



**PROGRAM RADA I
FINANCIJSKI PLAN
TURISTIČKE ZAJEDNICE
GRADA SPLITA ZA 2026.
GODINU**



Split
Tourist Board of Split
TURISTIČKA ZAJEDNICA

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

PREGLED STANJA I TRENDOVA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Prema prognozama Svjetske turističke organizacije (UNWTO), u 2026. godini očekuje se stabilan rast međunarodnih dolazaka i daljnja transformacija globalne turističke potražnje. Očekuje se da će broj međunarodnih putnika porasti za oko 10,2 % i dosegnuti 85 milijuna, čime će se nadmašiti razine prije pandemije. Tržište turizma nastavit će rasti stopom od 6 % do 9 % godišnje u razdoblju 2025.–2026., uz umjereni globalni rast prosječne dnevne hotelske cijene od oko 1,2 %. Paralelno s kvantitativnim rastom, sektor sve više prelazi na kvalitetu, s naglaskom na održivost, odgovorno upravljanje i stvaranje veće vrijednosti po posjetitelju. Ključni trendovi za 2026. jasno pokazuju pomak prema putovanjima usmjerenima na zdravlje i dugovječnost, uranjajuća i autentična lokalna iskustva te sporiji, održiviji način putovanja. Sve više putnika bira destinacije i proizvode koji potiču fizičko i mentalno blagostanje, duže boravke te regenerativni pristup odmoru. Potražnja za dubinskim kulturnim doživljajima raste, uključujući zajednički razvoj ponude s lokalnim i autohtonim zajednicama. Održivost postaje *mainstream* – putnici sve češće biraju „*destination dupes*“ kako bi izbjegli prekomjerno turističko opterećenje, koriste električna vozila i dijeljeni prijevoz, a destinacije uvode klimatske pristojbe i druge mehanizme upravljanja. Istodobno jača trend sporijeg putovanja, s većim interesom za izvansezonske i manje užurbane itinerare. Ruralna i prirodna područja ostaju u fokusu razvoja, potaknuta pandemijskim preokretom prema otvorenim prostorima i lokalnim zajednicama, što otvara prostor za obnovu i revitalizaciju manjih sredina kroz održive modele turizma. Tehnologija, osobito umjetna inteligencija, dodatno ubrzava promjene, olakšavajući personalizirano planiranje, transparentnost i fleksibilnost, ali uz jasnu poruku: tehnološki napredak mora ići ruku pod ruku s pozitivnim društvenim i ekološkim učinkom.

Prema izvješću Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (WTTC), razdoblje 2025. – 2030. obilježit će rekordni rast globalnog turizma, snažan investicijski zamah te redefiniranje prioriteta putnika. Turizam se očekuje na povijesnom vrhuncu i međunarodna potrošnja putnika već 2025. godine dosegnut će 2,1 bilijun dolara, dok će ukupna ekonomska vrijednost sektora do 2033. godine narasti na 15,5 bilijuna dolara, što predstavlja više od 10% globalnog BDP-a. Paralelno s time, do 2035. predviđa se otvaranje 91 milijun novih radnih mjesta, čime bi ukupan broj zaposlenih u turizmu narastao na 460 milijuna. Investicije u sektor nadmašile su 1 bilijun dolara u 2024. i nastavljaju rasti, uz sve izraženiji fokus na obnovu postojećih destinacija i održivi razvoj novih. Promjena u ponašanju putnika jasno potvrđuje pomak prema održivosti, personalizaciji i tehnološkoj integraciji. Putnici žele dulje boravke, snažniji pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu i manji ekološki otisak. Masovni turizam sve više zamjenjuju iskustva oblikovana prema interesima pojedinca, dok se digitalna integracija podrazumijeva u svim fazama putovanja, od planiranja do boravka u destinaciji. Istodobno raste i potražnja za tzv. „*digital detox*“ putovanjima, koja nude

oslobađanje od tehnologije i jačanje osobnog blagostanja. Sve veći interes dobivaju i manje poznate destinacije, no njihov rast zahtijeva odgovorno upravljanje kako bi se izbjegle negativne posljedice prekomjernog turizma. Turističke destinacije pritom pojačavaju ulaganja u otpornost i krizno planiranje, svjesne nužnosti pripreme za potencijalne poremećaje poput prirodnih katastrofa, pandemija ili geopolitičkih nestabilnosti.

Prema najnovijem izvješću „*Travel Predictions 2026*“ platforme Booking.com, putovanja će u nadolazećoj godini postati izrazito personalizirana, vođena individualnim interesima, identitetom i željom putnika da njihova iskustva odražavaju tko su i što vole. Na uzorku od više od 29.000 putnika iz 33 zemlje, uključujući Hrvatsku, platforma identificira ključne trendove koji pokazuju odmak od standardiziranih aranžmana prema putovanjima kao obliku samoizražavanja i testiranja osobnih odnosa. Jedan od naglašenih trendova je porast „*romantasy*“ putovanja, odnosno putovanja inspiriranih fantastičnim književnim i filmskim svjetovima. Čak 71 % putnika zainteresirano je posjetiti destinacije nadahnute fantastičnim scenarijima, dok je 53 % spremno sudjelovati u *role-play* putovanjima temeljenima na omiljenim pričama. Tehnologija, posebno umjetna inteligencija, dodatno potiče ovu vrstu iskustava kroz preporuke lokacija, „*storybook*“ smještaja i filmskih setova. Drugi snažan trend odnosi se na tehnološki unaprijeđeni smještaj, posebno „*humanoid homes*“, odnosno apartmane i kuće opremljene robotima za čišćenje i pripremu hrane, kao i automatiziranim sustavima održivosti. Čak 77 % putnika otvoreno je za takvu vrstu smještaja, pri čemu su praktičnost i inovativnost glavne motivacije. U 2026. godini putovanja se sve češće koriste kao test kompatibilnosti u partnerskim, prijateljskim ili poslovnim odnosima. Više od 69 % ispitanika spremno je oputovati s osobom kako bi provjerili koliko su međusobno usklađeni, uključujući i putovanja s ograničenim budžetom, lošom povezanošću ili izazovnim uvjetima. Posebno se ističe generacija Z kao najsklonija eksperimentalnim modelima putovanja. Istovremeno raste fokus na kulturološke i gastronomske suvenire, tzv. „*shelf-ie souvenirs*“, gdje se kuhinjski ormari pretvaraju u *homage* destinacijama. Više od 55 % putnika spremno je putovati u destinacije poznate po specifičnim prehrambenim ili dizajnerskim proizvodima. Osjetan je i porast putovanja motiviranih astrologijom, duhovnošću i kozmičkim fenomenima te bi 47 % putnika promijenilo ili otkazalo putovanje prema savjetu duhovnog vodiča, dok mlađe generacije, posebno generacija Z, češće planiraju odmore prema mjesečevim mijenama ili astrološkim datumima. Wellness putovanja dobivaju novu dimenziju kroz tzv. „*glow-cations*“, personalizirane tretmane kože visokotehnološkim metodama, uključujući AI analizu, pametna ogledala i smještajne jedinice s prilagođenim klimatskim uvjetima za regeneraciju tijela. Trendovi uključuju i jači povratak prirodi kroz „*hushed hobbies*“ – aktivnosti poput promatranja ptica, foraginga ili ribolova, pri čemu se prioritet daje tišini, oporavku i digitalnoj detoksikaciji. Tehnologija ostaje prisutna, ali u funkciji nenametljivog vodiča kroz prirodu. Dodatno, tzv. „*pastports*“

putovanja povezuju tehnologiju i nostalgiju – AI mapiranje uspomena omogućuje rekreiranje važnih trenutaka i povratak na lokacije iz starih fotografija. Također, „*modern milestone missions*“ definiraju novu logiku povoda za putovanja – umjesto tradicionalnih prijelomnih trenutaka, putnici sve češće slave osobne uspjehe, izlazak iz krize ili jednostavno činjenicu da „zaslužuju odmor“. 67 % putnika navodi da im uopće nije potreban razlog za rezervaciju putovanja.

Prema izvješću „*Unpack '26: The Trends in Travel*“, Expedia Group identificira ključne pomake u ponašanju putnika i razvoju turističke ponude za 2026. godine, na temelju podataka prikupljenih od 24.000 putnika diljem svijeta. Fokus je sve manje na klasičnom odmoru, a sve više na iskustvima koja kombiniraju kulturu, autentičnost, osobni razvoj i novi oblik „svrhovitog putovanja“. Vidljiv je porast interesa za destinacije koje uspješno balansiraju rast turizma s održivim upravljanjem, transparentno komuniciraju svoj razvojni model i aktivno čuvaju lokalne resurse, što potvrđuje sve veći značaj koncepta odgovornog destinacijskog upravljanja. Među najistaknutijim trendovima za 2026. ističe se rast putovanja motiviranih specifičnim interesima, kao što su praćenje lokalnih sportskih tradicija, autentičnih kulturnih događaja ili lifestyle fenomena. Putnici sve češće biraju iskustva koja ih uvode u lokalnu zajednicu i kulturu, a posebice generacije Z i milenijalci pokazuju snažan interes za uranjajuća putovanja koja donose osjećaj pripadnosti, a ne samo posjet. Paralelno raste i potražnja za smještajem s pričom, poput obnovljenih povijesnih zgrada, prenamijenjenih škola, stanica, banaka ili industrijskih objekata, koji postaju atraktivna opcija za one koji žele boravak s karakterom i autentičnim identitetom, a ne standardizirani hotelski proizvod. Još jedan važan trend je tzv. „*hotel hopping*“, odnosno višestruki boravak unutar jedne destinacije, motiviran željom za istraživanjem više kvartova, raznolikih stilova smještaja ili optimizacijom budžeta. Taj trend dodatno jača koncept „*bleisure*“ putovanja, u kojem se poslovni i privatni boravci spajaju u fleksibilne itinerare. Uz to, rastu i „*readaway*“ odmori, tj. putovanja posvećena čitanju, odmoru, mentalnom resetu i kvalitetnom vremenu s bližnjima, kao i „*farm stay*“ koncept, koji prati rast sporog, prirodno orijentiranog turizma i potražnje za autentičnim ruralnim doživljajima. Ekspanzija „*set-jettinga*“, putovanja inspiriranih filmovima i serijama, prelazi iz trenda u ozbiljan tržišni segment s visokom komercijalnom vrijednošću. Vizualno inspirirana putovanja sve više oblikuju odluke putnika, a audiovizualna industrija postaje jedan od najjačih neformalnih promotora destinacija. Sveukupno gledano, 2026. godina potvrđuje nastavak globalnog pomaka prema putovanjima koja su više temeljena na identitetu, smislu, lokalnosti i održivosti, uz sve veću ulogu podataka, personalizacije i svjesnog upravljanja turističkom potražnjom.

Izvješće „*Travel Trends 2026*“, koje je objavio Skyscanner, potvrđuje da putovanja u nadolazećem razdoblju postaju izrazito personalizirana, vođena individualnim interesima, identitetom i osjećajem vrijednosti za uloženi novac. Putnici sve više kreiraju itinerare prema vlastitim navikama, strastima i načinu života – od beauty

rituala i književnih inspiracija, do gastronomije iz perspektive lokalnih trgovina, obiteljskih putovanja i smještaja koji sam po sebi predstavlja atrakciju. Putovanje više nije samo odlazak na odmor, nego prilika za izražavanje osobnog životnog stila kroz odabir aktivnosti, smještaja, hrane, društva i ritma putovanja. Jedan od ključnih trendova je naglašena uloga estetike, kulture njege i brige o sebi, pri čemu beauty iskustva postaju dio putničke rute, dok gastronomija sve više prelazi iz fine dininga u „svakodnevni život destinacije” – istraživanje lokalnih supermarketa, pekarnica ili ulične hrane postaje autentični način upoznavanja kulture. Istovremeno, raste popularnost putovanja motiviranih knjigama, književnim lokacijama ili povlačenjem u tišinu i čitanje, što potvrđuje daljnji razvoj „*slow travel*” pristupa. Skyscanner bilježi i snažan rast društvenih i emocionalnih putovanja, uključujući solo putovanja s naglaskom na upoznavanje novih ljudi, ali i multigeneracijske odmore u kojima obitelji žele opet „kupiti vrijeme zajedno”, uz racionalizaciju troškova. Smještaj u 2026. postaje još važniji element odluke – gosti biraju hotele, vile ili posebne koncepte koji su dio samog doživljaja, a ne samo funkcionalan prostor za noćenje. Pri tome se ističe porast potražnje za smještajem s izrazitim identitetom, arhitekturom i „instagramabilnim” karakterom. Opći smjer putovanja za 2026. pokazuje se kao spoj svrhovitosti, personalizacije i pametnog korištenja resursa – uz očekivani rast međunarodnih putovanja, ali uz sve veći fokus na vrijednost, diferencijaciju i integraciju tehnologije u planiranje i iskustvo putovanja. Umjetna inteligencija prelazi iz asistenta u aktivnog „putničkog suplanera”, a društvene platforme postaju glavna ulazna točka inspiracije, ali i odabira manje poznatih, specifičnih iskustava koja odražavaju osobni stil putnika.

Globalni trendovi putovanja za 2026. godinu jasno pokazuju transformaciju turizma prema osobnijem, održivijem i tehnološki sofisticiranijem iskustvu. Putnici sve više traže smisao, autentičnost i dobrobit – biraju destinacije koje nude ravnotežu između opuštanja, kulturnog urovanja i brige o zdravlju. Naglasak je na sporijem ritmu, lokalnom doživljaju, off-season putovanjima i održivim praksama koje smanjuju utjecaj na okoliš. Tehnologija, posebno umjetna inteligencija, postaje ključni alat u planiranju i personalizaciji putovanja, dok vrijednost za novac i emocionalna povezanost s destinacijom postaju glavni kriteriji odabira. Turizam 2026. tako prelazi iz faze masovnog kretanja u eru svjesnog, smislenog i individualno oblikovanog iskustva.

STATISTIČKI POKAZATELJI TURISTIČKOG PROMETA

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

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 6. studenog 2025., u razdoblju od siječnja do listopada 2025. godine broj dolazaka stranih turista u Republici Hrvatskoj iznosio je 18,07 milijuna (indeks 101 u usporedbi s istim razdobljem 2024. godine), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 2,88 milijuna (indeks 108). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 94,91 milijuna noćenja stranih turista (indeks 101), kao i 13,03 milijuna noćenja domaćih turista (indeks 103). Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka u razdoblju siječanj-listopad iznosio je 20,95 milijuna (indeks 102), a istovremeno je zabilježeno 107,93 sveukupnih noćenja (indeks 101). Tijekom razdoblja siječanj – listopad, većina noćenja zabilježena je u komercijalnim smještajnim objektima (87 %), nekomercijalni smještajni objekti u ukupnim noćenjima sudjeluju s udjelom od 10 %, dok na nautiku otpada 3 %. U komercijalnom segmentu, obiteljski je smještaj ostvario je 42 % prometa, dok je hotelski smještaj ostvario 26 %, kamping segment 23 % prometa, a ostali objekti za smještaj 9 %. Tijekom razdoblja siječanj – listopad najveći udjel u ukupnim noćenjima ostvarilo je tržište Njemačke (20 %), a zatim slijede domaće tržište (12 %), te tržišta Slovenije (10 %), Austrije (7 %), Poljske (7 %), Češke (5 %), Ujedinjene Kraljevine (4 %) i Italije (4 %). Tijekom razdoblja siječanj – listopad, Istra je ostvarila najveći udjel u ukupnom nacionalnom turističkom prometu mjerenom noćenjima, dok je na drugom mjestu Splitsko-dalmatinska županija. „Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu (rangirano prema noćenjima) u razdoblju siječanj – listopad 2025. (komercijalni i nekomercijalni promet): Rovinj, Dubrovnik, Poreč, Split, Umag, Medulin, Vir, Zadar, Zagreb i Novalja. Ukupno gledano, 26 % komercijalnih turističkih noćenja u razdoblju siječanj – listopad ostvareno je na temelju turističkog prometa u organiziranom segmentu, dok se 74 % odnosi na individualni segment. U hotelskim smještajnim objektima organizirani segment ostvario je 53 % prometa. Za kampove udjel organiziranog segmenta iznosio je 28 %, a za obiteljski smještaj 12 %.

U razdoblju od siječnja do listopada 2025. 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 3 % u dolascima i 1 % 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 prvih deset mjeseci u Srednjoj Dalmaciji najveći broj noćenja ostvarili su Poljaci (2,3 milijuna), Nijemci (2,2 milijuna), domaći

turisti (1,4 milijuna), Česi (1,2 milijuna), turisti iz Ujedinjene Kraljevine (1,2 milijun) i turisti iz BiH (1,1 milijun). Najveći broj noćenja u prvih deset mjeseci ostvaren je u Splitu (3 milijuna), Makarskoj (1,7 milijuna), Omišu, Baškoj Vodi i Tučepima. Promatrajući prema klasterima, najveći promet ostvaren je na Splitskoj rivijeri (ukupno 46 % noćenja), Makarskoj rivijeri (33 % noćenja), otoku Braču (10 % noćenja), dok na otok Hvar, otok Vis i Dalmatinsku zagoru otpada oko 11 % noćenja ostvarenih u dosadašnjem dijelu 2025. godine. Najveći broj noćenja u komercijalnom smještaju ostvaren je u objektima u domaćinstvu (10,6 milijuna) i hotelima (4,9 milijuna).

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 10. studenog 2025., od siječnja do listopada na području grada Splita ostvareno je 1.038.660 i 3.145.416 noćenja, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine, kada je ostvareno 1.001.759 dolazaka i 3.070.384 noćenja, predstavlja rast od 3,68 % u dolascima i 2,44 % u noćenjima. Strani turisti ostvarili su 942.134 dolazaka i 2.943.238 noćenja (indeks 102,31), a domaći turisti ostvarili su 96.526 dolazaka i 202.178 noćenja (indeks 104,40). U nastavku je prikazan turistički promet od siječnja do listopada prema naseljima na području grada Splita i usporedba s istim razdobljem prošle godine. U nastavku je prikazan turistički promet od siječnja do listopada prema naseljima na području grada Splita i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Objekt lokacija	2025		2024		Indeks 2025/2024	
	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja
Donje Sitno	257	1.797	445	2.706	57,75	66,41
Gornje Sitno	728	5.093	680	4.822	107,06	105,62
Kamen	7.583	15.099	5.890	13.191	128,74	114,46
Slatine	18.157	143.689	19.221	156.151	94,46	92,02
Split	956.943	2.724.752	919.014	2.631.733	104,13	103,53
Srinjine	2.157	14.697	1.909	14.008	112,99	104,92
Stobreč	49.145	216.568	50.804	223.699	96,73	96,81
Žrnovnica	3.690	23.721	3.796	24.074	97,21	98,53
Ukupno	1.038.660	3.145.416	1.001.759	3.070.384	103,68	102,44

Promatrajući turistički promet po mjesecima, najviše noćenja ostvareno je u kolovozu i srpnju i sveukupno iznosi 1.384.439 noćenja, što čini 44 % svih ostvarenih noćenja. Zatim slijede mjeseci lipanj i rujanj kada je ostvareno sveukupno 873.268 noćenja, što čini 27,76 % svih ostvarenih noćenja u prvih deset mjeseci 2025. godine.

Promatrajući turistički promet prema tržištima, tj. zemlji porijekla turista, od siječnja do listopada 2025. godine na području grada Splita najviše noćenja ostvareno je s tržišta SAD-a (367.463 noćenja), Ujedinjene Kraljevine (353.521 noćenja), Njemačke

(278.360 noćenja), Francuske (208.318 noćenja), Hrvatske (202.178 noćenja), Poljske (133.263 noćenja), Nizozemske (129.867 noćenja), Španjolske (106.173 noćenja), Australije (95.004 noćenja), Italije (90.463 noćenja) i Kanade (80.468 noćenja). Navedena tržišta, izuzev Hrvatske, ostvarila su 58,59 % svih noćenja u deset mjeseci 2025. godine. U nastavku su prikazani dolasci i noćenja od siječnja do listopada na području grada Splita prema glavnim emitivnim tržištima i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Turist Država prebivališta	2025		2024		Indeks 2025/2024	
	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja
SAD	153.885	367.463	134.982	316.631	114,00	116,05
UK	101.406	353.521	97.538	335.837	103,97	105,27
Njemačka	69.870	278.360	67.627	263.645	103,32	105,58
Francuska	59.357	208.318	60.842	210.692	97,56	98,87
Hrvatska	96.526	202.178	84.684	193.653	113,98	104,40
Poljska	28.416	133.263	26.500	128.093	107,23	104,04
Nizozemska	34.227	129.867	37.550	148.806	91,15	87,27
Španjolska	42.419	106.173	40.990	98.454	103,49	107,84
Australija	40.114	95.004	42.875	101.838	93,56	93,29
Italija	31.103	90.463	31.582	88.700	98,48	101,99
Kanada	29.621	80.468	27.012	72.422	109,66	111,11
Ostalo	351.716	1.100.338	349.577	1.111.613	100,61	98,99
Ukupno	1.038.660	3.145.416	1.001.759	3.070.384	103,68	102,44

Promatrajući ostvareni turistički promet prema starosti turista, najviše noćenja od siječnja do listopada 2025. godine ostvarili su turisti od 25 do 34 godine (664.183 noćenja) i turisti od 18 do 24 godine (648.743 noćenja). Najveće stope rasta dolazaka i noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godine bilježe turisti starosti od 65 godina i više (rast od 7,81 % dolazaka i 10,28 % noćenja), zatim turisti starosti od 55 do 64 godine (rast od 5,76 % dolazaka i 5,87 % noćenja), te turisti od 45 do 54 godine (rast od 5,73 % dolazaka i 5,38 % noćenja). U nastavku je tablični prikaz dolazaka i noćenja od siječnja do listopada na području grada Splita prema starosti turista i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Turist	2025		2024		Indeks 2025/2024	
	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja
0-5	13.178	52.166	13.611	54.793	96,82	95,21
12-17	44.958	164.530	41.992	160.822	107,06	102,31
18-24	173.564	648.743	168.846	641.779	102,79	101,09
25-34	228.010	664.183	230.094	679.880	99,09	97,69
35-44	156.661	446.173	149.508	433.316	104,78	102,97
45-54	150.002	424.935	141.868	403.257	105,73	105,38
55-64	143.069	385.124	135.272	363.768	105,76	105,87
6-11	23.442	87.328	22.455	85.926	104,40	101,63
65-120	105.775	272.229	98.113	246.843	107,81	110,28
Ukupno	1.038.659	3.145.411	1.001.759	3.070.384	103,68	102,44

Promatrajući ostvareni turistički promet prema vrstama objekta, od siječnja do kraja listopada najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu (1.701.917 noćenja), odnosno 54,11 % svih ostvarenih noćenja, te u hotelima (793.854 noćenja), što je 25,24 % ukupno ostvarenih noćenja, a koji bilježe povećanje od 5 % u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prošle godine. U nastavku je tablični prikaz ostvarenih noćenja od siječnja do listopada na području grada Splita prema vrstama objekta i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Objekt	2025		2024		Indeks 2025/2024	
	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja
Hoteli	370.497	793.854	356.729	755.537	103,86	105,07
Kampovi	30.815	130.535	32.741	134.917	94,12	96,75
Nekomercijalni smještaj	1.484	25.038	1.913	27.492	77,57	91,07
Objekti u domaćinstvu	436.594	1.701.917	413.793	1.656.352	105,51	102,75
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	199.270	494.072	196.583	496.086	101,37	99,59
Ukupno	1.038.660	3.145.416	1.001.759	3.070.384	103,68	102,44

Promatrajući broj objekata i kreveta u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, prema podacima sustava eVistor obrađenim na dan 10. studenog 2025. godine, na području grada evidentirano je sveukupno 10.083 objekata, što je u odnosu na isti dan prošle godinu povećanje od 4,53 % i 46.507 kreveta, što je povećanje od 3,24 % u odnosu na isti dan prošle godine. Promatrajući isključivo komercijalni smještaj, na području grada Splita 10. studenog 2025. godine evidentirano je 8.741 objekata, što je u odnosu na isti dan prošle godine povećanje od 4,47 % i 40.606 kreveta, što je povećanje od 3,10 % u odnosu na isti dan prošle godine. Promatrajući udjele kreveta

u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, 10,99 % kreveta nalazi se u hotelima, 2,03 % kreveta u kampovima, 12,71 % kreveta u nekomercijalnom smještaju, 59,62 % kreveta u objektima u domaćinstvu i 14,68 % u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj. Promatrajući udjele kreveta isključivo u komercijalnom smještaju, 12,59 % kreveta nalazi se u hotelima, 2,32 % u kampovima, 68,28 % u objektima u domaćinstvu i 16,81 % u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj.

Objekt	2025			Udio 2025		
Vrsta objekta	Objekt	Smještajne jedinice	Kreveti	Objekt	Smještajne jedinice	Kreveti
Hoteli	58	2.493	5.111	0,66%	15,96%	12,59%
Kampovi	1	314	942	0,01%	2,01%	2,32%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1	1	2	0,01%	0,01%	0,00%
Objekti u domaćinstvu	8.001	10.131	27.726	91,53%	64,85%	68,28%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	680	2.684	6.825	7,78%	17,18%	16,81%
Ukupno	8.741	15.623	40.606	100,00%	100,00%	100,00%

STRATEŠKI CILJEVI

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

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

Dugoročni strateški ciljevi

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

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

Strateške smjernice razvoja turizma na regionalnoj razini definirane su Glavnim planom razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017 – 2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga, pa je u skladu s tim rad Turističke zajednice grada Splita usmjeren na potporu u realizaciji sljedećih strateških ciljeva na regionalnoj razini:

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

Strateške smjernice razvoja turizma na lokalnoj razini definirane su Strategijom razvoja grada Splita do 2030. godine s Akcijskim planom (poglavlje Gospodarstvo, cilj 3, mjera 3.3.), dok su strateški ciljevi razvoja turizma grada Splita definirani Planom upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029. Kao strateški ciljevi izdvajaju se:

1. Povećati turističku potrošnju, prosječnu duljinu boravka i kvalitetu ponude, uz daljnje jačanje poduzetništva, zapošljavanja u turizmu i pratećim gospodarskim aktivnostima;
2. Unaprijediti prometnu, komunalnu i digitalnu infrastrukturu (razviti pametne prometne sustave, poboljšati dostupnost ključnih atrakcija i infrastrukturom podupirati razvoj cjelogodišnjeg turizma);
3. Povećati zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma, povezati koristi od turizma za lokalno stanovništvo kroz uključivanje lokalne zajednice, ostvariti socijalnu ravnotežu u povijesnoj jezgri i unaprijediti život tijekom cijele godine;
4. Očuvati i valorizirati kulturnu i prirodnu baštinu kroz razvoj inovativnih i integriranih turističkih proizvoda koji se vode prihvatnim kapacitetom, koriste suvremene interpretacijske modele i doprinose prepoznatljivosti Splita;
5. Razvijati turizam u skladu s načelima održivosti – zaštititi okoliš i kulturni krajolik, pratiti pokazatelje održivosti i prihvatnog kapaciteta te u skladu s njima djelovati u području zaštite.

Aktivnosti tržišnog pozicioniranja grada Splita kao turističke destinacije i aktivnosti promocije i oglašavanja Turističke zajednice grada Splita u narednom razdoblju propisane su Strateškim i operativnim marketinškim planom turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030., uvažavajući ciljeve i smjernice propisane Strateškim marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma za razdoblje do 2027. godine i Glavnim planom razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017 – 2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga. Željena slika grada Splita kao turističke destinacije definirana je Planom upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029. i Strateškim i operativnim marketinškim planom turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030. i glasi:

„Split je prepoznat na međunarodnom turističkom tržištu kao jedna od najatraktivnijih destinacija Mediterana koja je predana razvoju odgovornog turizma, poštujući baštinu, štiteći karakter grada i kvalitetu života stanovništva te je, upravljajući ponudom visoke vrijednosti, usmjerena na pružanje niza dojmljivih iskustava diljem grada različitim segmentima gostiju tijekom cijele godine.“

U skladu s postavljenom vizijom Splita kao održive i odgovorne turističke destinacije koja želi štititi svoje nasljeđe i kvalitetu života lokalne zajednice, kao i umanjiti prostornu i sezonsku koncentraciju turizma, te pomakom prema 'više od stare gradske jezgre, ljeta i plaže' bolje valorizirati ukupne potencijale grada, definirani su sljedeći međusobno povezani strateški ciljevi destinacijskog marketinga za razdoblje do 2030. godine:

1. Produljenje turističke sezone,
2. Prostorna disperzija turističke aktivnosti,
3. Unaprjeđenje kvalitete turističke ponude,
4. Jačanje snage i ugleda brenda.

Sukladno postavljenim strateškim ciljevima, marketinška strategija turizma grada Splita u razdoblju 2025. - 2030. podrazumijeva ostvarivanje rasta potražnje koji proizlazi primarno iz pojačanog interesa za dolascima u predsezoni (ožujak, travanj, svibanj) i posezoni (listopad, studeni), bolje iskorištenosti ukupnih smještajnih kapaciteta te rasta hotelskog kapaciteta (npr. novi hoteli u izgradnji izvan područja stare gradske jezgre i kontaktnih zona). Marketinška strategija je usmjerena na stvaranje ili jačanje motiva posjete i boravka u dijelovima grada izvan stare gradske jezgre, na daljnje unapređenje sadržaja i rast kvalitete turističkih proizvoda te na stvaranje jasnijeg imidža.

Glavni ciljevi u 2026. godini i akcijski plan

Glavni ciljevi Turističke zajednice grada Splita za 2026. godinu usklađeni su sa strateškim ciljevima razvoja turizma na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.

Cilj 1: Unaprjeđenje strateškog okvira za planiranje, upravljanje i kontrolu razvoja turizma u gradu Splitu

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- usvojiti izrađeni Plan upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029. na predstavničkom tijelu jedinice lokalne samouprave, što je obveza propisana Zakonom o turizmu, te provoditi ili sudjelovati u provedbi aktivnosti i projekata koji su propisani Planom u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

i njenim tijelima / tvrtkama / ustanovama, a po potrebi i s državnim i županijskim službama;

- podupirati i osigurati participaciju dionika iz domene javnog, privatnog i civilnog sektora u aktivnostima upravljanja razvojem grada i turizma grada Splita;
- poticati i zagovarati izradu strateške podloge za održivo i odgovorno upravljanje resursima koji su dio ili mogu biti dio turističke ponude pred relevantnim tijelima državne, županijske i gradske uprave, ovisno o nadležnostima;
- provoditi kontinuirani monitoring razvoja turizma s aspekta ključnih pokazatelja održivosti i pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije te s aspekta izvršenja ciljeva definiranih kroz relevantne dokumente.

Cilj 2: Unaprjeđenje operativnog okvira za brendiranje i marketing destinacije te poticanje suradnje, umreženosti i koordinacije dionika na području destinacije

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- implementacija ključnih postavki, taktika i alata predviđenih Strateškim i operativnim marketinškim planom turizma grada Splita kroz usmjerenost promidžbenih napora na pozicioniranje Splita kao vodećeg odredišta hrvatskog dijela Jadrana i Dalmacije usmjerenog na očuvanost prostora te očuvanje i puno vrednovanje nacionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti;
- sinergijsko djelovanje u marketingu kroz oglašavanje, odnose s medijima, edukaciju za turističku industriju, unapređenje sadržaja o destinaciji temeljeno na stvaranju emocija prema njoj i inovativno korištenje online komunikacijskih kanala te mjerenje napretka koji je postignut sinergijskim djelovanjem na glavnim tržištima;
- alociranje budžeta u online oglašavanje uz unapređenje geomarketinga kroz ciljano usmjeravanje aktivnosti i sredstava na odabrane cjeline unutar emitivnih tržišta;
- uključivanje u projekte udruženog oglašavanja s turističkim subjektima te regionalnom i nacionalnom turističkom zajednicom;
- podrška jačanju zračnih veza u razdobljima predsezona i posezone sa zrakoplovnim tvrtkama koje lete u Zračnu luku sv. Jeronima u Resniku;
- poticanje projekata usmjerenih k stvaranju uvjeta za efikasniju koordinaciju javnog i privatnog sektora na lokalnoj razini;
- nastavak digitalizacije sadržaja i marketinških aktivnosti u kojima će komunikacija biti usmjerena na autentičnost i održivost, povećanje ulaganja u digitalni marketing i personalizaciju komunikacije.

Cilj 3: Unaprjeđenje uvjeta za razvoj ključnih obilježja destinacije zajednička svim proizvodima i prostornu disperziju turističke aktivnosti

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- poticanje i iniciranje poboljšanja prometne infrastrukture i organizacije prometa u destinaciji, s naglaskom na rješavanje prometnih zagušenja i učinkovitiji lokalni javni prijevoz;
- sudjelovanje u aktivnostima usmjerenima na jačanje zračne povezanosti Splita izvan glavne sezone, osobito u razdoblju od studenoga do ožujka;
- poticanje modernizacije i podizanja razine uređenosti gradskih plaža;
- poticanje razvoja kvalitetnijih i raznovrsnijih smještajnih kapaciteta, s posebnim naglaskom na povećanje udjela hotela i objekata prilagođenih posebnim oblicima turizma (MICE, zdravstveni, sportski i dr.);
- poticanje prostorne i sezonske ravnoteže turističkih kretanja kroz razvoj događanja na novim lokacijama i korištenje većih javnih prostora;
- provođenje komunikacijskih i edukativnih kampanja s ciljem jačanja svijesti o utjecaju i važnosti turizma te uključivanja lokalne zajednice u razvoj i turističku potrošnju;
- organizaciju i sufinanciranje edukacija, radionica i programa osposobljavanja za dionike u turizmu radi promicanja održivih praksi, inovacija i podizanja kvalitete ponude.

Cilj 4: Povećanje turističke potrošnje pružanjem podrške razvoju konkurentnih, inovativnih i otpornih turističkih proizvoda

Aktivnosti za ostvarenje ovog cilja uključuju:

- poticanje unaprjeđenja kvalitete turističkih proizvoda i usluga kroz provedbu specijaliziranih programa poput projekta IQM Destination Split, usmjerenih na cjelovito upravljanje kvalitetom destinacije;
- proširivanje i diversifikaciju ponude turističkih proizvoda s naglaskom na sadržaje više dodane vrijednosti i njihovu ravnomjernu prostornu raspodjelu;
- poticanje razvoja kulturnog turizma kroz nove tematske manifestacije, suvremene muzejske postave, interpretacijske centre i prezentaciju kulturne baštine korištenjem novih tehnologija;
- poticanje unaprjeđenja gastronomske ponude destinacije s naglaskom na autentičnost, raznolikost i inovativne doživljaje temeljene na lokalnim namirnicama i tradiciji;
- poticanje razvoja sportsko-rekreativnog turizma, uključujući tematske plaže, biciklističke i pješačke staze, sportske centre u prirodi te projekte koji afirmiraju sportsku baštinu Splita i doprinose manifestacijskom turizmu;
- poticanje razvoja posebnih oblika turizma, osobito MICE, zdravstvenog, edukacijskog i volonterskog, koji doprinose produljenju sezone i povećanju otpornosti destinacije.

PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA

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.

Financijski plan Turističke zajednice grada Splita za 2026. godinu temelji se na prihodima od turističke pristojbe, članarine, prihoda iz proračuna Grada, prihoda od sustava TZ, prihoda od gospodarske djelatnosti i ostalih prihoda. Ukupno planirani prihodi u iznosu od 3.527.495,00 eura su za 6,28 % viši u odnosu na prihode temeljem financijskog plana za 2025. godinu, odnosno za 4,71 % viši u odnosu na prihode na temelju izmjena i dopuna financijskog plana za 2025. godinu. Najveće učešće u strukturi izvora prihoda pripada prihodima od turističke pristojbe i članarine.

1. Izvorni prihodi

1.1. Turistička pristojba

Prihodi od turističke pristojbe ostvaruju se na temelju članka 59. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi kojim se uređuje obveza plaćanja turističke pristojbe, način utvrđivanja visine turističke pristojbe, raspoređivanje prikupljenih sredstava turističke pristojbe, rokovi i način naplate i uplate turističke pristojbe i druga pitanja. Turističke zajednice turističku pristojbu koriste za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada i financijskom planu. Sredstva prikupljena turističkom pristojbom jedan su od najvažnijih prihoda sustava turističkih zajednica usmjerena na financiranje

promotivnih aktivnosti i poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji. Pravilnik o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe (NN 71/19) donosi ministar turizma, dok odluku o visini turističke pristojbe donosi županijska skupština. Županijska skupština Splitsko-dalmatinske županije na 33. sjednici, održanoj 23. prosinca 2024., donijela je Odluku o visini turističke pristojbe za 2026. godinu za općine i gradove na području Splitsko-dalmatinske županije. Najveći iznos turističke pristojbe ostvaruje se od noćenja u smještajnim objektima, koja po osobi iznosi 2,65 eura u razdoblju od 1. travnja do 30. rujna, odnosno 1,86 eura u ostalom razdoblju (smještajni objekti u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost), te 1,99 eura u razdoblju od 1. travnja do 30. rujna, odnosno 1,33 eura u ostalom razdoblju (smještajni objekti iz skupine Kampovi –kampovi i kamp odmorišta), i godišnjeg paušalnog iznosa od 70,00 eura kojeg plaćaju osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u objektima u domaćinstvu po registriranom krevetu. Raspodjela turističke pristojbe vrši se na način da se najprije izdvaja 1 % za Crveni križ, zatim 3,5 % za Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent i 2 % za Fond za udružene turističke zajednice, a preostala sredstva dostavljaju se korisnicima:

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

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

Sukladno navedenom, financijskim planom za 2026. godinu planiraju se prihodi od turističke pristojbe u iznosu od ukupno 1.725.000,00 EUR, što je za 13,00 % više u odnosu na prihode planirane temeljem financijskog plana za 2025. godinu, odnosno za 13,00 % u odnosu na prihode planirane temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2025. godinu. Naime, uslijed odličnih rezultata turističke sezone, kao i posezone 2025., očekuje se nastavak pozitivnih trendova i u 2026. godini, kao i pojačane kontrole Državnog inspektorata Republike Hrvatske i naplata duga turističke pristojbe iz prošlih godina.

1.2. Članarina

Prihodi od turističke članarine ostvaruju se na temelju Zakona o članarinama u turističkim zajednicama kojim se uređuje obveza plaćanja članarine, osnovice i stope po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici, način plaćanja

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

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

Financijskim planom za 2026. godinu planiraju se prihodi od članarine u iznosu od 1.267.000,00 EUR, što u odnosu na financijski plan 2025. godine predstavlja povećanje od 4,12 %, odnosno povećanje od 0,01 % na temelju izmjena i dopuna financijskog plana za 2025. godinu. Uslijed odličnih rezultata turističke sezone i povećane gospodarske aktivnosti na području grada Splita, očekuje se nastavak pozitivnih trendova na turističkom tržištu grada Splita i u 2026. godini, što će dovesti povećanja prihoda po osnovi turističke članarine.

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

Prihodi iz proračuna Grada Splita planiraju se u iznosu od 530.000,00 EUR. Spomenuta sredstva proračuna predstavljaju potporu Grada Splita za realizaciju gradskih

manifestacija kao i druge aktivnosti za poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji u skladu sa zajedničkim dogovorima oko raspodjele sredstava turističke pristojbe uplaćene na račun Grada Splita.

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

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

4. Prihodi od EU fondova

U 2026. godini nisu planirani prihodi od EU fondova.

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Prihodi od gospodarske djelatnosti odnose se na prihod od zakupa poslovnog prostora za bankomat Privredne banke Zagreb (PBZ) u Stobreču i planira se u iznosu od 3.982,00 EUR.

6. Preneseni prihod iz prethodne godine

U 2026. godini nije planiran preneseni prihod iz prethodne godine.

7. Ostali prihodi

Ostali nespomenuti prihodi predstavljaju kamate na sredstva na računu i ostale neplanirane prihode od pravnih i fizičkih osoba. Ova vrsta prihoda planirana je u iznosu od 13,00 EUR.

RASHODI – AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata

U 2026. godini nisu planirane aktivnosti izrade strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata. U 2025. izrađeni su sljedeći strateški i operativni dokumenti: *Strateški i operativni marketinški plan turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030.* i *Plan upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029.*

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Strateškim i operativnim marketinškim planom turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030. propisan je koncept implementacije programa tržišnih istraživanja. Osnovni skup tržišnih istraživanja i njihova učestalost provedbe uključuje: istraživanje obilježja putovanja i boravka turista u Splitu (jednom u dvije godine), istraživanje zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja Splita (jednom u dvije godine), istraživanje stavova i mišljenja lokalnog stanovništva (jednom u četiri godine), istraživanje gospodarskih subjekata u turizmu (jednom u dvije godine), te istraživanje snage brenda – brand tracking (jednom u četiri godine).

S obzirom na to da je u 2024. godini za potrebe izrade Strateškog i operativnog marketinškog plana turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030. provedeno Terensko istraživanje stavova i potrošnje turista u gradu Splitu u razdoblju predsezona, sezone i posezone 2024. godine na uzorku od 1.154 ispitanika u suradnji sa specijaliziranom agencijom za istraživanje tržišta, u 2026. godini planirana je provedba novog istraživanja. Istraživanje zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja Splita, istraživanje stavova i mišljenja lokalnog stanovništva i istraživanje gospodarskih subjekata u turizmu provedeno je 2025. godine online putem za potrebe izrade Plana upravljanja destinacijom grad Splita za razdoblje 2026. – 2029. te će se ova istraživanja ponoviti u 2027. godini u skladu s propisanom dinamikom.

- **Istraživanje obilježja putovanja i boravka (stavovi, motivi i potrošnja) turista u gradu Splitu u razdoblju predsezona, sezone i posezone 2026. godine**

Ova aktivnost obuhvaća provedbu sveobuhvatnog terenskog istraživanja stavova, ponašanja, motiva i potrošnje turista u gradu Splitu tijekom predsezona, sezone i posezone 2026. godine. Istraživanje se provodi u skladu s dinamikom utvrđenom

Strateškim marketinškim i operativnim planom turizma grada Splita 2025.–2030., prema kojem se ovakav tip terenskih istraživanja provodi svake dvije godine, radi praćenja longitudinalnih promjena u profilu posjetitelja i njihovim potrebama. Realizacijom ove aktivnosti TZ grada Splita osigurava aktualne, reprezentativne i sezonski kalibrirane podatke koji omogućuju preciznije upravljanje destinacijom, optimizaciju marketinških ulaganja te donošenje odluka temeljenih na tržišnim trendovima i aktualnostima. Fokus je na prikupljanju uvida o preferencijama i očekivanjima posjetitelja, razini zadovoljstva postojećom ponudom, obrascima potrošnje, percepciji vrijednosti destinacije, kao i identifikaciji prostornih i vremenskih obilježja turističkog ponašanja. Narativna i kvantitativna komponenta istraživanja bit će ključne za detektiranje novih trendova, evaluaciju učinaka dosadašnjih aktivnosti te identificiranje prilika za unapređenje proizvoda, sadržaja i usluga, posebno u kontekstu rastuće potražnje za autentičnim, održivim i cjelogodišnjim doživljajima.

Troškovi aktivnosti uključuju angažman stručnog istraživačkog tima, izradu metodologije i uzorka, pripremu i provedbu terenskih anketa na više lokacija i u različitim vremenskim periodima, logističku i operativnu podršku, te obradu, analizu i interpretaciju podataka, uključujući završno izvještavanje i prezentaciju nalaza.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partnerske institucije

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026. godine

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Ova aktivnost uključuje korištenje napredne aplikacije za praćenje online medija i digitalnih kanala, koja u stvarnom vremenu pretražuje sadržaj na više od 100 milijuna mrežnih stranica, portala i profila društvenih mreža te identificira objave i teme relevantne za grad Split, turizam u gradu Splitu i sl. Korištenjem ovog alata Turistička zajednica grada Splita osigurava sustavno praćenje medijskog prostora, pravovremenu analizu online objava vezanih uz projekte, događanja, aktivnosti i reputaciju destinacije, kao i nadzor komunikacijskih trendova koji utječu na percepciju Splita kao turističke destinacije. Alat omogućuje praćenje globalnih i lokalnih trendova vezanih uz turizam, konkurentskih komunikacijskih praksi te ponašanja korisnika na društvenim mrežama, što je važno za planiranje i optimizaciju marketinških kampanja.

Troškovi aktivnosti obuhvaćaju korištenje aplikacije i tehničku podršku, uključujući automatizirana izvješća i prilagođene analize temeljene na potrebama Turističke zajednice grada Splita.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.425,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026. godina

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

- **Projekt IQM Destination Split**

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

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026. (peta faza)

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

U 2026. godini nastaviti će se s aktivnostima valorizacije sportske infrastrukture na području grada Splita u okviru projekta razvoja biciklističkog proizvoda i infrastrukture Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad, koji se provodi u suradnji s turističkim zajednicama s područja Splitske rivijere (Kaštela, Omiš, Dugi rat, Marina, Trogir, Okrug, Šolta, Podstrana, Solin i Seget). U 2025. godini u okviru ovog projekta realizirane su sljedeće aktivnosti: aplikacija QR kodova na postojećim biciklističkim oznakama MTB i Family / Trekking staza (grafičko oblikovanje, izrada QR koda za svaku stazu i tisak naljepnica za MTB i Family / Trekking staze); prezentacija projekta razvoja proizvoda Bike zainteresiranim specijaliziranim agencijama za cikloturizam, hotelskim kompanijama i smještajnim objektima; samostalni nastup na specijaliziranom sajmu EUROBIKE; informativna edukacija djelatnika turističkih zajednica Splitske rivijere i nositelja održavanja biciklističkih staza i signalizacije; analiza biciklističkih evenata i prijedlog organizacije novih evenata na području Splitske rivijere. U 2026. godini planirane su sljedeće aktivnosti, odnosno troškovi: projekt uključivanja hotelskih kompanija i smještajnih objekata Bike & bed, Bike hotels u Bike proizvod Splitske rivijere; samostalni nastup dionika Splitske rivijere na specijaliziranom sajmu Italian Bike Festival - Misano Adriatico u rujnu (zakup i opremanje štanda, troškovi putovanja i smještaja za predstavnike TOP SPORT EVENTS d.o.o.); video produkcija - imidž video za proizvod bike (obilazak terena i definiranje lokacija za snimanje, priprema koncepta, scenarija, plana i knjige snimanja, angažman 12-15 statista / biciklista, najam biciklističke opreme i bicikala za potrebe snimanja, najam kombija i osoblja za logistiku tijekom snimanja, angažman snimatelja, snimanje, odabir, sortiranje i montaža videa te postprodukcija); ažuriranje prezentacijske brošure i biciklističkih karata Splitske rivijere (ažuriranje podataka, grafičko oblikovanje, priprema u formatu za web i tisak); informativna edukacija djelatnika turističkih zajednica Splitske rivijere i nositelja održavanja biciklističkih staza i signalizacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 9.550,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2026.

- **Razvoj eno-gastronomskog proizvoda Splitsko-dalmatinske županije – Europske regije gastronomije (EROG) 2027.**

Splitsko-dalmatinska županija ponijela je titulu Europske regije gastronomije za 2027., međunarodno priznanje koje dodjeljuje IGCAT (Međunarodni institut za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam) u suradnji s UNWTO-om i UNESCO-om, namijenjeno

regijama koje se ističu autentičnom gastronomskom baštinom, održivim praksama i snažnom suradnjom turističkog, poljoprivrednog, obrazovnog i kulturnog sektora. Proces kandidature uključivao je opsežnu stručnu evaluaciju te obilazak relevantnih projekata, proizvođača i institucija, čime je potvrđeno da je Srednja Dalmacija regija s razvijenom eno-gastronomskom pričom i visokim potencijalom za međunarodnu vidljivost. Kao središnja destinacija županije, Turistička zajednica grada Splita aktivno će se uključiti u provedbu programa i razvoj aktivnosti u godini koja prethodi nošenju titule u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko – dalmatinske županije i ostalim dionicima. Fokus će biti na jačanju mreže dionika u gradu, povezivanju s proizvođačima, ugostiteljima, obrazovnim institucijama i kulturnim ustanovama te podupiranju zajedničkih projekata koji doprinose kvaliteti eno-gastronomске ponude. Planirane aktivnosti uključuju sudjelovanje u promociji brenda Europske regije gastronomije i korištenje vizualnog identiteta projekta u komunikacijskim aktivnostima i partnerskim inicijativama, doprinos razvoju i promociji novih i postojećih eno-gastronomskih manifestacija u Splitu u suradnji sa županijskom turističkom zajednicom i lokalnim dionicima, podršku edukacijama i radionicama usmjerenima na podizanje kvalitete gastronomskih i ugostiteljskih usluga, te uključivanje lokalnih subjekata u programe razmjene znanja i dobrih praksi, sudjelovanje u izradi i distribuciji novih promotivnih alata vezanih uz eno-gastronomiju (tematske digitalne objave, video materijali, komunikacijski sadržaji) te koordinaciju turističkog sustava na području cijele županije kako bi se osigurala vidljivost aktivnosti, uvezivanje događanja i koherentna prezentacija Splita kao jedne od ključnih točke eno-gastronomске ponude Srednje Dalmacije. Ove aktivnosti doprinose jačanju kvalitete, promocijske snage i međunarodne prepoznatljivosti lokalne eno-gastronomске scene.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica Splitsko- dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita, turističke zajednice s područja Splitsko – dalmatinske županije i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 10.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

U 2026. godini nisu predviđene aktivnosti označavanja kvalitete turističkog proizvoda. Kontinuirani napredak u kvaliteti destinacijske ponude nastavlja se provoditi kroz projekt IQM Destination Split, koji predstavlja temeljni operativni okvir za sustavno praćenje i upravljanje kvalitetom ponude i usluga na razini destinacije.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

- **Sudamja**

Sudamja, tradicionalna proslava blagdana svetog Dujma – zaštitnika Splita, predstavlja jednu od najznačajnijih kulturno-vjerskih manifestacija u gradu, a u suvremenom kontekstu funkcionira i kao simboličan „rođendan grada“. Manifestacija se organizira kroz široko partnerstvo Grada Splita, Splitsko-makarske nadbiskupije, Turističke zajednice grada Splita, gradske tvrtke Žnjan d.o.o., kulturnih i obrazovnih institucija te brojnih udruga i kulturno-umjetničkih društava, što potvrđuje njezin strateški značaj u destinacijskom kulturnom i društvenom krajoliku. Program Sudamje 2026. obuhvaća niz cjelodnevnih aktivnosti osmišljenih tako da valoriziraju i interpretiraju bogatu materijalnu i nematerijalnu baštinu Splita. Kroz pučke fešte, klapske nastupe, folklorne programe, tematska događanja u povijesnim gradskim kvartovima, sportske aktivnosti poput tradicionalne regate Sveti Duje te prigodne programe na Marjanu i u Varošu, manifestacija potiče aktivno sudjelovanje lokalne zajednice i dodatno obogaćuje doživljaj grada za posjetitelje iz Hrvatske i inozemstva. Ciljevi manifestacije usmjereni su na unapređenje interpretacije kulturne baštine, jačanje identitetskih vrijednosti Splita i poticanje održive suradnje između javnog, privatnog i civilnog sektora. Aktivnosti uključuju provedbu online kampanje, izradu i distribuciju promotivnih materijala, produkciju i logističku organizaciju programskih cjelina na ključnim lokacijama (Riva, Trg Gaje Bulata – HNK, Park-šuma Marjan, Varoš, Peškarija), tehničku podršku (pozornica, razglas, rasvjeta), angažman izvođača i sufinanciranje projekata povezanih s obilježavanjem Sudamje.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 180.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: svibanj 2026.

Vrijeme održavanja: 28. travnja – 10. svibnja 2026.

- **Split Maraton**

Split Maraton predstavlja jednu od najprepoznatljivijih sportskih manifestacija grada Splita, s dugogodišnjim utjecajem na pozicioniranje destinacije kao vodeće sportsko-turističke destinacije u zimskom razdoblju. Manifestacija kontinuirano privlači natjecatelje i posjetitelje iz brojnih zemalja te izravno doprinosi povećanju turističkog prometa i popunjenosti smještajnih kapaciteta izvan glavne sezone. U 2026. godini naglasak ostaje na jačanju sportskog turizma kao održivog segmenta ponude koji doprinosi stabilizaciji sezonalnosti, ali i na daljnjoj valorizaciji Splita kao grada s iznimno snažnom sportskom tradicijom i bogatom kulturnom pozadinom. Split Maraton je manifestacija potekla iz Splitskog polumaratona, a njegov razvoj i provedbu tijekom

cijele godine koordinira „Organizacijski odbor Split Maratona“, koji djeluje na volonterskoj osnovi i okuplja više od 20 stalnih članova. Manifestacija funkcionira kao model uspješne suradnje javnog i privatnog sektora, pri čemu se kroz zajedničko planiranje i operativnu koordinaciju stvaraju preduvjeti za jačanje cjelogodišnje turističke dinamike grada. Financiranje će se osigurati putem Ugovora o sufinanciranju, a troškovi uključuju promociju događaja te organizaciju kompletnog tehničkog sustava staze: ozvučenje i LED ekrane, brendiranje startnih i ciljnih zona, elektroničko mjerenje vremena, usluge zaštitarske službe, logistiku i postavljanje staze, policijsko osiguranje te angažman tehničkog osoblja. Time se osigurava kvalitetna i sigurna provedba manifestacije u skladu s međunarodnim sportskim standardima.

Turistička zajednica grada Splita podupire Split Maraton na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2026.

Vrijeme održavanja: 13. – 15. veljače 2026.

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

- **Štorije Dioklecijana**

Manifestacija Štorije Dioklecijana ostaje ključna kulturna programska platforma grada, strateški usmjerena na interpretaciju baštine povijesne jezgre i podizanje kvalitete cjelokupnog doživljaja destinacije. Program se temelji na autentičnom prikazu života u antičkom Splitu, stvaranju angažiranog sadržaja u prostoru Dioklecijanove palače te uključivanju širokog spektra dionika, od umjetnika i stručnjaka do udruga, studenata i lokalne zajednice. Time se ostvaruje sinergija koja podiže prepoznatljivost manifestacije. U fokusu su programski formati koji kombiniraju edukaciju, interpretaciju i atraktivnost, uključujući izvedbene programe poput "Pass(word)... shall I!?", "Sapere aude – Usudi se znati!", "Roman March", "Biti Priska", "I – the Emperor Diokles", "Emperor's Tour" te sportsko-edukativni koncept "Harpastum". Planiran je produkcijski iskorak u vidu Dioklecijanove Gala večeri, cjelovečernjeg glazbeno-scenskog događaja koji objedinjuje više glazbenih epoha i predstavlja jedan od najambicioznijih programa unutar manifestacije. Projekt ima i humanitarni karakter, s ciljem prikupljanja sredstava za Odjel dječje hematologije KBC-a Split. Uz to, razmatra se repriziranje modnog performansa "Toge i Tetrarsi" u novom produkcijskom konceptu, s naglaskom na sudjelovanje žena iz Splita i okolnih gradova u suradnji s medijskim partnerom. Programi se odvijaju u cijeloj povijesnoj jezgri, aktiviraju njezine

ulice, trgove i ambijentalne cjeline te stvaraju dinamičan kulturni doživljaj koji komunicira temeljne povijesne odrednice destinacije. Naglasak ostaje na održavanju visoke umjetničke razine, razvoju novih formata i poticanju sadržaja koji doprinose kulturnoj vidljivosti Splita, jačanju zajednice i potpunijem prezentiranju urbanog identiteta. Manifestacija se tako pozicionira kao strateški alat interpretacije baštine i razvoja suvremene kulturne ponude grada, s jasnim fokusom na održivost, uključivost i kontinuirano podizanje kvalitete. Troškovi realizacije manifestacije obuhvaćaju sve produkcijske i operativne elemente potrebne za izvedbu programa: trošak autorskog i organizacijskog rada (režija, koreografija i sl.), trošak angažmana stručnih timova, izvođača, glumaca, modela te svih tehničkih i logističkog suradnika uključenih u pripremu i izvedbu sadržaja, trošak kostimografije, pripreme odjeće i rekvizita, trošak scenskih elemenata i scenografije, trošak nabave potrošnog materijala, trošak tehničke podrške (ton, rasvjeta, tehničar, oprema), te trošak produkcije vizualnih materijala (fotografije, video sadržaji).

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2026.

Vrijeme održavanja: svibanj 2026. (Dioklecijanova Gala večer) & 19. – 23. kolovoza 2026.

- **Koncertni program na trgovima grada**

Turistička zajednica grada Splita organizator je koncertnog programa Spli'ski litnji koluri, koji se svake godine održava od srpnja do kraja rujna 2026. godine na reprezentativnim gradskim lokacijama i trgovima, prvenstveno na Trgu Gaje Bulata. Program je osmišljen kao platforma za kulturno brendiranje Splita kroz glazbu, izvedbenu umjetnost i prezentaciju materijalne i nematerijalne baštine. Fokus je na stvaranju dodane vrijednosti u vršnim mjesecima sezone kroz sadržajno raznolike događaje koji jačaju prepoznatljivost Splita kao urbane, kulturno relevantne destinacije. Kroz Spli'ske litnje kolure planira se realizirati širok raspon glazbeno-scenskih programa – od nastupa muških i ženskih klapa, kulturno-umjetničkih društava i domaćih izvođača do događanja koja predstavljaju kulturnu, povijesnu i eno-gastronomsku baštinu drugih hrvatskih i europskih gradova. U program će biti uključeni i međunarodni umjetnici te mladi bendovi, čime se omogućuje platforma za razvoj nove kreativne scene i jačanje međukulturne suradnje. Primarni ciljevi projekta su pozicioniranje Splita kao destinacije snažnog kulturno-glazbenog identiteta, unaprjeđenje ukupnog iskustva boravka posjetitelja te kreiranje diferencirane ljetne ponude usmjerene na povećanje kvalitete sadržaja u javnom prostoru. Dodatno, u okviru ove stavke predviđeni su sljedeći izvedbeni programi ili manifestacije: Šotobraco Splitom, tradicionalna kulturna šetnja Folklornog ansambla Jedinstvo s nastupima na ulicama i trgovima grada (Marmontova, ribarnica, Pjaca, Voćni trg, Vestibul, Riva),

zatim Piva klapa ispo' volta, promotivni nastupi Kulturno-umjetničkog društva željezničara "Filip Dević" na ključnim lokacijama grada (Zlatna vrata, Vestibul, Ispod ure, ulaz u Podrume Dioklecijanove palače), te Dani Radunice, tradicionalna pučka fešta koja traje već više od dva desetljeća u jednoj od najstarijih splitskih gradskih četvrti. Troškovi realizacije koncertnog programa obuhvaćaju angažman glazbenih izvođača i voditelja, tehničku podršku (pozornica, razglas, rasvjeta) te troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana, piće i smještaj određenih izvođača).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, kulturno-umjetnička društva, Glazbena mladež Split i drugi

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 150.000,00 EUR

Rokovi realizacije: listopad 2026.

Vrijeme održavanja: srpanj – rujan 2026.

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

Advent u Splitu zadržava svoju ulogu ključne manifestacije koja kontinuirano podiže atraktivnost grada u razdoblju izvan glavne sezone. Program se razvija kao kombinacija tradicionalnih božićnih sadržaja i suvremenih adventskih formata koji privlače i lokalno stanovništvo i posjetitelje iz Hrvatske i inozemstva. Tijekom 40 dana održavanja, manifestacija uključuje glazbene programe na otvorenom, svjetlosne instalacije, izložbe, dječje programe te raznovrsne gastronomske sadržaje. Cilj projekta za 2026. godinu je daljnje jačanje adventske ponude kroz unaprijeđenu organizaciju programa, vizualnog identiteta i koordinacije svih uključenih dionika, javnog i privatnog sektora. Fokus je na podizanju kvalitete cjelokupnog doživljaja, uključivanju većeg broja kulturnih institucija, lokalnih proizvođača i ugostiteljskih objekata te poticanju dodatne turističke potražnje u zimskom razdoblju. Manifestacija se realizira u suradnji kulturnih ustanova, udruga, umjetnika, lokalnih poduzetnika i gradskih službi, čime se dodatno osnažuje suradnja između javnog i privatnog sektora. Advent u Splitu tako ostaje ključni promotivni projekt koji istovremeno obogaćuje kulturno-zabavni sadržaj za građane i doprinosi cjelogodišnjem pozicioniranju Splita kao poželjne destinacije. Troškovi realizacije manifestacije uključuju promociju, izradu fotografija i video materijala, tehničku produkciju (pozornica, razglas, rasvjeta), angažman izvođača, programe u organizaciji kulturno-umjetničkih društava, gradskog zbora i udruga, te troškovi povezani s podrškom za organizaciju adventskih zona drugim dijelovima grada (Stobreč, Žrnovnica, Slatine, Kampus).

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 230.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj 2027.

Vrijeme održavanja: 29. studenoga 2026. – 7. siječnja 2027.

- **Splitsko ljeto**

Splitsko ljeto jedan je od najznačajnijih kulturnih projekata u gradu, središnji festival scenskih umjetnosti koji kontinuirano doprinosi kulturnom identitetu Splita. Festival, s tradicijom dugom više od sedam desetljeća, i dalje predstavlja najprepoznatljiviju platformu za operu, dramu, balet i orkestralne programe, uz suvremene formate poput jazz koncerata, filmskih projekcija, izložbi i uličnih izvedbi. Hrvatsko narodno kazalište Split i u 2026. godini zadržava ključnu ulogu kao nositelj i glavni organizator, osiguravajući visoku razinu produkcije i umjetničkog standarda. Cilj projekta je daljnje jačanje položaja Splita kao važnog kulturnog središta Mediterana, poticanje razvoja publike te unapređenje međunarodne vidljivosti festivala. Aktivnosti se provode u suradnji s kulturnim institucijama i udrugama, čime se potiče stabilan razvoj kulturne ponude i stvara dodatna vrijednost za domaće i strane posjetitelje.

Turistička zajednica grada Splita podupire Splitsko ljeto na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 14.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2025.

Vrijeme održavanja: 14. srpnja – 14. kolovoza 2026.

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

- **Smjena straže na trgu Peristil / Pozdrav cara Dioklecijana**

Projekt Smjena straže u 2026. godini ulazi u ključnu razvojnu fazu, obilježenu značajnim jubilejem i podizanjem kvalitete izvedbenog i produkcijskog standarda. Nakon dva desetljeća kontinuirane prisutnosti u prostoru Peristila, projekt Smjena straže učvrstila se kao jedna od najprepoznatljivijih živih tradicija grada, snažan simbol povijesnog identiteta Splita i nezaobilazan sadržaj kulturno-turističke ponude povijesne jezgre. U 2026. godini fokus je na daljnjem jačanju autentičnosti i profesionalizaciji izvedbe. Planirano je unapređenje vizualnog i koreografskog identiteta manifestacije, uključujući postupan prijelaz na vjernije replike kasnoantičkih oklopa kako bi se povećala povijesna vjerodostojnost i kvaliteta turističkog doživljaja. Paralelno se predviđa proširenje izvedbenog tima radi jačeg i dinamičnijeg nastupa u redovnom programu. Naglasak programa ostaje na interpretaciji kulturne baštine kroz svakodnevnu, jasno prepoznatljivu i visokokvalitetnu izvedbu koja povezuje kulturni identitet Splita s očekivanjima suvremenih posjetitelja. Cilj je osigurati da Smjena straže zadrži status jedne od ključnih atrakcija grada te da u godini jubileja ostvari dodatni iskorak u sadržajnom, vizualnom i komunikacijskom smislu. Troškovi realizacije

manifestacije obuhvaćaju sve segmente nužne za provedbu programa: naknade za režiju, koreografiju i organizaciju, uključujući koordinaciju sudionika i upravljanje rasporedom rada tijekom višemjesečnog razdoblja; angažman izvođača i sudionika programa; troškove održavanja i prilagodbi kostima; nabavu potrošnih materijala; te produkcijske troškove povezane s korištenjem prostora, tehničke opreme, rasvjete i logističke podrške potrebne za cjelokupnu izvedbu.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 55.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2025.

Vrijeme održavanja: od drugog dijela svibnja do 27. rujna 2026. (uz mogućnost trajanja do sredine listopada 2026.)

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

Splitski festival 2026. nastavlja tradiciju jednog od najvažnijih i najdugovječnijih festivala zabavne glazbe u Hrvatskoj te ostaje ključan element kulturno-zabavne ponude grada. Tijekom više od pola stoljeća ovaj je festival izgradio snažan identitet, promovirao brojne istaknute autore i izvođače te ostao prepoznatljiv simbol splitske glazbene scene. U 2026. godini organizaciju i produkciju festivala preuzima Javna ustanova za kulturu Hrvatski dom Split, čime se dodatno jača institucionalni okvir i podiže razina profesionalne produkcije manifestacije. Primarni cilj Splitskog festivala ostaje promocija grada kroz glazbenu kreativnost, jačanje suradnje s umjetnicima i unapređenje kulturno-zabavne ponude tijekom ljetnih mjeseci. Manifestacija okuplja glazbenike iz cijele Hrvatske, stvarajući platformu za novu glazbenu produkciju i potičući razvoj kulturnih sadržaja koji doprinose prepoznatljivosti Splita kao dinamičnog i kreativnog mediteranskog središta.

Turistička zajednica grada Splita će za potrebe organizacije Splitskog festivala u 2026. godini izdvojiti sredstva za trošak tehnike. Provest će se otvoreni Poziv na dostavu ponude za Sustav ozvučenja, scenske rasvjete i pozornice za Festival zabavne glazbe – Splitski festival 2026. godine. Odabir će se izvršiti prema kriteriju ekonomski najpovoljnije ponude, pri čemu će se u razmatranje uzeti isključivo ponude koje: imaju dostavljenu svu traženu dokumentaciju, u cijelosti ispunjavaju sve tehničke zahtjeve i specifikacije opreme, te udovoljavaju svim uvjetima navedenim u Pozivu te osiguravaju traženu razinu kvalitete opreme i usluga.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 80.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2026.

Vrijeme održavanja: lipanj – srpanj 2026.

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

- **Dječji festival „Mali Split“**

Dječji festival „Mali Split“ jedna je od najprepoznatljivijih dječjih manifestacija u gradu i važan element obiteljske turističke ponude Splita. Festival se tradicionalno održava na Prokurativama i svake godine okuplja više od stotinu djece, stvarajući inkluzivnu platformu koja povezuje najmlađe sudionike iz Splita s vršnjacima kroz glazbu, ples i kreativno izražavanje. Tijekom više od tri desetljeća festival je izgradio snažan društveni i kulturni značaj, dodatno obogaćujući sadržaje namijenjene djeci i obiteljima te pozicionirajući Split kao grad koji aktivno razvija programe za djecu. U 2026. godini organizator manifestacije bit će odabran putem Javnog poziva koji provodi Turistička zajednica grada Splita, a konačnu odluku o nositelju projekta donijet će Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita nakon provedenog postupka evaluacije pristiglih prijava. Cilj aktivnosti je osigurati kvalitetnu, edukativnu i zabavnu manifestaciju koja potiče kreativnost djece, jača prepoznatljivost Splita kao obiteljske destinacije i doprinosi razvoju obiteljske ponude.

Nositelj aktivnosti i partneri: Organizator odabran putem Javnog poziva, Turistička zajednica grada Splita, Grad Split

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 14.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2026.

Vrijeme održavanja: srpanj 2026.

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

Razdoblje od kraja listopada do kraja studenoga 2026. godine bit će ponovno posvećeno gastronomiji, tradiciji i promociji bogate gastronomske baštine Splita i Dalmacije. Mjesec gastronomije u Splitu – Štorije o' spize obuhvatit će niz tematskih događanja, radionica i prezentacija kojima se nastavlja poticati razvoj lokalne gastronomske ponude, promocija autohtonih jela te podizanje kvalitete usluga u ugostiteljstvu. U program će se uključiti i brojni splitski ugostitelji, koji će kroz posebne gastronomske menije i promotivne ponude obogatiti ukupnu ponudu manifestacije. U suradnji s OPG-ovima, restoranima, turističko-ugostiteljskim školama te turističkim zajednicama s područja Dalmacije, program će predstaviti tradicijske dalmatinske specijalitete, suvremenu street-food ponudu te otočnu gastronomiju. Organizirat će se i edukativne radionice posvećene vinu, uz sudjelovanje enologa i stručnjaka iz područja vinarstva, s ciljem dodatnog isticanja važnosti vinogradarske i enološke tradicije Dalmacije. Manifestacija će obuhvatiti četiri tematska događanja. Štorija o' slatkoga donosi prezentaciju tradicionalnih dalmatinskih slastica i domaćih napitaka, uz sudjelovanje OPG-ova i školskih radionica. Martinje će biti večer posvećena dalmatinskim vinima, ribljim jelima i morskim delicijama, uz glazbeni program i prigodno tematsko uređenje na splitskoj peškariji. Štorija otoka održat će se u suradnji s otočkim turističkim zajednicama te predstaviti specifične otočne proizvode, kuhinju i

glazbu. Manifestaciju će zaključiti Splitska streetfood štorija, posvećena modernoj urbanoj gastronomskoj sceni, u kojoj će sudjelovati suvremeni restorani, mali vinari i lokalni umjetnici. Troškovi realizacije manifestacije uključuju promociju, tehničku produkciju (pozornica, razglas, rasvjeta), troškove angažmana izvođača i sudionika te troškove reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana, piće i smještaj određenih izvođača).

Nositelji aktivnosti i partneri su Turistička zajednica grada Splita, ugostitelji grada Splita, otočke i županijske turističke zajednice te ostali partneri iz područja gastronomije i kulture.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2026.

Vrijeme održavanja: listopad – studeni 2026.

- **Uskrs u Splitu**

U 2026. godini uskrsna događanja u Splitu zadržavaju fokus na prezentaciji lokalnih običaja, obiteljskih sadržaja i blagdanske atmosfere kroz raznolike programe na više gradskih lokacija. Aktivnosti će biti usmjerene na kreativne radionice, kulturno-glazbene programe, tematske dječje sadržaje i prikaz uskrsnih običaja karakterističnih za Split i Dalmaciju. Program će uključiti oslikavanje velikih pisanica na Rivi kao interaktivni sadržaj otvoren građanima i posjetiteljima, uz sudjelovanje lokalnih udruga i umjetnika. Na Trgu Gaje Bulata očekuju se prigodni glazbeni programi s naglaskom na duhovnu glazbu i izvedbe profesionalnih glazbenika. Strossmayerov park (Đardin) ponovno će biti središte obiteljskog programa kroz dječje radionice, potragu za jajima, kreativne igre, animacije i prigodna gastronomska događanja, uz sudjelovanje lokalnih ustanova i partnera. Poseban naglasak stavlja se na obiteljske sadržaje, uključujući tematske radionice za najmlađe, glazbene i folklorne programe, kreativne kutke i interaktivne edukativne aktivnosti. U skladu s praksom prethodnih godina, Đardin će biti dekorativno uređen uskrsnim motivima tijekom cijelog razdoblja trajanja manifestacije. Ova manifestacija ima cilj ojačati ponudu grada za obitelji s djecom, potaknuti boravak posjetitelja u razdoblju predsezona i dodatno pozicionirati Split kao destinaciju s atraktivnim sadržajima tijekom cijele godine. Troškovi uključuju honorare izvođačima, nabavu namirnica za gastronomske programe, troškove promocije te tehničku produkciju zabavnog i kulturnog sadržaja.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2026.

Vrijeme održavanja: 23. ožujka – 5. travnja 2026.

- **Ultra Europe**

Festival Ultra Europe jedan je od najprepoznatljivijih glazbenih projekata u Europi, pozicioniran kao ključni događaj koji privlači posjetitelje iz cijelog svijeta te snažno doprinosi međunarodnoj vidljivosti Splita. Manifestacija okuplja vodeća imena elektroničke glazbe i nove izvođače, stvarajući produkcijski zahtjevan glazbeni spektakl koji podiže ukupnu vrijednost turističke ponude grada. Ciljevi festivala uključuju povećanje turističkog prometa, potrošnje i medijske prisutnosti Splita, kao i promociju prirodne i kulturne baštine grada kroz suvremeni glazbeni format.

Turistička zajednica grada Splita podupire manifestaciju Ultra Europe na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije. Sredstva će biti usmjerena na provedbu marketinških aktivnosti festivala Ultra Europe koje obuhvaćaju komunikacijske i promotivne sadržaje usmjerene na poticanje odgovornog ponašanja posjetitelja u destinaciji tijekom boravka i odvijanja festivala, u skladu s načelima kampanje *Respect & Enjoy*.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2026.

Vrijeme održavanja: 10. – 12. srpnja 2026.

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

- **Smotra klapa u Žrnovnici, Fešta o' pure i sajam u Žrnovnici**

Smotra klapa u Žrnovnici, Fešta o' pure i popratni sajam u 2026. godini nastavljaju graditi vrijednost turistički manje razvijenih dijelova destinacije kroz autentičnu glazbenu, gastronomsku i tradicijsku ponudu. Program zadržava prepoznatljive elemente koji su ovu manifestaciju pozicionirali kao jedan od najvažnijih lokalnih kulturnih događaja uz rijeku Žrnovnicu. Središnji sadržaj ostaje Smotra klapa, koja okuplja muške i ženske klape te kulturno-umjetnička društva iz različitih sredina. Zadržava se i jedinstveni koncept „miješanja klapa“, gdje članovi prijavljenih klapa formiraju dva nova sastava i bez ikakve pripreme izvode tradicionalne dalmatinske pjesme. Pobjednika određuje publika, čime događaj zadržava snažnu interakciju i autentični natjecateljski duh. Nakon smotre predviđen je i večernji glazbeni program u ambijentu Antoničina mlina. Fešta o' pure ostaje ključni gastronomski sadržaj manifestacije, uz natjecanje kulinarskih timova u pripremi jela temeljenih na puri mljevenoj u Antoničinom mlinu te popratnoj ponudi mesnih, ribljih i povrtnih specijaliteta. Posjetitelji imaju mogućnost kušanja svih jela, dok žiri bira najbolji tim. Program tradicionalno uključuje nastupe lokalnih glazbenih sastava, uz večernji

koncert kao glavni glazbeni događaj. Cjelokupan koncept manifestacije zadržava fokus na valorizaciji naselja Žrnovnica i lokaliteta uz rijeku Žrnovnicu, promociji tradicijskih proizvoda i običaja te jačanju kulturnog identiteta područja kroz autentičnu glazbu i gastronomiju.

Turistička zajednica grada Splita podupire manifestaciju na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2026.

Vrijeme održavanja: 17. Smotra klapa u Žrnovnici (srpanj 2026.), Dan mjesta, 4. Fešta o' pure i sajam (kolovoz 2026.)

- **Slatinsko ljeto**

Slatinsko ljeto je manifestacija koja se odvija ljetnih mjeseci, a obuhvaća niz događanja i koncerata koji se odvijaju na raznim lokacijama u Slatinama, te obuhvaća manifestacije poput ribarskih večeri i sada već tradicionalne Smotre klapa i pučkih pjevača „Marijo, zvijezdo mora“. Dio programa se zna prebaciti i na druge dijelove godine, tako da se slatinske manifestacije odvijaju i van najuže sezone. Glavni cilj ovog projekta je promocija lokaliteta koji dosad nisu dovoljno iskorišteni u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, istovremeno potičući promociju tradicionalnih proizvoda, jela i glazbe. Troškovi obuhvaćaju honorare sudionicima, troškove reprezentacije, troškove promocije i troškove tehničke produkcije. Turistička zajednica grada Splita podupire manifestaciju na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

Vrijeme održavanja: srpanj – rujan 2026.

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

Blagdan sv. Lovre predstavlja tradicionalnu pučku feštu u naselju Stobreč, posvećenu svom zaštitniku - sv. Lovri, te se održava tijekom kolovoza. Tijekom ove fešte,

posjetitelji mogu uživati u raznim koncertima, nastupima kulturno-umjetničkih društava i ribarskoj večeri s besplatnom ponudom ribe i vina. Dan uoči blagdana sv. Lovre 9. kolovoza održava se Ribarska večer na lokaciji stobrečkog porta (luke). Na sam blagdan Sv. Lovre se u mjestu organizira velika fešta uz glazbeno-scenski nastup istaknutih imena s hrvatske estrade, zbog čega je ove godine povećan iznos za tu namjenu. Troškovi obuhvaćaju honorare sudionicima, troškove reprezentacije, trošak promocije i trošak tehničke produkcije. Glavni cilj projekta je valorizacija lokaliteta koji nisu dovoljno iskorišteni u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, istovremeno promovirajući tradicionalne proizvode, jela i glazbu.

U rujnu se u naselju Kamen svake godine održava proslava Sv. Mihovila, ujedno zaštitnika mjesta, pa se tim povodom organizira niz manifestacija svjetovne i duhovne glazbe, između ostalog i Smotra klapa – Kamen.

Turistička zajednica grada Splita podupire manifestacije 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.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 39.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: rujan 2026.

Vrijeme održavanja: kolovoz-rujan 2026.

- **Praznik cvijeća**

Praznik cvijeća, tradicionalna manifestacija koja označava početak proljeća i turističke sezone, 2026. godine slavi svoj 49. izdanak. Praznik cvijeća zadržava status jedne od najprepoznatljivijih proljetnih manifestacija u Splitu, s jasnim fokusom na dizajn, obrtništvo i kreativne industrije. Manifestacija nastavlja integrirati tri ključna prostorna punkta, Rivu, Voćni trg i Dioklecijanove podrumne, kao tematski povezane zone koje stvaraju jedinstveni doživljaj grada u rano proljeće. Program na otvorenim prostorima ostaje usmjeren na prodajnu i prezentacijsku komponentu. Riva funkcionira kao glavni trgovački koridor s bogatom ponudom cvijeća i sadnica domaćih proizvođača, dok Voćni trg ponovno postaje platforma za prezentaciju tradicionalnih obrta, demonstracije starih zanata i susrete kreativne scene. Time se naglašava simbioza dekorativnog hortikulturnog segmenta i obrtničke tradicije, što je temeljni identitet manifestacije. U Dioklecijanovim podrumima nastavlja se tematski kurirani izložbeni koncept koji okuplja cvjećare, dizajnere i kreativne obrtnike. Uz središnju izložbu cvjetnih instalacija, očekuju se prateći programi poput edukativnih prezentacija, revija frizura i modnih interpretacija inspiriranih florom, kao i gastronomski segment „Za carskim stolom“ koji spaja obrtničku baštinu s ugostiteljskim inovacijama. Dodatnu

vrijednost manifestaciji ponovno donose edukacijski sadržaji povezani s očuvanjem prirodne baštine i zelenih resursa grada, uključujući aktivnosti u Botaničkom vrtu i radionice posvećene zaštiti mediteranske flore te upravljanju invazivnim vrstama. Ovi elementi proširuju utjecaj manifestacije izvan estetskog i komercijalnog okvira, dajući joj stratešku komponentu koja podiže svijest o održivosti i odgovornom upravljanju prirodnim resursima. Praznik cvijeća 2026. godine tako ostaje manifestacija koja podiže vrijednost Splita kroz sinergiju dizajna, tradicije, održivosti i međunarodne suradnje, pozicionirajući grad kao relevantnu platformu za kreativnu i obrtničku scenu u regiji.

Turistička zajednica grada Splita podupire Praznik cvijeća na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 90.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2026.

Vrijeme održavanja: ožujak 2026.

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

Međunarodni šahovski turnir Split Open i u 2026. godini ostaje jedan od ključnih sportskih događaja koji pozicioniraju Split kao relevantno regionalno središte natjecateljskog šaha. Turnir tradicionalno okuplja širok spektar igrača, od vrhunskih profesionalaca do perspektivnih amatera, stvarajući kompetitivno, ali inkluzivno okruženje koje dodatno jača šahovsku zajednicu i povećava međunarodnu vidljivost grada. Program manifestacije uključuje glavni turnir te dodatne sadržaje usmjerene na promociju šaha među mlađim generacijama, kao i aktivnosti koje pridonose razvoju šahovske kulture na lokalnoj razini. Fokus ostaje na kvalitetnoj organizaciji, sportskoj regularnosti i stvaranju prepoznatljivog festivala koji iz godine u godinu podiže standarde.

Turistička zajednica grada Splita nastavlja pružati financijsku potporu na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije, čime se osigurava kontinuitet i stabilnost ovog međunarodno afirmiranog sportskog događaja. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 8.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: kolovoz 2026.

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

- **Splitski krnjeval**

Splitski krnjeval, poznat i kao Splitski karneval, je tradicionalna manifestacija koja se svake godine održava u Splitu tijekom veljače. Program uključuje preuzimanje ključa Grada, dječje i obiteljske programe, kostimirane povorke, animacijske i kreativne zone, nastupe plesnih i glazbenih skupina, te aktivnu suradnju sa školama, vrtićima, udrugama mladih i kulturnim organizacijama. Na Prokurativama i okolnim urbanim punktovima planira se prošireni dnevni i večernji program, uključujući koncert glavnog izvođača. Zadržava se i tradicija spaljivanja Krnje kao završnog segmenta, uz umrežavanje afterparty lokacija radi disperzije posjetitelja i povećanja lokalne potrošnje. Splitski krnjeval ostaje pozicioniran kao jedna od platformi za podizanje predsezonske potražnje, jačanje identiteta grada i razvoj participativnog urbanog događanja.

Turistička zajednica grada Splita nastavlja pružati financijsku potporu Splitskom krnjevalu na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 20.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: veljača 2026.

- **Pričigin - splitski festival pričanja priča**

Pričigin je pozicioniran kao glavna storytelling platforma koja već dva desetljeća generira visoku kulturnu vrijednost i diferencira Split u odnosu na druge urbane destinacije. Festival kontinuirano aktivira široki kreativni ekosustav, od istaknutih književnika, kazališnih umjetnika i izvođača do predstavnika drugih profesionalnih sektora, čime potvrđuje svoju relevantnost i sposobnost da reinterpreтира suvremene narativne formate. Program se temelji na kombinaciji tematskih večeri, kuriranih storytelling sesija, gostovanja renomiranih autora i interaktivnih formata koji uključuju publiku. Fokus je na autentičnom, živom pripovijedanju koje briše granice između književnosti, performansa i društvenog dijaloga. Festival nastavlja graditi svoju prepoznatljivost kroz inovativan pristup, interdisciplinarnu suradnje te uključivanje mladih generacija u kreativni proces.

Turistička zajednica grada Splita nastavlja pružati financijsku potporu Pričiginu na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Udruga Pričigin

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj 2026.

Vrijeme održavanja: ožujak 2026.

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

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

4 Summer Night Shows u 2026. nastavlja graditi svoj status jedne od najprepoznatljivijih i najkvalitetnijih kinoloških manifestacija u regiji, s jasnim doprinosom turističkoj slici Splita kao pet-friendly destinacije. Manifestacija okuplja uzgajivače, natjecatelje i ljubitelje pasa iz cijelog svijeta te donosi višednevni program koji kombinira međunarodne izložbe, prezentacije pasmina, edukativne sadržaje i zabavni večernji program. Aktivnost generira vidljiv turistički efekt: dovođenje velikog broja specijaliziranih posjetitelja, jačanje sportskog i event turizma te pozicioniranje Splita kao domaćina jednog od najprestižnijih ljetnih događaja u europskom kinološkom kalendaru.

Turistička zajednica grada Splita nastavlja pružati financijsku potporu izložbi 4 Summer Night Shows na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Klub Sportskih pasa Split

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2026.

Vrijeme održavanja: srpanj 2026.

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

- **Festival mediteranskog filma Split**

Festival mediteranskog filma Split (FMFS) u 2026. zadržava svoju poziciju jedne od ključnih kulturnih manifestacija na Jadranu, s jasnim doprinosom jačanju kulturnog (festivalskog, filmskog) turizma. Festival kontinuirano privlači oko 15 tisuća posjetitelja te generira snažan mediteranski identitet kroz programski fokus na filmove zemalja Mediterana, uz selektirane popratne programe koji otvaraju prostor i drugim europskim i svjetskim kinematografijama. Program uključuje više od 100 filmova i održava se na

nekoliko atraktivnih gradskih lokacija, Ljetno kino Bačvice, Tvrđava Gripe, Kinoteka Zlatna vrata i Đardin, čime se dodatno aktiviraju kulturni prostori grada i osigurava široka dostupnost sadržaja. FMFS se profilira kao iskustveni festival: ležerno mediteransko okruženje, večernje projekcije pod otvorenim nebom i prepoznatljive festivalske fešte stvaraju snažan emocionalni kapital i visoku razinu lojalnosti publike. Posebnu vrijednost čini program Mali meDITeRan, usmjeren na edukaciju najmlađih i razvoj buduće publike, kroz pomno odabrane filmske sadržaje prilagođene djeci različitih uzrasta.

Turistička zajednica grada Splita nastavlja pružati financijsku potporu 19. Festivalu mediteranskog filma Split na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Udruga Festival mediteranskog filma Split

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 12.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2026.

Vrijeme održavanja: lipanj 2026.

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

- **Melodije Jadrana**

U 2026. godini Turistička zajednica grada Splita pružit će podršku manifestaciji Melodije Jadrana, kao jednom od ključnih glazbeno-scenskih događaja na početku ljetne turističke sezone. Riječ je o projektu od nacionalnog značaja koji spaja kulturnu baštinu, suvremeni glazbeni izričaj i visoku produkcijsku vrijednost, čime doprinosi kulturnoj atraktivnosti Splita, jača vidljivost grada u medijima i generira dodatnu motivaciju za dolazak posjetitelja. Koncept manifestacije uključuje eksperimentalno-akustične koncerte, večeri novih skladbi, te izvedbe renomiranih glazbenika i mladih talenata čiji repertoar obuhvaća tradicionalnu dalmatinsku glazbu, pop, zabavnu glazbu i suvremene interpretacije mediteranskog izričaja. Nove skladbe predstavljene u sklopu festivala postaju relevantni dio nacionalne glazbene scene te često ostvaruju značajnu slušanost na radijskim postajama i digitalnim platformama. Manifestacija se tradicionalno održava u reprezentativnom ambijentu Galerije Meštrović, uz iznimno visok stupanj medijske vidljivosti zahvaljujući suradnji s nacionalnim televizijskim i radijskim kućama, tiskanim i digitalnim medijima te specijaliziranim glazbenim platformama. Time Melodije Jadrana znatno doprinose promociji Splita kao grada glazbe, kulture i kreativnosti. Podrška Turističke zajednice grada Splita ovom projektu temelji se na njegovoj kulturnoj i turističkoj vrijednosti, njegovoj ulozi u jačanju imidža Splita kao destinacije s ponudom visoke vrijednosti, te doprinosu pozicioniranju grada kao važnog kulturnog središta Mediterana, Jadrana i Dalmacije.

Turistička zajednica grada Splita pruža financijsku potporu Melodijama Jadrana na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Dalmacija koncert d.o.o.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: lipanj 2026.

Vrijeme održavanja: lipanj 2026.

Mrežna stranica festivala: <https://melodijejadrana.hr/>

- **Vibrez Festival – Peristil i Sustipan**

Javna ustanova u kulturi Hrvatski dom Split pokrenula je Peristil Vibrez Festival – novi kulturno-glazbeni projekt koji objedinjuje istaknute hrvatske i međunarodne umjetnike i održava se u rujnu na Peristilu, u razdoblju kada Split bilježi velik broj posjetitelja, ali istovremeno trpi nedostatak kvalitetnih kulturnih sadržaja zbog završetka ljetnih festivala i priprema kazališnih sezona. Peristil Vibrez Festival spaja monumentalnu povijesnu baštinu Splita s vrhunskim suvremenim glazbenim izričajima, čime se stvara snažna kulturna cjelina koja obogaćuje identitet grada. Festival pridonosi razvoju glazbenog turizma te pozicioniranju Splita i Dalmacije kao važnog glazbenog središta.

Nadovezujući se na uspjeh Peristila, Hrvatski dom Split pokrenuo je i Sustipan Vibrez Festival, koji nadograđuje viziju kulturne aktivacije grada kroz stvaranje festivalske mreže. Smješten u jedinstveni ambijent parka Sustipan, ovaj festival donosi nešto intimniji, ali izrazito suvremen koncept – spoj vrhunske glazbe, prirodnog okruženja i jedinstvenog mediteranskog ugođaja. Sustipan Vibrez Festival u 2026. godini planira šest koncerata koji će obuhvatiti različite glazbene žanrove, od jaza i svjetske glazbe do eksperimentalnih i interdisciplinarnih formi, uz dodatne umjetničke intervencije i suradnje s domaćim i međunarodnim autorima. Festival je zamišljen kao platforma za razvoj publike, poticanje umjetničke raznolikosti i jačanje Splita kao otvorenog i kreativnog kulturnog središta. Zajedno, Peristil Vibrez Festival i Sustipan Vibrez Festival čine prepoznatljiv kulturni brend Splita te strateški doprinos dugoročnom pozicioniranju grada kao središta suvremene glazbene i umjetničke produkcije na jadranskoj i europskoj karti. Programi okupljaju renomirane hrvatske i inozemne umjetnike i donosi sadržaje koji potiču produljenje boravka posjetitelja te jačaju njihov interes za kulturne doživljaje izvan ljetnog vrhunca. Vibrez Festival time izravno doprinosi razvoju kulturnog brenda grada, povećanju međunarodne vidljivosti, diversifikaciji turističke ponude, održivom rastu kulturno usmjerenih dolazaka, stvaranju reprezentativnih događanja i pozicioniranju Splita kao destinacije izvrsnih glazbenih iskustava.

Turistička zajednica grada Splita pruža financijsku potporu Peristil Vibrez festivalu i Sustipan Vibrez festivalu na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Hrvatski dom Split

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2026.

Vrijeme održavanja: rujan 2026.

- **Ljetne čari klasične glazbe**

Ljetne čari klasične glazbe, koje u 2026. godini ulazi u svoje 15. izdanje u organizaciji Glazbene mladeži Split, profilirane su kao stabilna i prepoznatljiva kulturna platforma koja dugoročno podiže kvalitetu ljetne umjetničke ponude u gradu. Manifestacija sustavno jača svoju ulogu u razvoju glazbenog života Splita, s jasnim fokusom na suradnju s mladim glazbenicima te na uključivanje međunarodnih umjetnika koji obogaćuju domaću scenu. Programski smjer za sljedeće izdanje zadržava svoju temeljnu vrijednost – stvaranje visokokvalitetnih glazbenih doživljaja u ambijentalnim prostorima povijesne jezgre (Podrumi Dioklecijanove palače, prostor ispred Stare gradske vijećnice, crkva i samostan sv. Frane i sl.). Očekuje se nastavak modela koji kombinira nastupe mladih izvođača, etabliranih glazbenika iz zemlje i inozemstva te partnerske suradnje s kulturnim institucijama. Naglasak ostaje na različitosti programa kroz više gradskih lokacija, čime se dodatno aktiviraju vrijedni prostori i jača dostupnost glazbenog sadržaja široj publici. Manifestacija doprinosi stvaranju kulturnih motiva dolaska tijekom ljetnih mjeseci, unapređuje doživljaj grada i podupire pozicioniranje Splita kao destinacije s kvalitetnim kulturnim identitetom.

Turistička zajednica grada Splita pruža financijsku potporu manifestaciji Ljetne čari klasične glazbe na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator ostvaruje potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Glazbena mladež Split

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 25.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2026.

Vrijeme održavanja: lipanj – rujan 2026.

2.4. Turistička infrastruktura

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

2.5. Podrška turističkoj industriji

- **Javni poziv za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2026. godini**

Na temelju formalno raspisanog poziva i dostavljenih programskih prijedloga, Turistička zajednica grada Splita pružit će sponzorstvo i financijsku podršku za provedbu projekata i programa koji doprinose razvoju ponude i sadržaja inovativnog, konkurentnog i otpornog turizma i motiviraju domaće i strane posjetitelje na posjet destinaciji u razdobljima pred i posezone. Sredstva potpore odobrit će se za organizaciju i realizaciju kulturnih, zabavnih, sportskih i eno-gastronomskih na području grada Splita. Kriteriji za dodjelu financijske potpore temeljit će se na sljedećim faktorima: kvaliteta i originalnost projekta, doprinos projekta razvoju selektivnih oblika turizma i turističke ponude Splita, karakter manifestacije (sastav izvođača – domaći i/ili inozemni), vrijeme održavanja manifestacije, mjesto održavanja manifestacije, trajanje manifestacije, tradicija održavanja manifestacije / održivost, osigurano financiranje manifestacije (visina osiguranih sredstava iz vlastitih sredstava organizatora i interesnih subjekata), sudjelovanje interesnih subjekata javnog i privatnog sektora u organizaciji i realizaciji manifestacije, promocija manifestacije (media plan i iznos sredstava za promociju, procjena ekvivalenta marketinške vrijednosti ukupnih promotivnih aktivnosti), medijska pokrivenost manifestacije, ekonomski i dr. učinci manifestacije (broj posjetitelja, broj noćenja, promet/prihod od manifestacije), te osiguravanje sigurnosti svih sudionika. Konačnu odluku o dodjeli financijske potpore donosi stručno povjerenstvo, uzimajući u obzir navedene kriterije i svrhu poticanja održivog razvoja turizma u gradu Splitu.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti, tj. programskih prijedloga: prosinac 2026.

Vrijeme provedbe Javnog poziva: siječanj – veljača 2026.

- **Javni poziv za potpore poslovnim subjektima u provedbi programa, aktivnosti i projekata s ciljem razvoja i promocije turizma grada Splita u 2026. godini**

Turistička zajednica grada Splita planira u 2026. godini provoditi tijekom cijele godine otvoreni javni poziv za razne poslovne subjekte (obrazovne institucije, razne udruge,

kulturno – umjetnička društva, poslovne subjekte i društva i itd.), a vezano za sufinanciranje raznih aktivnosti, programa i projekata koji će se provoditi u zemlji i inozemstvu s ciljem promocije grada Splita kao turističke destinacije i razvoja konkurentne i inovativne turističke ponude. Planirano je da javni poziv bude otvoren tijekom cijele kalendarske godine, odnosno dok se dodijeli cjelokupan iznos potpore predviđen javnim pozivom.

Provedba ovog javnog poziva u skladu je sa strateškim smjernicama za postizanje sinergije u marketinškom djelovanju dionika u turizmu, koje su propisane Strateškim i operativnim marketinškim planom turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030. i odnose se na potpore razvoju novih turističkih proizvoda / doživljaja, potpore male vrijednosti za digitalnu promociju lokalnih dionika, te sufinanciranje projekata i aktivnosti s ciljem razvoja i promocije turizma grada Splita.

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti, tj. programskih prijedloga: prosinac 2026.

Vrijeme provedbe Javnog poziva: tijekom cijele 2026. godine

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

Potpore koje će se dodjeljivati na temelju odluke Turističkog vijeća u 2026. godini usmjerene su na projekte koji strateški nadograđuju vrijednost destinacije i generiraju turistički učinak tijekom cijele godine. Fokus je na inicijativama koje podižu kvalitetu postojećih turističkih proizvoda, razvijaju nove motive dolaska i jačaju selektivne oblike turizma s posebnim potencijalom za Split, kulturni, sportski, zdravstveni, gastronomski i MICE turizam. Prioritet će imati programi i manifestacije koje stvaraju dugoročnu društvenu i ekonomsku vrijednost, doprinose disperziji posjetitelja, podupiru kreativne i inovativne modele interpretacije kulturne i prirodne baštine te adresiraju izazov sezonalnosti kroz sadržaje relevantne i izvan ljetnog vrhunca.

Nositelj aktivnosti: Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 95.000,00 EUR

Planirani rokovi realizacije aktivnosti koje će dobiti potporu: prosinac 2026.

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

Glavni cilj dodjele financijskih potpora po odluci direktora / direktorice u 2026. bit će poticanje projekata i manifestacija koji podižu vrijednost destinacije kroz cjelogodišnje, odgovorne i jasno profilirane turističke sadržaje. Prioritet će imati inicijative koje aktivno šire ponudu izvan sezone i doprinose razvoju sadržaja selektivnih oblika turizma. Posebna pažnja bit će usmjerena na aktivnosti koje unapređuju doživljaj

grada, doprinose stvaranju konkurentnih turističkih proizvoda te osiguravaju odgovorno upravljanje prostorom i resursima. Direktor / direktorica Turističke zajednice grada Splita usmjerava potpore prema postizanju tih ciljeva.

Nositelj aktivnosti: Direktor / Direktorica Turističke zajednice grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 13.000,00 EUR

Planirani rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Aktivnosti u području komunikacija i oglašavanja ostaju usmjerene na sustavnu promociju destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu, uz korištenje raznovrsnih komunikacijskih kanala i digitalnih formata, te aktivnosti iz domene odnosa s javnošću. Fokus ostaje na integriranim kampanjama, partnerskim suradnjama s ključnim domaćim i stranim akterima turističke industrije, medijskim plasmanima, nastupima na sajmovima, organizaciji studijskih putovanja za novinare i stvaratelje sadržaja te programe sufinanciranja B2B nastupa i aktivnosti. Paralelno će se raditi na kontinuiranom unapređenju marketinške infrastrukture, od internetskih stranica, profila društvenih mreža do vizualnih i promotivnih materijala, kako bi komunikacijski iskorak bio usklađen s razvojnim prioritetima destinacije Split, dinamikom tržišta, te strateškim smjernicama i ciljevima operativnog marketinga propisanim u Strateškom i operativnom marketinškom planu turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030.

3.1. Definiranje branding sustava i brand arhitekture

U 2026. godini navedene aktivnosti nisu planirane za provedbu, već se njihov eventualni nastavak ili pokretanje predviđa u sljedećim planskim razdobljima. Fokus će biti usmjeren na druge prioritetne razvojne i operativne marketinške aktivnosti.

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

U 2026. godini aktivnosti oglašavanja destinacijskog brenda Splita bit će usmjerene na implementaciju smjernica definiranih u Strateškom i operativnom marketinškom planu turizma grada Splita 2025. – 2030., s jasnim fokusom na ciljana geografska tržišta, prioritetne turističke proizvode i definirane segmente posjetitelja. Ključni naglasak bit će na komunikaciji Splita kao cjelogodišnje destinacije visoke vrijednosti, koja se diferencira kroz jedinstvenu kombinaciju UNESCO baštine, raznolikosti prostora (urbani, ruralni, prirodni), snažnog mediteranskog identiteta i specifičnog "splitskog duha". U 2026. godini provodit će se integrirane online i offline oglašivačke kampanje, oblikovane u skladu s prioritetima iz strateškog plana. Promotivne aktivnosti bit će usmjerene na vodeća emitivna tržišta (Ujedinjeno Kraljevstvo, SAD, Njemačka), značajna tržišta (Francuska, Nizozemska, Poljska, Italija, Austrija, Hrvatska), te po potrebi i u skladu s mogućostima aktivna i izazovna tržišta (Slovenija, BiH, Španjolska, Švicarska, Skandinavija, Kanada, Australija). Poruke u okviru kampanja će biti segmentirane prema ciljnim profilima posjetitelja, uključujući "kulturne hedoniste", "istraživače ljetne scene", "foodies", "kreativne nomade", goste zdravstvenog i wellness turizma, sportsku publiku te MICE segment. Oglašavanje će sadržajno i vizualno istaknuti ključne i diferencirajuće turističke proizvode Splita, kao što su kulturni turizam, gastronomija, odmor uz more, aktivni odmor, MICE, nautički turizam, sportska

događanja, medicinski turizam i posebni interesi (wellness, vjenčanja i sl.), uz dosljedno integriranje glavnih atributa destinacije: UNESCO baština, Split kao "središte i vrata Dalmacije", raznolikost prostora, mediteranska autentičnost, sigurnost, gostoljubivost i održivost. Kampanje će uključivati zakup medijskog prostora na specijaliziranim turističkim portalima, međunarodnim i nacionalnim medijima, oglašavanje na digitalnim kanalima i društvenim mrežama te advertorijale i inspirativne formate priče o gradu. Poseban naglasak bit će na tržištima s najvećim potencijalom za rast u predsezoni i sezoni, kroz ciljane komunikacijske platforme za segmente motivirane kulturom, gastronomijom, aktivnim odmorom, MICE-om, wellnessom i sportom. Sadržaj kampanja bit će usklađen s krovnim pozicioniranjem Splita kao jedinstvenog mediteranskog grada izraslog iz Dioklecijanove palače, grada snažnog identiteta, kulture i duha, s cjelogodišnjom ponudom visoke vrijednosti i odgovornim pristupom upravljanju turizmom. U okviru ove aktivnosti planira se i provedba zasebne promotivne kampanje usmjerene na sustavno brendiranje grada Splita kao grada festivala, s ciljem jačanja njegove prepoznatljivosti kroz isticanje ključnih glazbenih, kulturnih i sportskih događanja koja oblikuju identitet i poziciju Splita na međunarodnoj sceni. Troškovi aktivnosti uključuju zakup medijskog prostora, izradu i prilagodbu oglasnih formata za različite kanale, produkciju kreativnih materijala, specijalizirane digitalne kampanje te sve ostale aktivnosti povezane s međunarodnim i domaćim oglašavanjem destinacijskog brenda.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 200.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

Aktivnosti odnosa s javnošću, kako na međunarodnoj tako i na domaćoj razini, je jedan od alat za jačanje vidljivosti Splita na ključnim emitivnim tržištima i otvaranje prostora na tržištima s visokim potencijalom rasta. Fokus je na proaktivnoj komunikaciji, snažnijem međunarodnom dosegom i isporuci narativa koji Split predstavljaju kao destinaciju s relevantnim sadržajem, snažnim mediteranskim i dalmatinskim identitetom, specifičnim duhom lokalne zajednice koji je strastven i dinamičan i cjelogodišnjom turističkom ponudom visoke vrijednosti. Operativni okvir obuhvaća kontinuirano plasiranje medijskih sadržaja prema domaćim i međunarodnim medijima i kanalima komunikacije, ciljano upravljanje pričama koje osnažuju reputaciju destinacije te organizaciju studijskih putovanja za novinare, urednike i digitalne autore iz vodećih tržišta za Split, kao i onih na koja destinacija želi tek snažnije ući. Kroz strukturirane itinerere, fokus će biti na prikazu autentičnih doživljaja, ključnih razvojnih projekata grada te strateških proizvoda u kojima Split ima komparativnu prednost. Dodatno, planira se intenzivirati suradnju s domaćim i inozemnim portalima specijaliziranim za turizam, destinacijsko iskustvo, kulturu i putovanja, uključujući

formate tematskih članaka, reportaža, video storytellinga i suradnji s relevantnim izdavačima. Ovaj medijski splet omogućit će snažniju prisutnost u digitalnom okruženju, gdje se danas odvija najveći dio procesa inspiracije i odabira destinacije. Komunikacijska infrastruktura obuhvaća i redovito organiziranje konferencija za medije, pravovremenu distribuciju priopćenja i vijesti te koordinaciju s partnerima na nacionalnoj i regionalnoj razini kako bi se osigurala konzistentnost poruka i maksimalna vidljivost turističkih inicijativa, projekata i događanja. Poseban naglasak bit će na upravljanju percepcijom destinacije kroz kvalitetan sadržaj, pravovremenu komunikaciju i kontinuirano pozicioniranje Splita kao urbane, kulturne i cjelogodišnje turističke destinacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Hrvatska turistička zajednica i ostali partneri
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 30.000,00 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Marketinške i poslovne suradnje u 2026. stavljaju naglasak na jačanje partnerskih modela oglašavanja i strateških aktivnosti koje osiguravaju stabilnu vidljivost i konkurentnost destinacije Split. To obuhvaća projekte udruženog oglašavanja u koordinaciji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i svim zainteresiranim dionicima koji kroz zajedničke kampanje žele postići veći tržišni doseg i efikasniji povrat ulaganja. Paralelno s tim, nastavljaju se strateške suradnje s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, avioprijevoznicima i predstavnicima privatnog sektora. Model suradnje s aviokompanijama i dalje uključuje zajedničke marketinške aktivnosti usmjerene na promociju linija prema Splitu i jačanje potražnje na ključnim emitivnim tržištima, što uključuje suradnje s Croatia Airlinesom, Easy Jetom, Jet2Holidaysom, Eurowingsom, WIZZ Airom, KLM-om, Jet2.com, United Airlines te brodarskim kompanijama SNAV i Jadrolinija. Ove suradnje značajno doprinose održavanju i širenju sezonskih i cjelogodišnjih kapaciteta, što izravno utječe na dostupnost destinacije i divergenciju tržišta. Ukupni troškovi aktivnosti obuhvaćaju planiranje, provedbu i evaluaciju marketinških kampanja, sudjelovanje u inicijativama na nacionalnoj i regionalnoj razini te financijsku participaciju u partnerskim projektima unutar sustava turističkih zajednica. Sve aktivnosti realiziraju se u skladu s javnim pozivima koje raspisuje nacionalna i regionalna turistička zajednica.

Nositelj aktivnosti i partneri: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 185.000,00 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne suradnje

U 2026. godini Turistička zajednica grada Splita nastavlja provoditi integrirane promotivne aktivnosti na međunarodnom tržištu kroz sudjelovanje na vodećim turističkim sajmovima, specijaliziranim prezentacijama i poslovnim radionicama, u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i strukovnim udruženjima. Aktivnosti će biti usmjerene na jačanje vidljivosti Splita, razvoj suradnje s aviokompanijama, turoperatorima, agentima i MICE sektorom te na pozicioniranje Splita kao cjelogodišnje destinacije visokokvalitetnih kulturnih, gastronomskih i sportsko-rekreacijskih doživljaja. Turistička zajednica grada Splita planira sudjelovati na odabranim međunarodnim sajmovima u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice ili predstavništava HTZ-a. Promotivne aktivnosti uključivat će organizaciju samostalnih i partnerskih prezentacija te suradnju s ključnim turističkim dionicima radi jačanja i poticanja turističkog prometa iz strateških emitivnih tržišta. Dodatno, u 2026. godini nastavlja se pružanje podrške destinacijskim dionicima, prvenstveno velikim hotelima koji imaju kapacitete za organizaciju poslovnih događanja, za sudjelovanje na kongresnim sajmovima IMEX Frankfurt i IBTM Barcelona sufinanciranjem najma samostalnog ili dijeljenog štanda. Troškovi uključuju organizaciju sudjelovanja na sajmovima i specijaliziranim prezentacijama, kotizacije za sudjelovanje, najam prostora, štanda i opreme, troškove izrade promidžbenih materijala te putne troškove predstavnika.

Planiran je samostalni nastup na sljedećim sajmovima u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice ili predstavništava HTZ-a:

GRAD	SAJAM	DATUM
New York	Travel and Adventure Show https://travelshows.com/shows/new-york/	24. - 25. siječnja 2026.
Madrid	FITUR – International Tourism Trade Fair https://www.ifema.es/en/fitur	21. - 25. siječnja 2026.
Chicago	Travel and Adventure Show https://travelshows.com/shows/chicago/	21. – 22. veljače 2026.
Berlin	ITB Berlin Convention https://www.itb.com/en/	3. - 5. ožujka 2026.
London	WTM – World Travel Market https://www.wtm.com/	3. – 5. studenog 2026.

Promocija Splita kao turističke destinacije realizirat će se i na svim ostalim sajmovima na kojima sudjeluju Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije i turističke zajednice s područja Splitsko-dalmatinske županije. Promocija Splita kao turističke destinacije planira se realizirati na sljedećim sajmovima prema planu nastupa Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije (suizlaganje

u sklopu štanda HTZ-a ili predstavništva HTZ-a, te suizlaganje s ostalim županijskim turističkim zajednicama):

GRAD	SAJAM	DATUM
Helsinki	MATKA Travel Fair https://matka.messukeskus.com/en/	17. – 19. siječnja 2026.
Beč	Ferien Messe https://www.ferien-messe.at/en-gb.html	15. – 18. siječnja 2026.
Dublin	Holiday World Show https://www.holidayworldshow.com/	23. – 25. siječnja 2026.
London	Destinations https://www.destinationsshow.com/london/	29. siječnja – 1. veljače 2026.
Ljubljana	Alpe Adria https://www.alpeadria.si/en/	4. – 7. veljače 2026.
Utrecht	Fiets en Wandelbeurs https://www.fietsenwandelbeurs.nl/	13. – 15. veljače 2026.
Munchen	F.re.e. https://free-muenchen.de/en/	18. – 22. veljače 2026.
Gent	Fiets en Wandelbeurs https://fietsenwandelbeurs.be/	28. veljače – 1. ožujka 2026.
Prag	Holiday World https://holidayworld.cz/en/	12. – 14. ožujka 2026.
Barcelona	B-Travel https://www.b-travel.com/en/	20. – 22. ožujka 2026.
Bolzano	Tempo Libero - Freizeit https://www.fierabolzano.it/it/tempo-libero	16. – 19. travnja 2026.
Dusseldorf	Caravan Salon https://www.caravan-salon.de/	28. kolovoza – 6. rujna 2026.
Parma	Il Salone del Camper https://www.salonedelcamper.it/en/	12. – 20. rujna 2026.

○ *Domaćinstvo poslovne radionice „Suppliers eXchange Buyers“*

U razdoblju od 3. do 6. lipnja 2026. Split će biti domaćin 2. izdanja međunarodnog poslovnog događaja sXb (Suppliers eXchange Buyers) u organizaciji agencije H2H Reps, specijalizirane za predstavljanje DMC-ova i hotela na frankofonom B2B tržištu. Suppliers eXchange Buyers Split poslovna je B2B radionica koja okuplja 30 pažljivo odabranih međunarodnih dobavljača i 30 pozvanih, prethodno kvalificiranih kupaca, kroz unaprijed dogovorene sastanke, ciljane networking aktivnosti i iskustvene elemente koji prezentiraju destinaciju. Tijekom dvodnevnog programa u Splitu, sudionici sudjeluju u strukturiranim B2B sastancima, tematskim umrežavanjima i društvenim događanjima usmjerenima na generiranje konkretnih poslovnih prilika. Program uključuje i posebno osmišljene ture kroz Split, kojima se sudionicima prezentira povijesna jezgra pod zaštitom UNESCO-a, ključni MICE kapaciteti destinacije, dalmatinski stil života i najvažniji elementi lokalne kulturne i gastronomske

ponude. Događanje završava svečanim farewell događajem na jednoj od prepoznatljivih lokacija u Splitu, uz naglasak na autentične lokalne doživljaje visoke vrijednosti. Na prethodnom 1. izdanju ovog događaja u Bologni gotovo svi sudionici zaprimili su konkretne poslovne upite, a domaćinska destinacija predstavila je dva konferencijska kandidata. Ovaj poslovni događaj ima za cilj pozicionirati Split kao konkurentnu i relevantnu MICE destinaciju na europskoj razini. Turistička zajednica grada Splita osigurat će institucionalnu potporu događanju, simboličnu sponzorsku naknadu, sponzorstvo završnog događanja za minimalno 60 međunarodnih delegata, te promociju događaja kroz komunikacijske kanale destinacije u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita, H2H Reps, pružateljci usluga u destinaciji

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026. / lipanj 2026. – sXb Split

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Turistička zajednica grada Splita će u 2026. godini nastaviti s aktivnostima usmjerenima na jačanje B2B kanala i uspostavljanje dugoročnih partnerskih odnosa s inozemnim i domaćim turoperatorima, specijaliziranim putničkim agencijama i ključnim akterima u industriji poslovnih i luksuznih putovanja. Fokus ostaje na organizaciji i podršci studijskih putovanja te na aktivnom uključivanju u poslovne događaje koji imaju potencijal stvaranja dodatne vrijednosti za destinaciju, posebno u segmentu cjelogodišnjeg, visokokvalitetnog i kongresnog turizma. Kroz suradnju s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije nastavljaju se aktivnosti organizacije studijskih putovanja turoperatora i agenata koji se specijaliziraju za kulturna, luksuzna, avanturistička, premium i tailor-made putovanja. Cilj im je omogućiti izravni doticaj s autentičnim sadržajima i poslovnim partnerima u destinaciji kako bi se potaknula snažnija zastupljenost Splita u prodajnim portfeljima agencija i dodatno otvorili novi prodajni kanali. U 2026. godini predviđeno je intenziviranje poslovnih aktivnosti kroz podršku organizaciji dvaju strateških događanja koja značajno doprinose pozicioniranju Splita u segmentu premium i poslovnog turizma:

- *Private Luxury Boutique 2026*

Split i Splitsko-dalmatinska županija bit će domaćin prestižnog međunarodnog B2B događaja posvećenog luksuznom turizmu. Događaj okuplja stotine globalnih predstavnika iz segmenta premium putovanja, s visokom kupovnom moći i snažnim

utjecajem na tržišne trendove. Aktivnosti Turističke zajednice grada Splita uključivat će koordinaciju programskih elemenata, suradnju s partnerima, kreiranje izvanrednih iskustava za delegate (večere, izleti, stručno vođeni obilazak destinacije) te sudjelovanje u pre i post FAM programima. Ovaj event ima potencijal generirati dugoročne efekte rasta u segmentu luksuznog turizma, privlačenja novih kupaca te povećanja prometa u predsezoni i posezoni.

- *Kongres Udruge austrijskih putničkih agencija (ÖRV)*

Kongres okuplja vodeće austrijske putničke agente i turooperatore te predstavlja platformu za snažno pozicioniranje Splita na jednom od važnijih emitivnih tržišta srednje Europe. TZ grada Splita će u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije pružiti institucionalnu i operativnu podršku organizaciji dijela programa, uključujući studijske posjete i odabir iskustvenih sadržaja koji najpreciznije prezentiraju kvalitativni identitet destinacije.

Troškovi uključuju organizaciju kulturno-zabavnih programa i reprezentativnih aktivnosti (prostor za prezentacije, obroci, prijevoz i sl.) koje su standardni dio studijskih putovanja i B2B događanja.

Nositelj aktivnosti i partneri: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita, Taste Dalmatia DMC (brand turističke agencije Shuttle), pružatelji turističkih usluga

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 60.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.; Private Luxury Boutique (svibanj 2026.);

Kongres Udruge austrijskih putničkih agencija (listopad / studeni 2026.)

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

U 2026. godini Turistička zajednica grada Splita nastavlja provoditi aktivnosti sustavnog kreiranja i unaprjeđenja online i offline promotivnih materijala, s ciljem osiguravanja kvalitetne i aktualne prezentacije turističke ponude Splita. Fokus ostaje na dosljednoj nadogradnji postojećih izdanja te razvoju novih formata kada to zahtijevaju trendovi, potrebe tržišta ili strateški projekti destinacije. Aktivnosti uključuju kontinuirano ažuriranje i redistribuciju informativnih materijala kao što su Welcome magazin, gradski planovi – mape, Meetings Split brošura, Split Guide A5, VisitSplit mjesečni vodič te brošure i mape naselja Stobreč, Žrnovnica i Slatine. Po potrebi će se razvijati i novi tematski i specijalizirani materijali, posebno oni usmjereni na nišne segmente i nove turističke proizvode. Nastavlja se i partnerska suradnja s izdavačima turističkih publikacija, kao što su Discover Split, Discover Split's Restaurant Guide, Split in your pocket, Explore Adriatic te ostalim relevantnim partnerima, s ciljem osiguravanja kvalitetnih, profesionalnih i tržišno usmjerenih izdanja koja doprinose vidljivosti destinacije. Troškovi aktivnosti uključuju izradu autorskog sadržaja,

profesionalni grafički dizajn, pripremu i produkciju digitalnih formata i oglasa, prijevode i jezičnu prilagodbu materijala, redizajn postojećih publikacija, tisak i distribuciju, kao i druge troškove u vezi s razvojem promotivnih materijala. Dodatno, u 2026. godini planira se produkcija novog destinacijskog filma koji će komunicirati ključne turističke proizvode i specifičnosti identiteta Splita, u potpunoj usklađenosti sa smjernicama i ciljevima Strateškog i operativnog marketinškog plana turizma grada Splita 2025. – 2030. Video će biti pozicioniran kao strateški alat za međunarodne sajmove, digitalne kampanje, društvene mreže i službene prezentacije grada. U sklopu projekta predviđena je izrada glavnog promotivnog filma te kraćih formata optimiziranih za digitalne kanale, uz kreativnu obradu motiva baštine, svakodnevnog života, prirode, sporta, gastronomije i modernih turističkih sadržaja. Produkcija će uključivati primjenu suvremenih filmskih tehnika (dron, FPV kadrovi, stabilizacijske platforme, timelapse, profesionalna rasvjeta, napredni color grading), kao i integraciju autorske glazbe i autentičnih ambijentalnih zvukova Splita, s ciljem stvaranja emotivnog i prepoznatljivog vizualnog potpisa destinacije. Trošak ove aktivnosti uključuje sve faze produkcije novog destinacijskog videa, od kreativnog koncepta i snimanja do finalne postprodukcije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 100.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

3.8. Internetske stranice

U 2026. godini nastavlja se s aktivnostima razvoja digitalnih platformi Turističke zajednice grada Splita, s naglaskom na unaprjeđenju postojećih alata i stvaranju novih digitalnih resursa koji podižu kvalitetu prezentacije destinacije. Ključna aktivnost bit će nadogradnja virtualne šetnje 360.visitsplit.com, izrađene 2021. godine. Planiran je dodatak novih 360° vizuala s ključnih lokacija koje su u međuvremenu infrastrukturno, sadržajno i identitetski unaprijeđene: plaža Žnjan, Marjan (s naglaskom na promatračnicu na Sedlu i Botanički vrt), te turistička naselja Stobreč, Žrnovnica i Slatine. Ova nadogradnja osnažit će digitalnu percepciju Splita i osigurati ažurnu i atraktivnu prezentaciju destinacije posjetiteljima i partnerima. U 2025. godini izrađena je nova mrežna stranica naselja Stobreč, a u 2026. godini planira se izrada mrežnih stranica za Žrnovnicu i Slatine po istom modelu kao poddomena krovne stranice, u potpunosti usklađenih s novim vizualnim identitetima i grafičkim standardima razvijenima za ta naselja u 2024. godini. Cilj je stvaranje koherentnog, skalabilnog i održivog sustava mikro stranica pod VisitSplit brendom, koji će omogućiti kvalitetnu lokalnu prezentaciju, jačati integrirano digitalno iskustvo destinacije u važiti specifičnosti svakog područja destinacije Split. Za krovnu mrežnu stranicu nastavlja se kontinuirani rad na održavanju, nadopunjavanju sadržaja, razvoju naprednih funkcionalnosti i optimizaciji korisničkog iskustva. Tehnički zahvati uključuju daljnje

programiranje specifičnih funkcionalnosti, integraciju s CMS-om, prilagodbe za bolju SEO i UX izvedbu, te osiguravanje stabilne i brze tehničke podrške. Troškovi obuhvaćaju razvoj, nadogradnju i održavanje svih navedenih digitalnih platformi, uključujući programerske radove, optimizaciju, vizualne nadogradnje, integracije i tehničku podršku kroz cijelu godinu.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 50.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

U 2026. godini fokus je na daljnjem jačanju strukture i kvalitete turističkih podataka kao ključnog resursa destinacijskog marketinga i menadžmenta. Operativni okvir uključuje kontinuirano ažuriranje, nadogradnju i verifikaciju podataka o turističkoj ponudi Splita uz pravovremenu dostavu relevantnih informacija Turističkoj zajednici Splitsko-dalmatinske županije i Hrvatskoj turističkoj zajednici. U okviru ove aktivnosti prioritet ostaje sustavno upravljanje vizualnim i multimedijalnim sadržajima. Banka fotografija i multimedije redovito će se obogaćivati visokokvalitetnim materijalima koji podupiru strateške komunikacijske smjerove destinacije u skladu sa Strateškim i operativnim marketinškim planom turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030., s naglaskom na atrakcije, kulturni identitet, održivost i proizvode s visokom dodanom vrijednosti. Time se osigurava stabilna vizualna infrastruktura za marketinške kampanje, PR aktivnosti i distribuciju materijala dionicima, uz kontrolu vizualnog identiteta destinacije. Informacijski chatbot razvijen u 2025. godini prelazi u fazu operativnog održavanja. Aktivnosti uključuju upravljanje cloud infrastrukturom, praćenje performansi, tehničke nadogradnje, sigurnosna ažuriranja i sustavno upravljanje dokumentacijom i podacima u pozadini. Cilj je stabilna, pouzdana i skalabilna funkcionalnost koja omogućuje neometan pristup informacijama posjetiteljima i dionicima. Dodatno, kroz redovito praćenje turističkog prometa, analizu tržišnih trendova i obradu podataka iz sustava eVisitor, izradit će se kontinuirana statistička izvješća te godišnja analiza turističkih rezultata. Ova analitička komponenta ostaje temelj za donošenje informiranih preporuka, strateških smjernica i planiranje promocijskih aktivnosti. Trošak ove aktivnosti uključuje troškove otkupa novih fotografija, izradu profesionalnih tekstova za različite promotivne kanale, produkciju atraktivnih vizualnih i multimedijalnih sadržaja koji dodatno valoriziraju turističku ponudu Splita i trošak održavanja informacijskog chatbota (pretplata za korištenje cloud sustava).

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, razni partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

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

Turistička zajednica grada Splita nastavlja upravljati mrežom turističko-informativnih centara na ključnim lokacijama u gradu – TIC Riva, TIC Peristil, TIC Stobreč i TIC Slatine – kako bi posjetiteljima bila dostupna ažurna, pouzdana i ciljano strukturirana informacija o ponudi grada i široj regiji. Svi centri pružaju podršku domaćim i stranim gostima kroz informiranje o atrakcijama, uslugama, prometnim povezivanjima, događanjima i ostalim elementima turističke ponude. Ured za iznajmljivače ostaje primarna kontaktna točka za pružatelje smještaja, gdje se dobivaju relevantne upute vezane uz zakonske obveze, procese registracije i sve ostale informacije važne za operativno upravljanje privatnim smještajem. Ukupni troškovi obuhvaćaju operativne izdatke potrebne za kontinuirano funkcioniranje turističko-informativnih centara i ureda za iznajmljivače, uključujući i troškove plaća zaposlenika i naknade studentima koji svakodnevno osiguravaju kvalitetnu komunikaciju s posjetiteljima i dionicima u turizmu.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 550.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

- **Mobilna aplikacija mVisitor**

Mobilna aplikacija mVisitor je alat koji iznajmljivačima pojednostavljuje prijavu gostiju u sustav eVisitor. Aplikacija je od strane iznajmljivača ocijenjena je kao iznimno koristan i jednostavan alata za korištenje u poslovanju. Aplikacija mVisitor odobrena je od strane Hrvatske turističke zajednice i svi uneseni podaci automatski se sinkroniziraju s eVisitor sustavom. Za ulazak u mVisitor sustav dovoljno je koristiti već postojeće eVisitor pristupne podatke: OIB iznajmljivača i lozinku, ali ovaj put bez TAN liste. Ovo digitalno i mobilno rješenje sastoji se od: besplatne mobilne aplikacije za iznajmljivače za brzu i jednostavnu prijavu gostiju sa funkcionalnostima poput slanje linka za pre check-in gostiju i skeniranjem dokumenata; web CMS aplikacije za turističke zajednice putem koje se prati statistika korištenja mobilne aplikacije u realnom vremenu i koja omogućuje izravnu komunikaciju sa iznajmljivačima slanjem push notifikacija, svima ili samo odabranima preko nekoliko filtera; softverskih rješenja koji omogućuju integraciju s web stranicom TZ-a na način da prikazuje posebne ponude i informacije koje su od interesa za goste koji koriste mVisitor pre check-in uslugu. Preko ove aplikacije prijavu gostiju izvršava sveukupno 4.585 objekata u domaćinstvu na području grada Splita i do sada je prijavljeno 414.476 turista s ostvarenih 1.479.255 noćenja (stanje na dan 21. studenog 2025. godine). Trošak se odnosi na korištenje i održavanje informatičkih rješenja i usluga mVisitor mobilne aplikacije.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 4.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

- **Mobilna aplikacije Plaja Beach Finder i audio vodič „Biografije i uspjesi splitskih olimpijaca“**

Turistička zajednica grada Splita realizirala je projekte korištenja mobilnih aplikacija Plaja Beach Finder i Dalmatia AI s ciljem digitalizacije i prezentacije turističkih sadržaja, atrakcija i lokaliteta na području grada Splita. Mobilna aplikacija Plaja – Beach Finder funkcionira tako da, s obzirom trenutnu lokaciju korisnika, prikaže najbliže plaže u Splitu, vijesti vezane uz plaže i sadržaje na plaži. U suradnji s tvrtkom Tour Guide System d.o.o., Turistička zajednica grada Splita razvila je storytelling vodič o biografijama i sportskim uspjesima splitskih olimpijaca, koji u svega nekoliko klikova

postaje osobni kustos, vodič i interpretator sportske baštine grada Splita svim domaćim i stranim posjetiteljima na Zapadnoj obali. Trošak se odnosi na godišnje korištenje i održavanje mobilne aplikacije i audio vodiča.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 1.180,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

4.2. Stručni skupovi i edukacije

Turistička zajednica grada Splita u 2026. nastavlja sustavno ulagati u kompetencijski razvoj dionika turističkog ekosustava, s jasnim fokusom na jačanje operativne izvrsnosti, diferencijaciju proizvoda i podizanje kvalitete usluge na razini destinacije. Programska logika ostaje usmjerena na prijenos konkretnih, primjenjivih znanja koja izravno podižu tržišnu konkurentnost, profesionalne standarde i održivost turističke ponude. Edukacijski portfelj uključuje tematske module za iznajmljivače, hotele, turističke agencije, turističke vodiče i zaposlenike destinacijskog menadžmenta, s naglaskom na alate i trendove koji mijenjaju operativni okvir industrije. U programu se zadržavaju edukacije za turističke vodiče usmjerene na interpretacijske ili pripovjedačke vještine, kreiranje narativa po kvartovima i razvoj tematskih tura koje valoriziraju manje eksponirana područja grada te jačaju povezanost lokalne zajednice s baštinom. Za iznajmljivače, planira se nastavak edukacija koje pokrivaju operativne novosti, unapređenje servisnog standarda, profesionalizaciju komunikacije s gostima, jačanje jezičnih kompetencija i razumijevanje tržišnih trendova u kratkoročnom najmu. U program se uključuju i specijalizirane radionice koje obrađuju optimizaciju poslovanja, digitalne prodajne kanale i upravljanje reputacijom. Predviđene su i suradničke edukacije s partnerima iz privatnog sektora, uz osiguranu logističku podršku (prostor, tehnička oprema, coffee break), čime se jača ekosustav praktičnog znanja dostupnog široj bazi pružatelja usluga. Za hotele i turističke agencije planiraju se napredne strateške teme: primjena alata umjetne inteligencije u turizmu, korištenje AI tehnologija za optimizaciju prodaje i operacija, razvoj autentičnih proizvoda visoke dodane vrijednosti i marketinške taktike za bolje pozicioniranje u uvjetima ubrzane digitalne transformacije. Poseban fokus bit će na brendiranju u eri umjetne inteligencije te kako se strateški pozicionirati da destinacija, usluga ili proizvod postanu prirodan odgovor unutar AI preglednih sustava koje koriste Google i drugi globalni akteri. Troškovi ove aktivnosti obuhvaćaju podršku organizaciji Kongresa obiteljskog smještaja te organizaciju stručnih skupova, radionica i edukacija koji zahtijevaju najam adekvatnog prostora, angažman kvalificiranih edukatora iz industrije, usluge cateringa te ciljanu komunikaciju prema potencijalnim sudionicima kako bi se osigurala visoka vidljivost i maksimalni doseg.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 40.000,00 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

4.3. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

- **Projekt SplitCard**

Projekt SplitCard i tijekom 2026. nastavlja biti jedan od alata za upravljanje boravkom i doživljajem posjetitelja u destinaciji. Kartica sustavno motivira turiste na istraživanje kulturnih, eno-gastronomskih i prirodnih atrakcija, čime se povećava disperzija posjetitelja i potrošnja unutar grada. U suradnji s kulturnim ustanovama, turističkim agencijama, ugostiteljima i malim poduzetnicima, projekt omogućuje posjetiteljima pristup pogodnostima koje unapređuju njihov boravak, a istovremeno jačaju partnerski ekosustav lokalne turističke ponude. Planirani troškovi obuhvaćaju sufinanciranje ulaznica partnerima, izradu i distribuciju kartica, grafička i digitalna rješenja te ciljane online aktivnosti potrebne za daljnje jačanje prepoznatljivosti programa.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, muzeji, turističke agencije, trgovine, restorani
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 7.000,00 EUR

- **Projekt City Break**

Projekt City Break u 2026. godini zadržava fokus na jačanju Splita kao cjelogodišnje kulturne city-break destinacije. Program omogućuje posjetiteljima koji tijekom jesensko-zimskog razdoblja borave u hotelima najmanje dvije noći pristup besplatnim razgledima grada, ulaznicama za predstave i programe Hrvatskog narodnog kazališta Split, te korištenje SplitCard kartice, koja potiče posjetitelje da istraže širok spektar muzeja, galerija i kulturnih atrakcija, pružajući im istovremeno niz popusta. Cilj je dodatno naglasiti kulturnu dimenziju Splita izvan ljetne sezone, povećati motivaciju za posjete u razdobljima niže potražnje te integrirati projekt s pogodnostima SplitCard sustava, kako bi posjetitelji imali širok raspon dodatnih iskustava. Troškovi uključuju organizaciju stručnih razgleda svakog vikenda i nabavu ulaznica za izvedbene programe i predstave HNK Split.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 3.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: siječanj – ožujak 2026. i listopad – prosinac 2026.

4.4. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

- **Valorizacija kulturne baštine**

U 2026. godini nastavlja se provedba aktivnosti usmjerenih na jačanje kulturno-turističkog identiteta Splita kroz sustavnu valorizaciju materijalne i nematerijalne baštine. Nastavlja se projekt „Poljička Republika“ kroz izradu Akcijskog plana provedbe Strateškog plana razvoja integriranog kulturno-turističkog proizvoda Poljička Republika. Kao povijesni teritorij koji obuhvaća i sadašnja područja Turističke zajednice grada Splita, Turističke zajednice grada Omiša, Turističke zajednice općine Podstrana i Turističke zajednice općine Dugi rat, Poljička republika ima jedinstveni razvojni potencijal. Aktivnost uključuje definiranje ključnih prioriteta projekata, operativnih mjera, modela upravljanja, promocije i financiranja te usklađivanje provedbenih koraka između turističkih zajednica u projektnom udruženju. Cilj je omogućiti početak konkretne implementacije integriranog kulturno-turističkog proizvoda u funkciji održivog razvoja kulturnog turizma. Trošak ove aktivnosti obuhvaća angažman stručnjaka ili konzultanata specijaliziranih za kulturnu baštinu koji će sudjelovati u procesu izrade akcijskog plana. Dodatno, u 2026. godini planira se partnerska podrška projektu izrade reprezentativne monografije Udruge Dalmatica, koja dokumentira i interpretira bogatu materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu Dalmacije. Monografija će obuhvatiti kulturno-umjetnička društva, tradicijske nošnje, običaje i vjerske običaje, tradicijski nakit, specifična jela i gastronomske običaje, pejzaže i motive karakteristične za pojedine regije. Turistička zajednica grada Splita podržat će projekt te će imati pravo korištenja dijela autorskog foto i video materijala za potrebe promocije destinacije. U okviru projekta planirana je i organizacija prve izložbe fotografija u Splitu, u prostoru Podruma Dioklecijanove palače ili Galerije Meštrović. Sredstva potpore će se koristiti za putne troškove snimateljskog i organizacijskog tima, angažman profesionalnih modela, usluge snimatelja, video montažera i fotografa, pripremu, lekturu i tisak monografije, PR usluge i organizaciju promocije, autorske honorare i druge produkcijske i logističke troškove. ,

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita u suradnji s turističkim zajednicama s područja Poljičke Republike, Savez za Poljica, Udruga Dalmatica

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 14.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

- **Odgovorni turizam prema lokalnoj zajednici i kulturnoj baštini**

U narednom razdoblju naglasak ostaje na jačanju odgovornog upravljanja turističkim tokovima u povijesnoj jezgri, s ciljem zaštite kulturne baštine i očuvanja kvalitete života stanovnika koji žive unutar zaštićenog područja grada. Planira se nastavak suradnje s

Gradom Splitom kroz financiranje dodatnih operativnih službi na terenu, komunalnih redara ili ovlaštenih zaštitarskih timova, koji će svojim svakodnevnim djelovanjem doprinijeti prevenciji neprimjerenog ponašanja, očuvanju ambijentalnih vrijednosti i smanjenju negativnih utjecaja turističkog opterećenja u najvrjednijim dijelovima jezgre. Ključni preduvjeti za provedbu aktivnosti temelje se na koordiniranom pristupu između gradskih službi i Turističke zajednice grada Splita, kako bi se osigurala učinkovita raspodjela resursa i kontinuirana prisutnost nadzornih timova. Planirani trošak uključuje prijenos sredstava u proračun Grada Splita za angažman dodatnih službi tijekom turističke sezone.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 93.000,00 EUR

Planirani rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

- **Projekt uređenja naselja Slatine**

Turistička zajednica grada Splita nastavlja s ulaganjima u poboljšanje infrastrukture i uređenje javnih prostora u naselju Slatine. U 2026. godini prioritetne aktivnosti usmjerene su na dodatno uređenje centra mjesta, čime se nastavlja višegodišnji proces revitalizacije i unapređenja ovog područja. Centar naselja Slatine obuhvaća ključne javne prostore, uključujući područje u kojem su smješteni zgrada mjesnog odbora, turističko-informativni centar, park Miljenka Smoje, te prostore uz lučicu i plažu, koji imaju izrazito dinamičnu funkciju tijekom turističke sezone. Aktivnosti obuhvaćaju uređenje centra mjesta, s posebnim naglaskom na poboljšanje zelenih i javnih površina, kako bi se osigurala veća funkcionalnost prostora i atraktivnost za posjetitelje, radove koji uključuju pripremu i realizaciju građevinskih zahvata, postavljanje urbanog mobilijara te implementaciju krajobraznih rješenja usmjerenih na održivo korištenje i očuvanje prostora te izradu detaljnih projektnih elaborata, idejnih i izvedbenih rješenja, kako bi se osigurao kvalitetan i dugoročan rezultat. Dio aktivnosti će obuhvaćati božićno kićenje mjesta i nabavku novih ukrasa kako bi se osigurala kvalitetna dekoracija javnih površina u blagdanskome periodu, čime se dodatno doprinosi stvaranju svečanog i ugodnog ugođaja za sve posjetitelje i stanovnike Slatina. Cilj ovih aktivnosti je stvaranje reprezentativnog prostora za lokalnu zajednicu i turiste te povećanje atraktivnosti naselja Slatine kao turističkog odredišta.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

- **Projekt uređenja naselja Stobreč**

U 2026. godini, u sklopu kontinuiranog ulaganja u unapređenje javnih prostora i kvalitete života u naselju Stobreč, planirane su aktivnosti usmjerene na daljnje uređenje i opremanje prostora, s posebnim naglaskom na stvaranje ugodnog i atraktivnog okruženja za lokalno stanovništvo i posjetitelje. Aktivnosti obuhvaćaju božićno kićenje i nabavku novih ukrasa kako bi se osigurala kvalitetna dekoracija javnih površina u blagdanskome razdoblju, čime se dodatno doprinosi stvaranju svečanog i ugodnog ugođaja za sve posjetitelje i stanovnike Stobreča, te održavanje i unaprjeđenje dosadašnje infrastrukture u koju je Turistička zajednica sustavno ulagala zadnjih godina (npr. projekt uređenja Parka Stobreč, projekt uređenja stare gustirne, projekt uređenja prostora oko HEP-ove stanice i sl.). Ove inicijative nastavit će doprinositi poboljšanju uređenosti i funkcionalnosti naselja, povećavajući njegovu atraktivnost kao destinacije te podižući kvalitetu turističkog iskustva u skladu s ciljevima odgovornog razvoja turizma.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 15.000,00 EUR

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

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

Turistička zajednica grada Splita nastavlja sa sustavnim ulaganjima u uređenje i održavanje tematskih staza na istočnom dijelu Splita, s posebnim naglaskom na područja Žrnovnice, Srinjina i brda Perun. Ove staze postale su važan segment ponude aktivnog turizma te služe kako lokalnom stanovništvu, tako i turistima koji uživaju u prirodnim ljepotama i povijesno-kulturnom naslijeđu ovog kraja. U 2026. godini planirane aktivnosti uključuju obnovu i nadopunu tematskih staza, s posebnim naglaskom na sanaciju dijelova oštećenih uslijed nedavnih požara ili drugih vremenskih utjecaja, redovno održavanje staza, uključujući uklanjanje raslinja, popravak postojećih infrastrukturnih elemenata te zaštitu i obnovu drvene opreme poput putokaza, klupa i informativnih ploča, te postavljanje dodatne signalizacije i oznaka, na temelju povratnih informacija korisnika i stručnih analiza terena, kako bi se poboljšala sigurnost i preglednost staza. Cilj ovih aktivnosti je osigurati kontinuiranu dostupnost i atraktivnost staza za šetače, planinare i bicikliste, poticati očuvanje prirodnog i kulturnog krajobraza te promicati održivi turizam na ovom području.

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

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti: 5.000,00 EUR
Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2026.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

Turistička zajednica grada Splita nije član međunarodnih strukovnih i sličnih organizacija.

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

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

Turistička zajednica grada Splita član je Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT). Udruga teži podizanju standarda usluga kod svojih članova, ali i svih ostalih subjekata iz sektora kongresnog turizma stalnim edukacijama, suradnjom, povezivanjem i uzajamnim djelovanjem s drugima. HUPKT stalno surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom, Hrvatskom gospodarskom komorom, javnim i privatnim sektorom na nacionalnoj i lokalnoj razini u razvoju Hrvatske kao značajnog međunarodnog odredišta za kongresni turizam. HUPKT je član Europske federacije kongresnih organizatora (EFAPCO) i povlaštenu partner (Preferred Provider) Events Industry Councila-a (EIC) za provođenje edukacija potrebnih za pristup certifikacijskom programu CMP. Udruga je vlasnik i nositelj obrazovnog stručnog certifikata CCMEP (Certified Croatian Meetings & Events Professional). HUPKT je suvlasnik i su-osnivač prve hrvatske burze poslovnog turizma MEETEX (Croatian Meeting Experience Summit) koja se održava u ožujku u Zagrebu. Trošak se odnosi na trošak članarine. Cilj članstva Turističke zajednice grada Splita u Hrvatskoj Udruzi Profesionalaca Kongresnog Turizma (HUPKT) je ostvarivanje visokih standarda kvalitete usluga u sektoru MICE turizma te doprinos aktivnom razvoju i unaprjeđenju destinacije Split kao relevantnog međunarodnog odredišta za kongresni turizam.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, HUPKT

Iznos članarine: 100,00 EUR

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

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

stručne pomoći, sudjelovanja u aktivnostima HGK te pristupa informacijama koje podržavaju specifične potrebe i interese. Trošak se odnosi na trošak članarine.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, HGK

Iznos članarine: 240,00 EUR

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

U administrativne poslove svrstavaju se svi poslovi ureda turističke zajednice i ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada, a koji su određeni zakonom i statutom turističke zajednice. Administrativni poslovi uključuju rashode plaća djelatnika turističke zajednice, materijalne troškove turističkog ureda i troškove rada tijela TZ. Administrativni poslovi planirani su za 2026. godinu u iznosu od eura.

6.1. Plaće

Trošak se odnosi na bruto plaće zaposlenika ureda Turističke zajednice grada Splita uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. Bruto plaće zaposlenika ureda turističke zajednice planiraju se u iznosu od 400.000 EUR. Izdaci za prijevoz na posao i s posla planiraju se u iznosu od 5.000 EUR. U ostale pripadajuće troškove ubrajaju se regres, dar djeci te ostale naknade sukladno zakonskim propisima. Navedeni troškovi planirani su iznosu od 15.000 EUR.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita
Planirana sredstva: 420.000,00 EUR

6.2. Materijalni troškovi

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

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita
Iznos potreban za realizaciju: 85.000,00 EUR

6.3. Tijela turističke zajednice

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

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita
Iznos potreban za realizaciju: 30.000,00 EUR

7. REZERVA I OSTALE AKTIVNOSTI

Tijekom 2026. godine Turistička zajednica grada Splita provodit će različite promotivne / marketinške i druge tržišne projekte / aktivnosti sa stranim i domaćim partnerima, koje se tijekom godine pojavljuju kao potreba, ali ih nije moguće precizno definirati unaprijed. Riječ je o fleksibilnom okviru koji omogućuje brzo reagiranje na neplanirane prilike u promociji destinacije, uključivanje u dodatne projekte s domaćim i stranim partnerima, nadogradnju komunikacijskih aktivnosti te podršku inicijativama koje doprinose vidljivosti i konkurentnosti Splita na emitivnim tržištima. Ovaj segment pokriva i dodatne troškove vezane uz programski razvoj, operativnu realizaciju aktivnosti, nenadane organizacijske zahtjeve te potrebe koje se tijekom godine pokažu ključnima za kvalitetno funkcioniranje sustava turističke zajednice. Fleksibilnost ove stavke omogućuje pravodobno uključivanje u projekte od strateškog interesa te održavanje kontinuiteta marketinških i destinacijskih procesa koji nadilaze okvir planiranih aktivnosti.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Planirana sredstva: 30.000,00 EUR

Rok realizacije: kontinuirano tijekom 2026. godine

FINANCIJSKI PLAN

		PRIHODI	Plan 2026.	Replan 2025.	Indeks	udio %
1.		Izvorni prihodi	2.992.000	2.793.416	107	84,82
	1.1.	Turistička pristojba	1.725.000	1.526.546	113	48,90
	1.2.	Članarina	1.267.000	1.266.870	100	35,92
2.		Prihodi iz proračuna općine / grada / županije i državnog proračuna	530.000	570.000	93	15,02
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	0,11
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0	0	–	0,00
7.		Ostali prihodi	13	10	130	0,00
		SVEUKUPNO	3.527.495	3.368.908	105	100,00

		AKTIVNOSTI	Plan 2026.	Replan 2025.	Indeks	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	31.425	63.418	50	0,89
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	0	62.180	/	0,00
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	30.000	0	/	0,85
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	1.425	1.238	115	0,04
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.478.550	1.409.350	105	41,92
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	39.550	28.800	137	1,12
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	0	0	/	0,00
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.191.000	1.167.550	102	33,77
	2.4.	Turistička infrastruktura	0	0	/	0,00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	248.000	213.000	116	7,03
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.255.000	1.175.000	107	35,58
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	0	0	/	0,00
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	200.000	150.000	133	5,67
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	30.000	45.000	67	0,85
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	200.000	175.000	114	5,67
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	50.000	55.000	91	1,42
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	60.000	40.000	150	1,70
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	100.000	110.000	91	2,83
	3.8.	Internetske stranice	50.000	40.000	125	1,42
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	15.000	10.000	150	0,43

	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	550.000	550.000	100	15,59
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	197.180	195.800	101	5,59
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	5.180	5.800	89	0,15
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije	40.000	30.000	133	1,13
	4.3.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	10.000	10.000	100	0,28
	4.4.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	142.000	150.000	95	4,03
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	340	340	100	0,01
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	535.000	525.000	102	15,17
	6.1.	Plaće	420.000	420.000	100	11,91
	6.2.	Materijalni troškovi	85.000	75.000	113	2,41
	6.3.	Tijela turističke zajednice	30.000	30.000	100	0,85
7.		REZERVA	30.000	0		0,85
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				
		SVEUKUPNO	3.527.495	3.368.908	105	100,00

3	Prihodi	Plan 2026.	Replan 2025.
31	Prihodi od pružanja usluga	0	0
32	Prihodi od članarina	1.267.000	1.266.870
33	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	1.725.000	1.526.546
34	Prihodi od imovine	3.982	3.982
35	Prihodi od donacija	530.000	570.000
36	Ostali prihodi	13	10
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	1.500	1.500

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

4	Rashodi	Plan 2026.	Replan 2025.
41	Rashodi za radnike	780.000	780.000
42	Materijalni rashodi	1.931.425	1.812.838
43	Rashodi amortizacije	12.270	12.270
44	Financijski rashodi	3.500	3.500
45	Donacije	790.000	750.000
46	Ostali rashodi	300	300
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	10.000	10.000