

IZMJENE I DOPUNE FINANCIJSKOG PLANA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA (TZGS) ZA 2025. GODINU

Prihodi

Uslijed dobrih turističkih rezultata 2025. godine i povećanja gospodarske aktivnosti na području grada Splita, prihodi po osnovi turističke članarine su bolji od očekivanja te se planira da će se u 2025. ostvariti 1.266.870,00 eura prihoda od turističke članarine. U skladu s tim, izvorni prihodi Turističke zajednice grada Splita, turistička pristojba i članarina, planiraju se u iznosu od 2.793.416,00 eura.

Na temelju prethodno iznesenih informacija i rebalansa financijskog plana, ukupni prihodi Turističke zajednice grada Splita u 2025. godini planiraju se u iznosu od 3.368.908,00 eura.

Rashodi

1. Istraživanje i strateško planiranje

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

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

Na temelju Programa rada i financijskog plana za 2025. godinu, planirana je izrada Plana upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029. Na temelju pristiglih ponuda, utvrđeno je da su sredstva predviđena financijskim planom za 2025. nedostatna za realizaciju ove aktivnosti i predlaže se povećanje troška za realizaciju ove aktivnosti s 15.000,00 eura na 20.000,00 eura.

Na temelju prethodno iznesenih informacija i rebalansa financijskog plana, ukupni rashodi za kategoriju „Istraživanje i strateško planiranje“ planiraju se u iznosu od 63.418,00 eura.

2. Razvoj turističkog proizvoda

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Turistička zajednica grada Splita osigurat će dodatnih 16.250,00 eura za realizaciju i organizaciju koncertnog programa na trgovima grada u okviru manifestacije Spli'ski litnji koluri. Povećanje planiranih ulaganja rezultat je rasta ulaznih troškova, ponajprije zbog izražene inflacije te značajnog poskupljenja stručnih usluga tehničke podrške, uključujući

scensku rasvjetu, razglasne sustave, montažno–demontažne radove i ostale produkcijske komponente koje su nužne za kvalitetno i sigurno izvođenje programa u javnom prostoru. U skladu s tim, rashodi za realizaciju manifestacije Koncertni program na trgovima grada (Splitski litnji koluri) povećani su za 16.250,00 eura te se rebalansom financijskog plana za 2025. godinu planiraju u ukupnom iznosu od 181.250,00 eura.

Na temelju prethodno iznesenih informacija i rebalansa financijskog plana, rashodi u okviru stavke „Podrška razvoju turističkih događanja“ planiraju se u iznosu od 1.167.550,00 eura.

2.5. Podrška turističkoj industriji

• Potpore po odluci Turističkog vijeća

Prema Programu rada i financijskom planu TZGS za 2025. godinu, za potpore po odluci Turističkog vijeća je predviđen iznos od 80.000,00 eura. S obzirom na to da je u 2025. godini pristiglo više zahtjeva za podršku projektima i manifestacijama koji doprinose promociji i razvoju turizma grada Splita, a koji se tijekom godine pojavljuju kao potreba i nije ih moguće precizno definirati ili planirati, izvršena je prilagodba proračuna za ovu aktivnost na 130.000,00 eura, čime se omogućilo pravodobno uključivanje u projekte od strateškog interesa te pružila podrška inicijativama koje doprinose vidljivosti i konkurentnosti Splita kao turističke destinacije na emitivnim tržištima.

Na temelju prethodno iznesenih informacija i rebalansa financijskog plana, ukupni rashodi za kategoriju „Razvoj turističkog proizvoda“ planiraju se u iznosu od 1.409.350,00 eura.

3. Komunikacija i oglašavanje

3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture

Za ovu stavku inicijalno je bio predviđen iznos od 5.000,00 eura, no rebalansom se planirani iznos korigira na 0,00 eura. Aktivnost nije realizirana jer nije iskazana stvarna potreba za izradom zasebnog profesionalnog branding briefa. Elementi koji su bili predmet ove aktivnosti – razvoj smjernica za kreativna rješenja turističkog brenda destinacije, vizualnog identiteta te ažuriranje novih grafičkih standarda – provedeni su u okviru aktivnosti oglašavanja destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda. Na taj je način racionaliziran proces te izbjegnuto dupliciranje troškova i aktivnosti, uz osiguranu jednaku razinu kvalitete i standardizacije brend komunikacije.

3.8. Internetske stranice

Za ovu aktivnost izvorno je bilo planirano 50.000,00 eura, no rebalansom se iznos korigira na 40.000,00 eura. Tijekom provedbe utvrđeno je da stvarni troškovi tehničkih nadogradnji, optimizacije sadržaja, implementacije funkcionalnosti te održavanja nije

dosegnuo prvotno planiranu razinu. Postignute su uštede bez utjecaja na kvalitetu sustava i korisničkog iskustva, pa se financijski plan usklađuje s realno potrebnim sredstvima.

Na temelju prethodno iznesenih informacija i rebalansa financijskog plana, ukupni rashodi za kategoriju „Komunikacija i oglašavanje“ planiraju se u iznosu od 1.175.000,00 eura.

4. Destinacijski menadžment

4.4. Poticanje na očuvanje i unaprjeđenje okoliša

- **Valorizacija prirodne baštine**

Stavka Valorizacija prirodne baštine smanjuje se sa 6.250 EUR na 0 EUR jer predviđene aktivnosti nisu realizirane. Planirana intervencija obuhvaćala je uspostavu podmorske edukativne staze u uvali Kašjuni, kao interpretacijskog proizvoda fokusiranog na valorizaciju i zaštitu lokalne prirodne baštine. Koncept je uključivao postavljanje niza podmorskih informativno-edukativnih ploča (alge, podmorske biljke, puževi, rakovi, školjke, ribe), uz pripadajuću sidrišnu i plutaču infrastrukturu, sve s ciljem stvaranja novog, nisko intenzivnog i održivog sadržaja za posjetitelje svih dobnih skupina. Aktivnost je također obuhvaćala izradu promotivnih materijala (brošure, plakati), a provodila bi se u partnerstvu s Prirodoslovnim muzejom Split. Projekt nije realiziran zbog nemogućnosti dobivanja potrebnih dozvola, budući da se područje plaže Kašjuni nalazi pod koncesijom dodijeljenom privatnom gospodarskom subjektu, što je blokiralo proces ishoda suglasnosti za intervenciju u akvatoriju. Posljedično, nije bilo moguće pokrenuti operativnu provedbu niti opravdati planirani trošak, pa se iznos rebalansom preraspodjeljuje na 0 EUR.

Na temelju prethodno iznesenih informacija i rebalansa financijskog plana, rashodi u okviru stavke „Poticanje na očuvanje i unaprjeđenje okoliša“ planiraju se u iznosu od 150.000,00 eura te se ukupni rashodi za kategoriju „Destinacijski menadžment“ planiraju se u iznosu od 195.800,00 eura.

Na temelju prethodno iznesenih informacija i rebalansa financijskog plana, ukupni rashodi Turističke zajednice grada Splita u 2025. godini planiraju se u iznosu od 3.368.908,00 eura.

**Izmjene i dopune financijskog plana Turističke zajednice grada Splita za
2025. godinu**

		PRIHODI	Replan 2025.	Plan 2025.	Indeks	udio %
1.		Izvorni prihodi	2.793.416	2.743.416	100	82,92
	1.1.	Turistička pristojba	1.526.546	1.526.546	100	45,31
	1.2.	Članarina	1.266.870	1.216.870	104,11	37,60
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	570.000	570.000	100	16,92
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	1.500	1.500	100	0,04
4.		Prihodi iz EU fondova	0	0	–	0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	3.982	3.982	100	0,12
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0	0	–	0,00
7.		Ostali prihodi	10	10	100	0,00
		SVEUKUPNO	3.368.908	3.318.908	101,51	100,00

(u eurima)

		AKTIVNOSTI	Replan 2025.	Plan 2025.	Indeks	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	63.418	58.418	109	1,88
	1.1.	Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata	62.180	57.180	109	1,85
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	0	–	0,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	1.238	1.238	100	0,04
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.409.350	1.343.100	104,93	41,83
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	28.800	28.800	100	0,85
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.167.550	1.151.300	101	34,66
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	213.000	163.000	130,67	6,32
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.175.000	1.190.000	99	34,88
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	0	5.000	–	0,00
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	150.000	150.000	100	4,45
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	45.000	45.000	100	1,34
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	175.000	175.000	100	5,19
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	55.000	55.000	100	1,63

	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	40.000	40.000	100	1,19
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	110.000	110.000	100	3,27
	3.8.	Internetske stranice	40.000	50.000	80	1,19
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	10.000	10.000	100	0,30
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	550.000	550.000	100	16,33
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	195.800	202.050	97	5,81
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	5.800	5.800	100	0,17
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije	30.000	30.000	100	0,89
	4.3.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	10.000	10.000	100	0,30
	4.4.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	150.000	156.250	96	4,45
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	340	340	100	0,01
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	525.000	525.000	100	15,58
	6.1.	Plaće	420.000	420.000	100	12,47
	6.2.	Materijalni troškovi	75.000	75.000	100	2,23
	6.3.	Tijela turističke zajednice	30.000	30.000	100	0,89
7.		REZERVA				
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				
		SVEUKUPNO	3.368.908	3.318.908	101,51	100,00