Projekti uređenja naselja Stobreč**

U okviru projekta uređenja naselja Stobreč planirano je uređenje polivalentne tržnice na mjestu starog bočališta za balote, no projekt je stopiran zbog arheološkog nalazišta otvorenog na toj lokaciji. Riječ je o ostacima drevnog naselja Epetija koji je kao urbanističko naselje egzistirao nekoliko stoljeća prije naše ere, te nastavio život u kontinuitetu i do kraja kasne antike. Arheolozi su istraživanje započeli u svibnju i nastavili tijekom ljeta, no zbog specifičnosti nalazišta nije bilo moguće nastaviti s aktivnošću uređenja polivalentne tržnice na mjestu starog bočališta. U okviru ove

aktivnosti financirano je božićno ukrašavanje naselja Stobreč za vrijeme adventskog programa.

Na realizaciju aktivnosti uređenja naselja Stobreč, tj. adventsko kićenje naselja Stobreč utrošeno je ukupno 3.000,00 eura.

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

Turistička zajednica grada Splita u 2024. godini nastavila je sustavno ulagati u uređenje tematskih staza na krajnjem istoku Splita, tj. na području Žrnovnice, Srinjina i brda Perun. S obzirom na to da je riječ o područjima na otvorenom, oštećenja i dotrajalost su realni problemi, pa je svake godine potrebno vršiti periodična ulaganja u čišćenje i održavanje staza (PD Perun), zaštitu i premaze na drvenoj opremi (table, klupe i sl.), zamjenu oštećene opreme, postavljanje dodatnih putokaza i signalizacije, ovisno o povratnim informacijama s terena. U okviru aktivnosti uređenja i održavanja tematskih staza postavljene su kamene instalacije i provedena je sadnja bilja.

Na realizaciju aktivnosti uređenja i održavanja tematskih staza na području naselja Žrnovnica utrošeno je ukupno 7.203,50 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak kamene instalacije – 6.000,00 eura;
- Trošak sadnica bilja – 818,17 eura;
- Trošak domjenka – otvaranje pješačke staze „Dioklecijanov put“ – 385,33 eura.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Turistička zajednica grada Splita član je Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT) i Hrvatske gospodarske komore (HGK).

Na članstvo u strukovnim organizacijama utrošeno je sveukupno 340,00 eura.

6. ADMINISTRATIVNI RASHODI

6.1. Plaće

Trošak se odnosi na plaće zaposlenika Turističke zajednice grada Splita, uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. U ostale pripadajuće troškove ubrajaju se regres, dar djeci, topli obrok, jubilara nagrada zaposleniku te ostale naknade sukladno zakonskim propisima.

Na plaće zaposlenika Turističke zajednice grada Splita utrošeno je sveukupno 281.914,26 eura.

6.2. Materijalni troškovi

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

Na troškove funkcioniranja ureda Turističke zajednice grada Splita utrošeno je sveukupno 56.665,92 eura.

6.3. Tijela turističke zajednice

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, troškove reprezentacije, pripremu i distribuciju materijala te ostale izdatke povezane s operativnim aspektima rada tijela unutar turističke zajednice.

Na rad tijela Turističke zajednice grada Splita – Turističko vijeće TZGS i Skupština TZGS – utrošeno je sveukupno 18.098,86 eura.

REALIZACIJA FINANCIJSKOG PLANA 2024.

		PRIHODI	Plan 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks Realizacija / Rebalans
1.		Izvorni prihodi	2.385.830	2.366.508	3.355.640	84,12%	142
	1.1.	Turistička pristojba	1.310.000	1.330.000	1.917.899	48,08%	144
	1.2.	Članarina	1.075.830	1.036.508	1.437.741	36,04%	139
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	530.000	570.000	568.099	14,24%	100
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	1.500	1.500	8.300	0,21%	553
4.		Prihodi iz EU fondova	30.400	30.400	48.899	1,23%	161
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	9.300	8.300	8.282	0,21%	100
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0	0	0	0,00%	/
7.		Ostali prihodi	16	7	12	0,00%	171
		SVEUKUPNO	2.957.046	2.976.715	3.989.232	100,00%	134
		AKTIVNOSTI	Plan 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.	Udio % u realizaciji	Indeks Realizacija / Rebalans
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	47.565	77.000	74.423	2,64%	97
	1.1.	Izrada strateških /operativnih/ komunikacijskih /akcijskih dokumenata	40.000	74.435	71.859	2,55%	97
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	5.000	0	0	0,00%	/
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	2.565	2.565	2.564	0,09%	100
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.218.100	1.283.800	1.274.116	45,17%	99
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	45.100	26.600	26.413	0,94%	99
	2.2.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.024.000	1.094.200	1.086.277	38,51%	99
	2.3.	Podrška turističkoj industriji	149.000	163.000	161.426	5,72%	99
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.049.075	1.028.075	952.401	33,76%	93
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	30.000	30.000	18.719	0,66%	62
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	150.000	150.000	142.670	5,06%	95
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	45.000	35.000	33.924	1,20%	97
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	167.075	167.075	145.001	5,14%	87
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	27.000	41.000	37.263	1,32%	91
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	55.000	35.000	34.704	1,23%	99

	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	125.000	125.000	104.821	3,72%	84
	3.8.	Internetske stranice	60.000	25.000	24.668	0,87%	99
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	20.000	20.000	17.641	0,63%	88
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	370.000	400.000	392.990	13,93%	98
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	237.466	194.500	162.910	5,78%	84
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	25.766	5.800	5.810	0,21%	100
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije	30.000	18.000	12.699	0,45%	71
	4.3.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	25.000	9.000	8.044	0,29%	89
	4.4.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	156.700	161.700	136.357	4,83%	84
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	340	340	340	0,01%	100
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	404.500	393.000	356.679	12,64%	91
	6.1.	Plaće	310.000	310.000	281.914	9,99%	91
	6.2.	Materijalni troškovi	63.000	63.000	56.666	2,01%	90
	6.3.	Tijela turističke zajednice	31.500	20.000	18.099	0,64%	90
7.		REZERVA					
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE					
		SVEUKUPNO	2.957.046	2.976.715	2.820.869	100,00%	95

3	Prihodi	Plan 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.
31	Prihodi od pružanja usluga	5.318	4.300	4.300
32	Prihodi od članarina	1.075.830	1.036.508	1.437.740
33	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	1.310.000	1.330.000	1.917.899
34	Prihodi od imovine	3.982	4.000	3.994
35	Prihodi od donacija	560.400	600.400	616.999
36	Ostali prihodi	16	7	0
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	1.500	1.500	8.300

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

4	Rashodi	Plan 2024.	Rebalans 2024.	Realizacija 2024.
41	Rashodi za radnike	580.000	580.000	559.635
42	Materijalni rashodi	1.660.200	1.665.645	1.647.914
43	Rashodi amortizacije	13.272	12.270	7.348
44	Financijski rashodi	3.186	3.500	3.656
45	Donacije	700.000	700.000	583.109
46	Ostali rashodi	388	300	29
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	0	15.000	19.178