



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU
PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE
GRADA SPLITA ZA 2025.
GODINU**



Split
Tourist Board of Split
TURISTIČKA ZAJEDNICA

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

STATISTIČKI POKAZATELJI TURISTIČKOG PROMETA U 2025. GODINI

Prema najnovijim podacima koje je objavio UN Tourism (bivši UNWTO), globalni turizam u 2025. godini nastavio je stabilan rast i dodatno se približio dugoročnim trendovima zabilježenima prije pandemije. Podaci su objavljeni u Svjetskom turističkom barometru (*World Tourism Barometer*) za 2025. godinu te pružaju relevantan uvid u kretanja međunarodnih dolazaka, regionalne razlike, potrošnju posjetitelja i izgleda za 2026. godinu. U 2025. godini zabilježeno je oko 1,52 milijarde međunarodnih turističkih dolazaka, što predstavlja rast od 4 % u odnosu na 2024. godinu, odnosno gotovo 60 milijuna dolazaka više. Time je 2025. postala rekordna godina u postpandemijskom razdoblju, potvrđujući snažnu i otpornu globalnu potražnju za putovanjima. Unatoč prisutnim izazovima – inflaciji turističkih usluga, povećanim troškovima putovanja te geopolitičkim napetostima – potražnja je tijekom većeg dijela godine ostala stabilna, uz blago usporavanje u završnom kvartalu. U četvrtom tromjesečju ostvaren je rast od 3 %, nešto niži od 4 % u trećem kvartalu (ljetna sezona na sjevernoj hemisferi). Ključni pokretači rasta bili su snažna potražnja s velikih emitivnih tržišta, nastavak oporavka destinacija u Aziji i Pacifiku, povećana zračna povezanost, te liberalizacija i pojednostavljenje viznih režima. Europa, kao najveća svjetska receptivna regija, ostvarila je 793 milijuna međunarodnih dolazaka, što predstavlja rast od 4 % u odnosu na 2024. te 6 % više nego u pretpandemijskoj 2019. godini. Istodobno, regija Amerike zabilježila je 218 milijuna dolazaka, uz rast od 1 % i neujednačene rezultate po podregijama, dok je Afrika ostvarila 81 milijun dolazaka, odnosno snažan rast od 8 %, s osobito izraženim rezultatima u Sjevernoj Africi. Bliski istok bilježi rast od 3 %, pri čemu su rezultati čak 39 % iznad razine iz 2019. godine, što ovu regiju pozicionira kao najbrže oporavljenu u odnosu na pretpandemijsko razdoblje, dok su Azija i Pacifik s 331 milijunom dolazaka ostvarili rast od 6 % te dosegli 91 % pretpandemijske razine. 2025. godina obilježena je i iznimno snažnim rastom turističke potrošnje. Procijenjeni prihodi od međunarodnog turizma dosegli su 1,9 bilijuna USD, što predstavlja rast od 5 % u odnosu na 2024. godinu. Ukupni izvozni prihodi od turizma (uključujući prihode od prijevoza putnika) procjenjuju se na 2,2 bilijuna USD, čime turizam potvrđuje svoju poziciju jedne od najznačajnijih globalnih izvoznih industrija. Važno je istaknuti da su u brojnim destinacijama prihodi rasli brže od fizičkih pokazatelja dolazaka, što upućuje na rast potrošnje po posjetitelju i promjene u strukturi potražnje. Prema projekcijama UN Tourism, međunarodni turizam u 2026. godini mogao bi rasti dodatnih 3 % do 4 %, pod uvjetom nastavka oporavka Azije i Pacifika, stabilnih globalnih makroekonomskih uvjeta, smanjenja inflatornih pritisaka u sektoru turizma, te izostanka eskalacije geopolitičkih sukoba. Indeks povjerenja (*Confidence Index*) za 2026. iznosi 126 bodova (na skali 0–200), što potvrđuje očekivanje još jedne snažne godine, iako s nešto umjerenijim optimizmom u odnosu na 2025. godinu (129 bodova). Ipak, geopolitičke napetosti, trgovinski sukobi, klimatski rizici te visoki troškovi putovanja ostaju ključni faktori neizvjesnosti. Zaključno, 2025. godina potvrđuje da je

međunarodni turizam ušao u fazu stabiliziranog rasta uz povećanu otpornost na vanjske šokove. Globalni trendovi rasta potražnje, rast potrošnje po putniku i jačanje zračne povezanosti stvaraju pozitivno makrookruženje koje je imalo izravan utjecaj na rast međunarodnog turizma.

Prema podacima Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (*World Travel & Tourism Council – WTTC*), međunarodni turizam je 2025. godinu zaključio s povijesno najvišom razinom gospodarskog učinka, generirajući 11,7 bilijuna američkih dolara doprinosa globalnom BDP-u, što predstavlja rast od 6,7 % u odnosu na 2024. godinu te nadmašuje i pretpandemijsku 2019. godinu. Turizam je tako sudjelovao s približno 10,3 % u svjetskom BDP-u, potvrđujući svoju ulogu jednog od ključnih pokretača globalnog gospodarskog oporavka i rasta. Tijekom 2025. godine više od 1,5 milijardi ljudi putovalo je izvan zemlje prebivališta, što je 80 milijuna putnika više nego prethodne godine, odnosno prosječno 219.000 međunarodnih dolazaka dnevno, čime je dodatno potaknuta potražnja za uslugama smještaja, prijevoza, gastronomije, kulture i razonode te su ostvareni multiplikativni učinci na brojne povezane djelatnosti. Sektor je imao i značajan utjecaj na tržište rada – svako treće novo radno mjesto otvoreno u svijetu u 2025. godini povezano je s turizmom. Na regionalnoj razini, Europa se istaknula kao jedan od glavnih generatora rasta s ukupnim ekonomskim učinkom od 2,9 bilijuna USD (+5,1 % u odnosu na 2024.), uz doprinos od gotovo 10 % europskom BDP-u. Na nacionalnoj razini, Španjolska je zabilježila rekordnih 96,5 milijuna međunarodnih posjetitelja, pri čemu je turizam generirao oko 16 % nacionalnog BDP-a i više od 3,2 milijuna radnih mjesta. Istodobno, rezultati nisu bili ujednačeni na svim tržištima pa su Sjedinjene Američke Države zabilježile pad ekonomskog učinka od međunarodnih posjetitelja u iznosu od 19 milijardi USD u odnosu na prethodnu godinu, ponajprije zbog smanjenog dolazaka iz Europe i Kanade, što potvrđuje osjetljivost konkurentnosti destinacija na geopolitičke okolnosti, migracijske politike i troškove putovanja.

Prema podacima Eurostata (*European statistics*), u 2025. godini u državama članicama Europske unije ostvareno je procijenjenih 3,08 milijardi noćenja u turističkim smještajnim objektima, što predstavlja rast od 61,5 milijuna noćenja odnosno 2 % u odnosu na 2024. godinu. Rast je primarno generiran povećanjem broja noćenja stranih gostiju (+46,1 milijun), dok je segment domaćih gostiju rastao umjerenijim tempom (+15,4 milijuna), pri čemu je struktura ukupnih noćenja ostala gotovo uravnotežena – 49 % odnosi se na međunarodne, a 51 % na domaće goste. Prema vrsti smještaja, hoteli i slični objekti ostvarili su 1,9 milijardi noćenja (63 % ukupnog prometa), objekti za odmor i ostali oblici kratkoročnog smještaja 743 milijuna (24 %), dok su kampovi zabilježili 413 milijuna noćenja (13 %). U usporedbi s 2024. godinom, većina država članica EU bilježi rast turističkog prometa, pri čemu su najveće povećanje ostvarile Malta (+10 %), Poljska (+7 %) i Latvija (+6 %), dok su blagi pad zabilježile Rumunjska (-1 %) i Irska (-2 %).

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 7. siječnja 2026., koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), u Hrvatskoj je tijekom 2025. godine ostvareno više od 21,8 milijuna dolazaka i 110,1 milijun noćenja, što u odnosu na 2024. predstavlja rast od 2 posto u dolascima i 1 posto u noćenjima. Od toga je na Jadranu ostvareno 104,6 milijuna noćenja, što je 1 posto više nego 2024., dok je na kontinentu, uključujući Zagreb, ostvareno 5,6 milijuna noćenja, što predstavlja rast od 2 posto u odnosu na 2024. Broj dolazaka stranih turista u 2025. godini iznosio je 18,6 milijuna (indeks 101 u usporedbi s 2024. godinom), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 3,3 milijuna (indeks 107 u usporedbi s 2024. godinom). U istom razdoblju ostvareno je 96,3 milijuna noćenja stranih turista (indeks 101), kao i 13,8 milijuna noćenja domaćih turista (indeks 103).

Tijekom 2025. godine većina noćenja u Hrvatskoj 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 smještaj ostvario je 42 % prometa, dok je hotelski smještaj ostvario 27 %, a kamping segment 22 % prometa. Ukupno gledano, 26 % komercijalnih turističkih noćenja u razdoblju siječanj – prosinac 2025. godine 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 udio organiziranog segmenta iznosio je 28 %, a za obiteljski smještaj 12 %

Promatrajući ostvareni turistički promet prema županijama, najviše je noćenja tijekom 2025. godine ostvareno u Istri (30,3 milijuna noćenja), a zatim slijede Splitsko-dalmatinska županija (20,9 milijuna noćenja), Kvarner (18,5 milijuna noćenja), Zadarska (15,5 milijuna noćenja), Dubrovačko-neretvanska (9,3 milijuna noćenja), Šibensko-kninska (6,6 milijuna noćenja) i Ličko-senjska županija (3,5 milijuna noćenja), dok je gledano prema destinacijama najviše noćenja tijekom 2025. ostvareno u Dubrovniku, Rovinju, Splitu, Poreču i Umagu.

Promatrajući ostvareni turistički promet prema tržištima, tijekom 2025. godine u Hrvatskoj najviše noćenja ostvarili turisti s tržišta Njemačke (22,3 milijuna noćenja), Hrvatske (13,8 milijuna noćenja), Slovenije (11,1 milijuna noćenja), Austrije (8,2 milijuna noćenja), Poljske (7,3 milijuna noćenja), Češke (4,9 milijuna noćenja) i UK-a (4,1 milijuna noćenja).

**Dolasci i noćenja na području Republike Hrvatske prema vrstama objekata
u kojima turisti borave za razdoblje siječanj – prosinac 2025. godine**

Vrsta objekta	I.-XII. 2025.		I.-XII. 2024.		indeks 2025./2024.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	7.934.465	26.090.539	7.810.063	25.454.867	101,59	102,50
Kampovi	3.410.497	21.297.853	3.329.165	20.827.236	102,44	102,26
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	53.772	202.277	49.863	194.537	107,84	103,98
Objekti u domaćinstvu	7.219.183	39.863.971	7.024.699	39.821.837	102,77	100,11
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	2.188.882	8.233.903	2.116.701	8.092.401	103,41	101,75
Ostalo	12.003	58.499	8.148	50.331	147,31	116,23
Restorani	1.200	2.335	1.326	2.489	90,50	93,81
Ukupno komercijalni smještaj	20.820.002	95.749.377	20.339.965	94.443.698	102,36	101,38
Nekomercijalni smještaj	463.598	10.756.295	470.559	10.715.212	98,52	100,38
Nautika	553.609	3.626.892	545.132	3.601.484	101,56	100,71
Ukupno	21.837.209	110.132.564	21.355.656	108.760.394	102,25	101,26

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

**„Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu
domaćih i stranih gostiju (rangirano prema noćenjima) u razdoblju
siječanj – prosinac 2025. (komercijalni i nekomercijalni smještaj)**

Domaći turisti			Strani turisti		
Destinacija	Noćenja	Dolasci	Destinacija	Noćenja	Dolasci
Vir	1.220.793	35.565	Rovinj	4.092.870	679.376
Zagreb	558.295	320.744	Dubrovnik	4.091.536	1.262.459
Crikvenica	484.224	83.776	Poreč	3.248.293	582.304
Šibenik	354.706	99.800	Split	2.997.180	966.498
Zadar	338.350	113.328	Umag	2.844.352	506.880
Mali Lošinj	335.505	61.686	Medulin	2.669.065	428.721
Novalja	287.108	37.098	Zagreb	2.212.326	1.125.052
Vodice	281.057	67.851	Zadar	2.139.487	571.172
Biograd na Moru	279.837	56.460	Funtana	2.080.815	302.222
Rovinj	264.909	89.594	Pula	1.944.930	407.823

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

U 2025. godini Splitsko-dalmatinsku županiju (SDŽ), prema podacima iz sustava eVisitor, posjetilo je 4,2 milijuna gostiju koji su ostvarili 20,9 milijuna noćenja u komercijalnom smještaju, nekomercijalnom smještaju te u čarterskom segmentu nautike. To je rast od 3 % u dolascima i 1 % u noćenjima u odnosu na 2024. godinu. Strani turisti ostvarili su 3,7 milijuna dolazaka i 19,2 milijuna noćenja, što je rast od 2 % u dolascima i 1 % u noćenjima, dok su domaći turisti ostvarili 445.000 dolazaka i 1,7 milijuna noćenja, odnosno rast dolazaka od 8 % i noćenja od 4 %. Promatrajući ostvareni turistički promet prema vrstama smještaja, najviše noćenja ostvareno je u privatnom smještaju (objekti u domaćinstvu) i to 10,8 milijuna noćenja, gdje je ostvaren rast od 2 % u odnosu na 2024. godinu, nakon toga slijede hoteli s 5,1 milijun noćenja (+2 %), ostali ugostiteljski objekti za smještaj 1,7 milijuna noćenja (na razini prošle godine) te čarterski segment nautike s 1,4 milijuna noćenja (+2 %).

Promatrajući ostvareni turistički promet prema tržištima, najveći broj noćenja ostvaren je s tržišta Njemačke i Poljske odakle je ostvareno 4,8 milijuna noćenja, odnosno 2,4 milijuna noćenja sa svakog tržišta (promet na razini prošle godine), zatim slijede domaći turisti s 1,7 milijuna noćenja (rast od 4%), turisti iz Velike Britanije s 1,3 milijuna noćenja, Češke s 1,2 milijuna noćenja i SAD-a s 885.000 noćenja. Od 20 najvećih tržišta, najveći rast prošle godine ostvarili su SAD (+13 %), Kanada (+10 %), Španjolska (+9 %), Norveška i Velika Britanija (+4 %).

Najčešće dobne skupine turista koje su posjetile srednju Dalmaciju u 2025. godini bili su putnici između 41 i 50 godina (3,7 milijuna noćenja) te između 19 i 30 godina (3,7 milijuna noćenja), no promatrajući sve dobne skupine, razlike u ostvarenom prometu su male, što potvrđuje da Splitsko-dalmatinska županija privlači različite profile putnika, bilo da je riječ o obiteljima s djecom, mladim parovima bez djece, pojedinačnim putnicima i umirovljenicima. Destinacije koje su bile najpopularnije u 2025. godini na području Splitsko-dalmatinske županije su Split s 3,2 milijuna noćenja, Makarska (1,8 milijuna noćenja), Omiš (1,1 milijun noćenja), Seget (1,1 milijun noćenja) i Baška Voda (1 milijun noćenja). Od top 10 destinacija najveći rast u 2025. godini ostvario je grad Hvar (730.000 noćenja) i to 5 % više noćenja u odnosu na 2024. godinu.

**Turistički promet na području Splitsko-dalmatinske županije u
komercijalnim objektima – po vrsti objekta u 2025. godini**

	I. – XII. / 2025		I. - XII / 2024		INDEKS 2025/2024	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	1.397.675	5.124.933	1.377.770	5.026.449	101	102
Kampovi	207.079	1.026.235	223.427	1.104.961	93	93
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	3.345	20.320	2.654	16.866	126	120
Objekti u domaćinstvu	1.844.378	10.800.502	1.766.612	10.637.275	104	102
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	436.817	1.709.873	423.689	1.708.775	103	100
Ostalo	186	1.461	114	694	163	211
UKUPNO	3.889.480	18.683.234	3.794.266	18.495.020	103	101

Izvor: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 3. ožujka 2026., koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), na području grada Splita u razdoblju od siječnja do prosinca 2025. godine ostvareno je 1.075.135 dolazaka i 3.213.066 noćenja, što je 3,35 % više dolazaka, odnosno 2,65 % više noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Broj dolazaka stranih turista iznosio je 966.625 (indeks 102,87 u usporedbi s 2024. godinom), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 108.510 (indeks 107,84). Promatrajući ostvarena noćenja, ostvareno je 2.997.444 noćenja stranih turista (indeks 102,45), kao i 215.622 noćenja domaćih turista (indeks 105,57). Promatrajući turistički promet po mjesecima, najviše noćenja na području grada Splita ostvareno je u srpnju i kolovozu.

U nastavku je tablični prikaz ostvarenih noćenja po mjesecima u razdoblju siječanj – prosinac. Najviše noćenja ostvareno je u kolovozu, a najmanje u siječnju 2025. godine. U razdoblju od lipnja do rujna 2025. godine ostvareno je 69,80 % svih noćenja u 2025. godini. Najveći rast noćenja u odnosu na prethodnu godinu ostvaren je u travnju i prosincu (+12 %), zatim slijede lipanj i rujna (+6 %), dok je pad noćenja zabilježen u ožujku i studenom.

Broj i udio noćenja po mjesecima na području grada Splita za razdoblje siječanj - prosinac 2025.

Mjesec	2025		2024		Indeks 2025/2024
	Broj noćenja	Udio noćenja	Broj noćenja	Udio noćenja	Noćenja
Siječanj	38.174	1,19%	37.433	1,20%	101,98
Veljača	42.751	1,33%	41.565	1,33%	102,85
Ožujak	61.341	1,91%	71.956	2,30%	85,25
Travanj	186.494	5,80%	165.480	5,29%	112,70
Svibanj	309.357	9,63%	299.080	9,55%	103,44
Lipanj	445.043	13,85%	418.175	13,36%	106,43
Srpanj	678.911	21,13%	678.755	21,68%	100,02
Kolovoz	699.158	21,76%	698.356	22,31%	100,11
Rujan	419.466	13,06%	395.467	12,63%	106,07
Listopad	224.039	6,97%	213.387	6,82%	104,99
Studen	55.170	1,72%	62.903	2,01%	87,71
Prosinac	53.162	1,65%	47.567	1,52%	111,76
Ukupno	3.213.066	100%	3.130.124	100%	102,65

Izvor: sustav eVisitor (obrada na dan 3. ožujka 2026.)

Promatrajući turistički promet prema tržištima, u razdoblju od siječnja do prosinca 2025. godine na području grada Splita najviše noćenja ostvareno je s tržišta SAD-a, Ujedinjene Kraljevine, Njemačke, Hrvatske, Francuske, Poljske, Nizozemske, Španjolske, Australije i Italije. Navedena tržišta ostvarila su 63,09 % ukupno ostvarenih dolazaka i 62,39 % ukupno ostvarenih noćenja na području grada Splita u razdoblju od siječnja do prosinca 2025. godine. Najveće stope rasta noćenja ostvarene su s tržišta SAD-a i Španjolske, dok je pad noćenja zabilježen s tržišta Francuske, Nizozemske i Australije. Promatrajući ostvarena noćenja s ostalih tržišta, odnosno onih koji su u 2025. godini ostvarili iznad 5.000 noćenja, najveće stope rasta bilježe turisti iz Argentine (+33 %), Islanda (+28 %), Grčke (+20 %), Turske (+17 %), Kanade (+11 %), Portugala (+10 %) i Brazila (+7,5 %).

U nastavku je dan tablični prikaz dolazaka i noćenja u 2025. godini na području grada Splita prema zemlji prebivališta turista i usporedba s istim razdobljem prethodne godine.

**Dolasci i noćenja prema zemlji prebivališta turista na području grada
Splita u razdoblju siječanj – prosinac 2025. godine - „Top 10“**

Turist država prebivališta DZS naziv	Broj noćenja	Broj noćenja 2024	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka 2024	Broj dolazaka Indeks
SAD	375.035	323.144	116,06	156.964	137.350	114,28
UK	355.965	337.558	105,45	101.993	97.777	104,31
Njemačka	286.528	270.271	106,02	72.232	69.357	104,15
Hrvatska	215.622	204.249	105,57	108.510	100.625	107,84
Francuska	209.787	213.088	98,45	59.773	61.381	97,38
Poljska	134.634	128.696	104,61	28.937	26.850	107,77
Nizozemska	130.675	149.563	87,37	34.434	37.661	91,43
Španjolska	107.775	98.784	109,10	42.915	41.335	103,82
Australija	96.430	103.262	93,38	40.624	43.198	94,04
Italija	92.068	90.441	101,80	31.880	32.354	98,53
Ukupno (Top 10)	2.004.519	1.919.056	104,45	678.262	647.888	104,69
Ostale zemlje	1.208.547	1.211.068	99,79	396.873	392.434	101,13
Ukupno (Sve)	3.213.066	3.130.124	102,65	1.075.135	1.040.322	103,35

Izvor: sustav eVisitor (obrada na dan 3. ožujka 2026.)

Promatrajući ostvarena noćenja prema starosti turista, najviše noćenja u 2025. godini ostvarili su turisti od 25 do 34 godine (678.617 noćenja; 21,12 % ukupno ostvarenih noćenja) i turisti od 18 do 24 godine (645.393 noćenja; 20 % ukupno ostvarenih noćenja). Najveće stope rasta dolazaka i noćenja bilježe turisti starosti od 65 godina i više (7,81 % više dolazaka i 10,4 % više noćenja), a zatim slijede turisti od 55 do 64 godine (5,75 % više dolazaka i 6 % više noćenja). Iako su turisti u dobi od 25 do 34 godine ostvarili najviše noćenja i dolazaka u 2025. godini, uspoređujući podatke s prethodnom godinom, zabilježen je pad dolazaka od 1 % i pad noćenja od 1,4 %.

U nastavku je tablični prikaz dolazaka i noćenja od siječnja do prosinca 2025. godine na području grada Splita prema starosti turista i usporedba s istim razdobljem prethodne godine.

Dolasci i noćenja na području grada Splita u 2025. godini prema starosti / dobi turista

Turist Starost	Broj noćenja	Broj noćenja 2024	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka 2024	Broj dolazaka Indeks
0-5	53.636	56.307	95,26	13.922	14.291	97,42
12-17	165.486	162.081	102,10	46.184	43.086	107,19
18-24	645.393	638.065	101,15	174.515	170.268	102,49
25-34	678.617	688.461	98,57	235.602	238.123	98,94
35-44	461.536	448.025	103,02	164.751	158.802	103,75
45-54	440.614	419.254	105,09	157.573	149.958	105,08
55-64	398.071	375.456	106,02	148.875	140.776	105,75
6-11	89.132	88.336	100,90	24.448	23.669	103,29
65-120	280.576	254.139	110,40	109.264	101.349	107,81
Ukupno	3.213.061	3.130.124	102,65	1.075.134	1.040.322	103,35

Izvor: sustav eVisitor (obrada na dan 3. ožujka 2026.)

Promatrajući ostvareni turistički promet prema vrstama objekta, od siječnja do prosinca 2025. godine najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu (1.720.047 noćenja; 2,94 % više noćenja u odnosu na 2024.), odnosno 53,53 % ukupno ostvarenih noćenja, te u hotelima (833.825 noćenja), što je 26 % ukupno ostvarenih noćenja, a koji bilježe povećanje od 4,66 % u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prošle godine. U nastavku je tablični prikaz ostvarenih noćenja prema vrstama objekta i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Dolasci i noćenja na području grada Splita u 2025. godini prema vrsti objekta

Objekt Vrsta objekta	Broj noćenja	Broj noćenja 2024	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka 2024	Broj dolazaka Indeks
Hoteli	833.825	796.704	104,66	396.309	385.599	102,78
Kampovi	135.422	139.483	97,09	31.964	33.774	94,64
Nekomercijalni smještaj	26.691	29.023	91,96	1.564	1.981	78,95
Objekti u domaćinstvu	1.720.047	1.670.925	102,94	441.753	417.403	105,83
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	497.081	493.989	100,63	203.545	201.565	100,98
Ukupno	3.213.066	3.130.124	102,65	1.075.135	1.040.322	103,35

Izvor: sustav eVisitor (obrada na dan 3. ožujka 2026.)

**Noćenja „Top 10“ tržišta na području grada Splita u razdoblju siječanj –
prosinac 2025. godine prema vrsti objekta**

Turist država prebivališta DZS naziv	Hoteli	Kampovi	Nekomercijalni smještaj	Objekti u domaćinstvu	Ostali ugostiteljski objekti za smještaj
Australija	22.013	170	129	50.056	24.062
Francuska	30.791	6.387	179	143.605	28.825
Hrvatska	105.065	1.558	797	71.424	36.778
Italija	15.188	3.332	47	56.782	16.719
Nizozemska	17.592	14.036	47	81.901	17.099
Njemačka	43.724	54.582	1.161	151.878	35.183
Poljska	9.888	9.541	199	100.799	14.207
SAD	186.014	367	564	136.555	51.535
Španjolska	21.989	1.004	94	66.276	18.412
Ujedinjena Kraljevina	92.469	4.597	232	198.366	60.301
Ukupno	544.733	95.574	3.449	1.057.642	303.121

Izvor: sustav eVisitor (obrada na dan 3. ožujka 2026.)

**Noćenja „Top 10“ tržišta na području grada Splita u razdoblju siječanj –
prosinac 2025. godine prema starosti turista**

Turist država prebivališta	0-5	6-11	12-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-120
Australija	748	1.093	1.983	23.534	21.543	6.648	11.116	16.523	13.242
Francuska	2.848	4.745	12.503	65.361	45.812	22.927	26.279	18.667	10.645
Hrvatska	3.124	5.513	9.441	28.864	50.772	48.309	41.724	19.951	7.924
Italija	1.048	1.787	3.451	23.452	24.300	12.039	11.364	9.574	5.053
Nizozemska	2.030	2.213	10.076	49.450	24.090	13.442	11.980	10.741	6.653
Njemačka	8.248	11.499	16.720	47.394	59.860	44.193	37.614	39.060	21.940
Poljska	4.902	9.574	11.333	18.167	26.289	29.175	22.923	8.252	4.019
SAD	2.697	5.379	11.492	52.069	72.742	43.353	47.441	67.250	72.612
Španjolska	901	1.674	9.273	25.479	21.426	13.183	15.879	12.986	6.974
UK	3.399	6.264	16.584	89.160	73.512	37.678	45.257	50.600	33.511
Ukupno	29.945	49.741	102.856	422.930	420.346	270.947	271.577	253.604	182.573

Izvor: sustav eVisitor (obrada na dan 3. ožujka 2026.)

**Noćenja „Top 10“ tržišta na području grada Splita u razdoblju siječanj –
prosinac 2025. godine prema kategoriji objekta**

Turist država prebivališta	1 zvjezdica	2 zvjezdice	3 zvjezdice	4 zvjezdice	5 zvjezdica	Nema kategorizacije
Australija	17	3.442	36.326	31.550	4.381	20.714
Francuska	32	12.214	113.290	53.672	5.003	25.566
Hrvatska	147	9.521	72.651	84.457	14.558	34.288
Italija	48	4.892	46.850	23.505	2.303	14.470
Nizozemska	10	4.576	61.481	47.134	5.684	11.790
Njemačka	100	9.846	113.147	124.416	8.881	30.135
Poljska	633	6.758	75.890	33.292	1.851	16.210
SAD	42	7.021	91.966	139.253	63.175	73.578
Španjolska	26	4.411	53.757	31.270	3.155	15.156
UK	27	12.032	141.881	133.900	20.111	47.986
Ukupno	1.082	74.713	807.239	702.449	129.102	289.893

Izvor: sustav eVisitor (obrada na dan 3. ožujka 2026.)

**Noćenja „Top 10“ tržišta na području grada Splita u razdoblju siječanj –
prosinac 2025. godine prema lokaciji objekta (naselje)**

Turist država prebivališta	Donje Sitno	Gornje Sitno	Kamen	Slatine	Split	Srinjine	Stobreč	Žrnovnica
Australija	0	7	219	139	94.998	0	968	99
Francuska	184	442	467	1.862	191.466	1.361	11.242	2.763
Hrvatska	0	76	859	6.572	201.532	93	6.396	94
Italija	0	99	258	935	84.130	194	6.297	155
Nizozemska	201	291	810	1.087	104.942	1.797	18.041	3.506
Njemačka	425	1.587	1.047	16.997	192.933	4.128	65.543	3.868
Poljska	86	173	549	38.179	75.513	970	18.168	996
SAD	42	88	858	1.104	370.112	134	2.227	470
Španjolska	24	18	2.608	138	101.564	108	3.082	233
UK	552	1.108	594	3.097	334.298	2.198	10.375	3.743
Ukupno	1.514	3.889	8.269	70.110	1.751.488	10.983	142.339	15.927

Izvor: sustav eVisitor (obrada na dan 3. ožujka 2026.)

URED DIREKTORA/ICE

Ured direktorice u 2025. godini nastavlja organizirati i rukovoditi radom i poslovanjem Turističke zajednice s ciljem ostvarenja Programa rada i financijskog plana Turističke zajednice grada Splita (TZGS) za 2025. godinu. Ured direktora/ice priprema materijale za rad tijela TZGS-a – Turističko vijeće i Skupština. Direktorica je sudjelovala u radu Turističkog vijeća te provodila odluke istog. Direktorica koordinira suradnju s Gradom Splitom, Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice (HTZ), Ministarstvom turizma i sporta Republike Hrvatske (MINTS), Institutom za turizam Zagreb i ostalim za turizam značajnim institucijama.

Ured direktorice Turističke zajednice grada Splita aktivno je sudjelovao u strateškim projektima usmjerenima na strateško planiranje razvoj i promocije destinacije grad Split. Direktorica je sudjelovala aktivnostima u vezi s izradom *Plana upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029.* sukladno novom Zakonu o turizmu i pripadajućim pravilnicima. Aktivnosti su se odnosile na izradu anketnih upitnika za provedbu istraživanja zadovoljstva lokalnog stanovništva razvojem turizma na području grada Splita i zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja boravkom u Splitu, organizaciju strateških radionica s ključnim dionicima destinacije, provedba istraživanja gospodarskih subjekata, prikupljanje i analizu podataka za izračun pokazatelja održivosti i pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije, te prikupljanje i analizu podataka u vezi s projektima od značaja za razvoj destinacije i projektima koji doprinose ostvarenju pokazatelja održivosti. Također, Ured direktorice sudjelovao je na svim sastancima i radionicama za 2. fazu izradu *Strateškog marketinškog i operativnog plana turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030* te je sudjelovao u finalizaciji *Terenskog istraživanja stavova i potrošnje turista u gradu Splitu 2024. godini*, koji je dio novog marketinškog plana destinacije Split.

Direktorica Turističke zajednice grada Splita je u 2025. godini aktivno sudjelovala na konferencijama, stručnim skupovima i poslovnim susretima, s ciljem razmjene iskustava, usvajanja novih znanja i vještina u upravljanju razvojem turizma, te jačanja međusektorske suradnje. Među ključnim konferencijama ističu se *11. Međunarodni kongres povijesnih gradova*, *4. Kongres obiteljskog smještaja u Splitu*, konferencija „*Stanovanje za sve: pristupačnost, kvaliteta i održivost*“ koju su organizirali Slobodna Dalmacija i Hrvatska gospodarska komora, konferencija „*Razvoj prometne infrastrukture – ključ povezanosti i gospodarskog rasta juga Hrvatske*“ u organizaciji Slobodne Dalmacije, 1. konferencija „*Adriatic Tourism Talks*“ posvećena regenerativnim turističkim praksama, međunarodna konferencija o pomorskoj znanosti „*11th International Maritime Science Conference*“ gdje su povezane teme plavog gospodarstva, pomorstva i održivog obalnog turizma. Među značajnijim stručnim skupovima, radionicama i tematskim susretima ističu se „*Hrvatski prostorni identitet: baština malih gradova*“ u organizaciji Zavoda za znanstveni i umjetnički rad u Splitu i Znanstvenog vijeća za turizam i prostor HAZU, „*Povratak korijenima – razvoj genealoškog turizma Splitsko-dalmatinske županije*“, koji je okupio predstavnike jedinica lokalne samouprave zainteresirane za valorizaciju lokalne povijesti s ciljem edukacije i osposobljavanja licenciranih turističkih vodiča s područja Splitsko-

dalmatinske županije za izradu tematskih turističkih tura na temu iseljeničkih priča, „*Suradnjom prema održivom razvoju: francusko-hrvatski dijalog o turizmu*“ u organizaciji Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske i Veleposlanstva Francuske Republike s ciljem razmjene znanja, iskustava i ideja usmjerenih prema održivijem modelu turizma, „*Stručna radionica o novom Zakonu o turizmu te pratećim pravilnicima i smjernicama*“ u organizaciji Ministarstva turizma i sporta RH, „*Radionica za izradu Plana upravljanja destinacijom Splitsko-dalmatinske županije*“ u organizaciji Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, te „*Informativna radionica za programe obrazovanja odraslih u sektoru turizma*“ u organizaciji Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske i suorganizaciji Ministarstva rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike i Hrvatskog zavoda za zapošljavanje gdje je predstavljeno deset neformalnih programa obrazovanja odraslih u sektoru turizma i ugostiteljstva.

Ured direktorice je sudjelovao u nizu radnih sastanaka s predstavnicima javnog i privatnog sektora s ciljem osnaživanja međuinstitucionalne suradnje u upravljanju razvojem turizma i turističkih tokova te umrežavanja s nositeljima turističke ponude u razvoju proizvoda i inicijativa za odgovorni razvoj turizma. Ured direktorice sudjelovao je na *koordinacijama turističkih zajednica Splitsko-dalmatinske županije*, na kojem su analizirani tijek turističke sezone, aktivnosti naplate turističke pristojbe i realizacija projekata koje zajednički provode lokalne turističke zajednice na području županije, na radnim sastancima s dionicima Splitsko-dalmatinske županije u vezi s pripremom *kandidature za titulu Europske regije gastronomije 2027.*, priznanje koje dodjeljuje Međunarodni institut za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam (IGCAT), na koordinacijama sustava turističkih zajednica u vezi s implementacijom i promocijom *oznake prepoznatljivosti smještaja u domaćinstvu „Vaš domaćin (Local Host)“*, na sastancima s predstavnicima Digitalne Dalmacije u vezi s projektom izrade vodiča za siguran boravak u Splitsko-dalmatinskoj županiji pod nazivom „*Safe in Dalmatia*“, koji se realizirao u suradnji s Policijskom upravom Splitsko-dalmatinske županije, hitnim službama i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, na koordinacijama s predstavnicima Ministarstva unutarnjih poslova i Policijske uprave Splitsko-dalmatinske županije vezi s provedbom *mjera sigurnosti tijekom turističke sezone 2025. godine*, te u uspostavi *mobilnog preventivnog centra* od strane policijske uprave Split.

U okviru aktivnosti destinacijskog marketinga i drugih aktivnosti destinacijskog menadžmenta, direktorica je sudjelovala na turističkim sajmovima (*New York Travel and Adventure Show, Chicago Travel & Adventure Show, ITB Berlin*), u provedbi strateških projekata i marketinških poslovnih suradnji (*suradnja s Croatia Airlines, EasyJet, Edelweiss, Volotea, Eurowings, Wizz Air, KLM, Jet2.com, SNAI*), te je pružila potporu turističkom sektoru u organizaciji studijskih putovanja domaćih i inozemnih agenata, od kojih su najznačajniji posjet članova Upravnog i Nadzornog odbora Udruženja Hrvatskih putničkih agencija (UHPA) Srednjoj Dalmaciji, studijsko putovanje agenata i medija u suradnji s poljskim avioprijevoznikom LOT, studijsko putovanje meksičkih agenata u organizaciji Elite travel Premium Experiences, studijsko putovanje turističkih agenata članova grupacija Virtuoso, XO Private, Signature Travel i American

Society of Travel Advisors u organizaciji Free Spirit Tours DMC, studijsko putovanje članova Udruženja talijanskih putničkih agencija (FIAVET). Direktorica je koordinirala s međunarodnim organizacijama, uključujući Japan Croatia Film Festival 2025, radi osiguravanja kvalitetne promocije Splita na međunarodnom tržištu. U cilju jačanja svijesti o odgovornom turizmu i očuvanju kulturne baštine Splita, pokrenuta je kampanja *Respect & Enjoy* na ključnim emitivnim tržištima te je promovirana kampanja „*Odgovorno ljetovanje*” Ravnateljstva civilne zaštite Ministarstva unutarnjih poslova. Ured direktorice u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom sudjelovao je u programu sadnje stabala 2025. godine u svrhu kompenzacije emisija stakleničkih plinova iz automobilske turizma na području Republike Hrvatske, koji je dio projekta „*Hrvatska prirodno tvoja – Croatia Naturally Yours*”, te su se osigurala sredstva za sadnju 10 stabala na području grada Splita. Također, ured direktorice pružio je stručnu i financijsku podršku za rad turističko-informativnog punkta u Zračnoj luci Sv. Jeronim.

Ured direktorice pružio je podršku i sudjelovao u organizaciji brojnih manifestacija koje doprinose promociji Splita kao atraktivne turističke destinacije i jačanju turističke ponude, a pružena je potpora i drugim događanjima, sajmovima, kongresima i skupovima u destinaciji i bliskom okruženju destinacije. Među najznačajnijim manifestacijama i događanjima u 2025. godini su: Splitski krnjeval, 25. Split Marathon, Wine EnoGASTRO VIP event, 48. Praznik cvijeća, 18. Festival pričanja priča – Pričigin, Vinski podrum – 11. festival vina i delicija, Sudamja, 23. Međunarodna veslačka regata Sv. Duje, Festival mediteranskog filma Split, Splitski festival – Festival zabavne glazbe Split, Dječji festival „Mali Split”, Ultra Europe Split, Splitsko ljetno, Izložba pasa – 4 Summer Night Shows, SlatCoFest by Slatkopedija – Festival hrvatskih slatica i slatkih proizvoda, 10. Zumba Split Marathon, 14. Regata sv. Duje, 11. Marjanska skalina, Think pink - Race for the Cure 2025, Međunarodni judo turnir „KUP JADRANA” 2025, 14. Ljetne čari klasične glazbe, 13th European Blues Challenge, PLACe market, Split Chess Open – Međunarodni šahovski turnir, Split Blues festival 2025, Štorije Dioklecijana, Peristil Vibrez Festival, Splitski festival jedrenja, CRO Race utrka, Međunarodni festival „*Dani klasične gitare*”, Mjesec gastronomije u Splitu – *Štorije o'spize*, Advent u Splitu 2025./2026 i doček Nove godine. Neki od istaknutijih kongresa, konferencija, sajмова i poslovnih skupova koje je Ured direktorice logistički i financijski podržao u 2025. godini su: Međunarodna konferencija European Congenital Heart Disease Organisation u organizaciji udruge Veliko srce malom srcu, susret zemalja članica ANNA-e (Association of National Numbering Agencies), međunarodni skup Organizacije međunarodnog civilnog zrakoplovstva (ICAO), 7. Međunarodna konferencija Suvremeni izazovi u poučavanju jezika struke, Winter ELSA Law School u organizaciji Europske udruga studenata prava, 41. Hrvatska proljetna pedijatrijska škola (HPPŠ) s međunarodnim sudjelovanjem, godišnja konferencija CEESA (Central & Eastern European Schools Association), 3. Hrvatska konferencija o potresnom inženjerstvu, Međunarodni znanstveni skup „Početci kraljevstva: Splitski crkveni sabori, Tomislav i njegovo doba”, 11. Međunarodni kongres Stomatološkog

fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, 5. Međunarodna znanstvena konferencija pomorskog prava (ISCML Split), Međunarodni znanstveni skup XIX. Mediteranski korijeni filozofije, 3. Međunarodni kongres medicine životnog stila, Međunarodna konferencija "NATO Military Police Working Group II/25, 5. međunarodna ZORH konferencija pod nazivom "Environmental Protection, Sustainable Production & Examples of Best Practices", 18. Međunarodna konferencija studija konzervacije-restauracije, 9. Šoljanova konferencija "Competition Law: At the Crossroads", 2. godišnji sastanak europskih Cochrane direktora, MedLaw konferencija, CROYA Yacht Charter Show, Međunarodni festival turizma, turističkog filma, krajobraza SC IFT '2025. U području stručnih konferencija i edukacija, direktorica je sudjelovala na radionicama i okruglim stolovima posvećenima održivom razvoju turizma, otpornosti turističke infrastrukture na klimatske promjene i inkluzivnim programima za osobe s invaliditetom. Sudjelovala je na webinarima i panel-raspravama, uključujući „*Nova lica turizma*“ u organizaciji Slobodne Dalmacije, *Forumu pet-friendly turizma*, 3. susretu kreatora turističkih doživljaja „*Skrivena Dalmacija*“, te konferenciji *LiberatoTalk 2025. „Snaga mladih: obrazovanje kao temelj inkluzije*“, održanoj uoči Međunarodnog dana osoba s invaliditetom. Također je prisustvovala prijemu dobitnika i finalista nagrada *Dana hrvatskog turizma 2025.*

Ured direktorice aktivno je sudjelovao u brojnim kulturnim, glazbenim, sportskim, gastronomskim i edukativnim projektima koji doprinose promociji grada Splita i jačanju turističke ponude. Direktorica je koordinirala i pružala stručnu i logističku podršku organizatorima, poticala međusektorsku suradnju te predstavljala Turističku zajednicu grada Splita na domaćim i međunarodnim događanjima. U okviru kulturnih aktivnosti, direktorica je pružila podršku organizaciji izložbi i likovnih događanja, uključujući izložbu „Meštrovićev Spomenik Marku Maruliću“ u Galeriji i Muzeju grada Splita te izložbu međunarodno priznatog talijanskog umjetnika Alberta Di Fabija „Svjetla postojanja“ u Zavodu za znanstveni i umjetnički rad. Sudjelovala je i u predstavljanju programa Etnografskog muzeja „DRUGI muzej“, svečanom otvorenju izložbe Petra Grimanija, predstavljanju knjige „The Tapestry of Life“, matineji „Kantata o kavi“ Bacha, te koncertu orkestra Divertimento „Povedi me u Beč“, čime je promicala umjetničku scenu i očuvanje kulturne baštine. U glazbenom segmentu, direktorica je podržala organizaciju programa u okviru festivala Ljetne čari klasične glazbe, izvedbe finalista međunarodnog natjecanja CASTA DIVA SPALATO, božićne koncerte gradskih glazbi, međunarodni festival pjesme „SING in SPLIT“ i koncert zborova Splita „Spli’ski zboraton“, kao i svečano otvorenje 13. međunarodnog festivala „Dani klasične gitare“, čime je doprinosila razvoju kulturnog turizma i jačanju prepoznatljivosti Splita kao destinacije za glazbene događaje. Ured direktorice osigurao je podršku za organizaciju i provedbu lokalnih gastronomskih i edukativnih programa, poput „Čuvar tradicije – od brodice do stola“ i Gastroadventa, s naglaskom na održivost, promociju lokalnih proizvoda i edukaciju zajednice. Posebna pažnja posvećena je i manifestaciji „Vreme mora i spize“, tematskom programu posvećenom moru, ribarskoj tradiciji i gastronomskoj baštini Splita i srednje Dalmacije. Kroz niz gastronomskih, edukativnih

i promotivnih aktivnosti predstavljena je mediteranska kuhinja temeljena na lokalnim i sezonskim namirnicama, uz popratne programe povezane s morem, pomorskom tradicijom i rekreativnim aktivnostima na moru. Program je okupio ugostitelje, proizvođače, ribare i druge dionike lokalne zajednice te potaknuo suradnju turističkog i gastronomskog sektora i promociju lokalnih proizvoda. Manifestacija je doprinijela jačanju identiteta Splita kao mediteranske destinacije te valorizaciji pomorske i ribarske tradicije kao dijela kulturne i turističke ponude grada. U okviru sportskih događanja i projekata, Ured direktorice pružio je podršku organizaciji jubilarnog izdanja CRO Race utrke, 14. izdanja Splitske biciklijade, svečanostima povodom Dana splitskog sporta, ACI Diplomatskoj regati, te organizaciji i promociji regatnih natjecanja u okviru Splitskog festivala jedrenja. Također, Ured direktorice aktivno je sudjelovao u provedbi aktivnosti u vezi s razvojem biciklističkog proizvoda na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad, promičući aktivni turizam i alternativne oblike mobilnosti u destinaciji.

Ured direktorice bio je aktivno uključen u strateške aktivnosti usmjerene na razvoj i valorizaciju Poljičke Republike kao integriranog kulturno-turističkog proizvoda. Turističke zajednice grada Splita i Omiša i Turističke zajednice općina Podstrana i Dugi Rat sklopile su aneks ugovora o nabavi izrade *Strateškog plana razvoja integriranog kulturno-turističkog proizvoda Poljička Republika*, a za izradu dokumenta odabrana je tvrtka Muze d.o.o. iz Zagreba. Tijekom 2025. godine Ured direktorice realizirao je koordinacijske aktivnosti, uključujući radne i online sastanke s izrađivačem dokumenta te terenske obilaske područja Poljičke Republike radi uvida u stvarno stanje, te infrastrukturne i interpretacijske potencijale Poljičke Republike kao turističke destinacije. U proces planiranja i realizacije uključeni su svi relevantni lokalni dionici kroz radionicu održanu u hotelu Lav. Direktorica je sudjelovala na sastanku na temu „*Gastronomija Poljičke Republike*“ u organizaciji Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije te na završnoj svečanosti manifestacije „*Dani Poljičice*“ 2025. godine u Sitnom Gornjem. Navedene aktivnosti doprinijele su koordiniranom i održivom pristupu razvoju Poljičke Republike i njezinu pozicioniranju unutar turističke ponude šire splitske regije.

Zaključno, Ured direktorice Turističke zajednice grada Splita u 2025. godini aktivno je sudjelovao u brojnim strateškim projektima, konferencijama, radnim sastancima i manifestacijama koje doprinose razvoju i promociji Splita kao atraktivne turističke destinacije. Fokus je bio na odgovornom razvoju turizma, jačanju destinacijskog marketinga i brenda, međunarodnoj suradnji te unaprjeđenju turističke infrastrukture i ponude. Kroz sudjelovanje u ključnim inicijativama i partnerstvima, dodatno je osnažen položaj Splita kao jedne od najprivlačnijih turističkih destinacija u regiji.

OSTVARENI PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA

U nastavku je prikazan pregled ukupnih ostvarenih prihoda Turističke zajednice grada Splita u 2025. godini.

		PRIHODI	Plan 2025.	Replan 2025.	Realizacija 2025.	Udio %	Real./ Replan
1.		Izvorni prihodi	2.743.416	2.793.416	3.585.477	85,39	128
	1.1.	Turistička pristojba	1.526.546	1.526.546	2.163.403	51,52	142
	1.2.	Članarina	1.216.870	1.266.870	1.422.074	33,87	112
2.		Prihodi iz proračuna	570.000	570.000	600.879	14,31	105
3.		Prihodi od sustava TZ	1.500	1.500	3.768	0,09	251
4.		Prihodi iz EU fondova	0	0	0	0,00	
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	3.982	3.982	8.782	0,21	221
6.		Preneseni prihod iz preth. godine	0	0	0	0,00	
7.		Ostali prihodi	10	10	74	0,00	740
		SVEUKUPNO	3.318.908	3.368.908	4.198.980	100,00	125

Polazne osnove za planiranje i ostvarenje prihoda Turističke zajednice grada Splita su:

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

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

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

Godišnjim programom rada i financijskom planom Turističke zajednice grada Splita za 2025. godinu ukupni prihodi bili su planirani u iznosu od 3.318.908 eura. Na sjednicama Turističkog vijeća i sjednici Skupštine Turističke zajednice grada Splita usvojen je rebalans financijskog plana za 2025. godinu kojim je planirano povećanje

prihoda od turističke članarine te su godišnji ukupni prihodi planirani u iznosu od 3.368.908 eura.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2025. godine ostvareno je 4.198.980 eura ukupnih prihoda, što je za 25 % više u odnosu na ukupni prihod planiran rebalansom godišnjeg financijskog plana. U strukturi ukupno ostvarenih prihoda najveći udio u 2025. godini čine Izvorni prihodi – turistička pristojba i članarina - s udjelom od 85,39 %, koji se sastoje od prihoda od turističke pristojbe s udjelom od 51,52 % te prihodi od članarine s udjelom od 33,87 %.

1. Izvorni prihodi

1.1. Turistička pristojba

Prihodi od turističke pristojbe plaćaju se na temelju Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi. Turističke zajednice turističku pristojbu koriste za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada. U 2025. godini ostvareno je 12,8 % više prihoda od turističke pristojbe u odnosu na prošlu godinu prvenstveno zbog povećanja visine turističke pristojbe. Turistička zajednica grada Splita planirala je prihode od turističke pristojbe za 2025. godinu u iznosu od 1.526.546 eura, a ostvareni su prihodi u iznosu od 2.163.403 eura, što je 42 % više u odnosu na planirana sredstva po osnovi turističke pristojbe, prvenstveno zbog bolje dinamike naplate turističke pristojbe. Od ostvarenih ukupnih prihoda, 2.004.333 eura se odnosi na turističku pristojbu – paušal i po noćenju, a 159.070 eura na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom turističkom prometu.

Prihodi od turističke pristojbe sudjeluju s 51,52 % udjela u ukupno ostvarenim prihodima u 2025. godini.

Neuplaćeni dio duga iz prethodnih razdoblja za područje grada Splita, te sukladno tome i potraživanja po osnovi turističke pristojbe za Turističku zajednicu grada Splita, iznosi neto 631.906 eura.

Realizacija prihoda od turističke pristojbe u 2025. godini: 2.163.403 eura

1.2. Članarina

Prihodi od članarine plaćaju se na temelju Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te Zakona o članarinama u turističkim zajednicama. Pravna i fizička osoba koja ima svoje sjedište, prebivalište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično, na području lokalne turističke zajednice koja je osnovana, koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavlja djelatnost koja ima korist od turizma, plaća članarinu

turističkoj zajednici. Osnovicu za obračun članarine za pravne i fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dobit čine svi prihodi koje te osobe ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Osnovicu za obračun članarine za fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dohodak čine svi primici koje te osobe ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Visina članarine koju plaća pravna i fizička osoba ovisi o skupini u koju je razvrstana djelatnost kojom se pravna ili fizička osoba bavi te o pripadajućoj stopi za obračun i plaćanje članarine propisanoj Zakonom. Fizička osoba koja pruža ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaća godišnji paušalni iznos članarine za svaki krevet u sobi, apartmanu i kući za odmor, za svaku smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu te prema kapacitetu u objektu za robinzonski smještaj koji se koriste za pružanje usluga smještaja sukladno propisu kojim se uređuje obavljanje ugostiteljske djelatnosti. Poslove evidencije, obračuna i naplate članarine od pravnih i fizičkih osoba obavlja Porezna uprava, a u poslovnim knjigama turističke zajednice prihodi od turističke članarine evidentiraju se na temelju izvadaka sa žiro računa. U 2025. godini ostvareno je 1,1 % manje prihoda od članarine u odnosu na prošlu godinu. Turistička zajednica grada Splita je rebalansom financijskog plana za 2025. godinu planirala prihode od članarine u iznosu od 1.266.870 eura, a ostvareni su prihodi u iznosu od 1.422.074 eura, što predstavlja povećanje za 12 % u odnosu na sredstva planirana rebalansom financijskog plana.

Prihodi od članarine sudjeluju s 33,87 % udjela u ukupno ostvarenim prihodima u 2025. godini.

Realizacija prihoda od članarine u 2025. godini: 1.422.074 eura

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

Prihodi iz proračuna općine / grada / županije i državnog proračuna ostvareni su u iznosu od 600.879 eura, a odnose se na namjenske prihode iz proračuna Grada Splita za organizaciju gradskih manifestacija. Prihodi su ostvareni na temelju zajedničkog programa Turističke zajednice grada Splita i Grada Splita koji se odnosi na utrošak dijela sredstava turističke pristojbe namijenjenih poboljšanju uvjeta boravka turista, koje Grad Split ostvaruje sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi. Razlika između planiranih prihoda od 570.000 eura i ostvarenih prihoda od 600.879 eura rezultat je načina knjiženja prema Zakonu o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija. Prihodi za organizaciju adventskog programa – koncerta za doček Nove 2025. godine – knjiže se prema datumu nastanka te su u poslovne knjige za 2025. godinu evidentirani prihodi za adventski program u razdoblju od 1. do 6. siječnja 2025. u iznosu od 61.179 eura, kao i prihodi za adventski program u razdoblju od 30. studenog do 31. prosinca 2025. u iznosu od 209.700 eura, dok će se dio prihoda u

iznosu od 20.300 eura, koji se odnosi na koncert za doček Nove 2026. godine održan nakon ponoći, knjižiti u poslovne knjige za 2026. godinu. Time je razlika u ostvarenim i planiranim prihodima isključivo posljedica pravilne primjene kriterija priznavanja prihoda prema važećim računovodstvenim propisima.

Realizacija prihoda iz proračuna grada je 600.879 eura prema sljedećoj strukturi:

- Prihod za organizaciju adventskog programa u razdoblju od 1. do 6. siječnja 2025. – 61.179 eura;
- Prihod za sufinanciranje manifestacije Praznik cvijeća – 35.000 eura;
- Prihod za organizaciju manifestacije Sudamja – 160.000 eura;
- Prihod za sufinanciranje manifestacije Festival zabavne glazbe Split (Splitski festival) – 135.000 eura;
- Prihod za organizaciju adventskog programa u razdoblju od 30. studenog do 31. prosinca 2025. – 209.700 eura.

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prihodi od sustava turističkih zajednica ostvareni su u iznosu od 3.768 eura, a odnose se na namjenske prihode od Hrvatske turističke zajednice za projekt „Hrvatska prirodno tvoja“ u iznosu od 1.268 te namjenske prihode od Turističke zajednice općine Podstrana za projekt „Poljička republika“ u iznosu od 2.500 eura.

Realizacija prihoda od sustava turističkih zajednica:

- Hrvatska turistička zajednica (HTZ) – 1.268 eura;
- Turistička zajednica općine Podstrana – 2.500 eura.

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Prihodi od gospodarske djelatnosti ostvareni su u iznosu od 8.782 eura, a odnose se na prihode od prodaje oglasnog prostora na gradskim mapama u iznosu od 4.800 eura i prihode od zakupa poslovnog prostora za bankomat Privredne banke Zagreb (PBZ) u Turističko-informativnom centru Stobreč u iznosu od 3.982 eura.

Realizacija prihoda od gospodarske djelatnosti:

- Prodaja oglasnog prostora na mapama – 4.800 eura;
- Zakup poslovnog prostora – 3.982 eura.

7. Ostali prihodi

Ostali prihodi ostvareni su u iznosu od 74 eura, a odnose se na prihod od kamate na depozite u iznosu od 25 eura i prihod od usklađivanja sa karticom dobavljača u iznosu od 49 eura.

Realizacija ostalih prihoda:

- Prihod od kamate na depozite – 25 eura
- Prihod od usklađivanja s karticom dobavljača – 49 eura

RASHODI – AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata

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

Turistička zajednica grada Splita je u travnju 2024. godini pokrenula izradu novog Strateškog marketinškog i operativnog plana razvoja turizma grada Splita za razdoblje 2025. - 2030. godine. Cijeli proces izrade ovog dokumenta traje godinu dana (do travnja 2025. godine) zbog složene metodologije i specifikacija za izradu dokumenta, a s ciljem da se osigura kvalitetan i temeljit pristup planiranju promocije turizma u gradu Splitu. Metodološki pristup izradi Strateškog marketinškog i operativnog plana turizma destinacije Split za razdoblje 2025. - 2030. obuhvaća:

- usklađenost s važećim strateškim dokumentima na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, tj. u izradi dokumenta polazi se od raspoloživih analiza i važećih strateških ciljeva i smjernica relevantnih za upravljanje destinacijom i tržišni nastup destinacije;
- participaciju destinacijskih dionika u procesu izrade dokumenta, što uključuje organizaciju strateških radionica, tematskih fokus grupa i provedbu do najmanje 20 dubinskih intervjua s relevantnim dionicima iz domene javnog, privatnog i civilnog sektora grada Splita;
- tržišna istraživanja, što uključuje provedbu terenskog istraživanja stavova i potrošnje turista u destinaciji Split u razdoblju predsezona, sezone i posezone, analizu raspoloživih istraživanja tržišnih trendova u turizmu, analize profila, potrošnje i stavova gostiju o ponudi i imidžu Splita (pr. TOMAS 2022) te istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i tržišnom pozicioniranju (brendiranju) destinacije Split putem dubinskih intervjua;
- predstavljanje cjelovitog dokumenta stručnoj javnosti, medijima i lokalnom stanovništvu na javnoj prezentaciji.

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

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

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

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

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

- izrađen je 3. fazni izvještaj *Strateškog marketinškog i operativnog plana turizma destinacije grad Split za razdoblje 2025. – 2030. - (Re)definiranje brenda turizma grada Splita i krovnog komunikacijskog koncepta*, koji obuhvaća brend identitet grada Splita, redefiniranje turističkog brenda grada Splita, brend arhitektura i smjernice za novi komunikacijski koncept;
- održana je 3. strateška radionica (ožujak 2025.) s ključnim dionicima turizma grada Splita, tj. s predstavnicima stanovnika, turističkog gospodarstva, gradske uprave i gradskih poduzeća na temu operativnih marketinških aktivnosti, što je obuhvatilo definiranje ciljnih tržišta, profila posjetitelja, ciljeve operativnog marketinga, marketinšku infrastrukturu, promotivne aktivnosti i strateške smjernice za postizanje sinergije u marketinškom djelovanju dionika u turizmu;
- održana je strateška radionica s djelatnicima Turističke zajednice grada Splita (travanj 2025.)
- izrađena je cjelovita verzija dokumenta *Strateški i operativni marketinški plan turizma grada Split za razdoblje 2025. – 2030.* koji obuhvaća sljedeća poglavlja: Osnovna obilježja grada Splita, Obilježja i performanse turističkog sektora, Utjecaj turizma na lokalnu zajednicu, Strateški okvir razvoja turizma, upravljanje i novi projekti, Mediteranski konkurentski krug, Trendovi i prognoze kretanja u turizmu, SWOT, Strateška marketinška vizija i ciljevi, Marketinška strategija turizma, Definiranje brenda turizma grada Splita i krovnog komunikacijskog koncepta, Operativne marketinške aktivnosti, Koncept implementacije programa tržišnih istraživanja, Strateške smjernice za postizanje sinergije u marketinškom djelovanju dionika u turizmu i Monitoring marketinških aktivnosti (svibanj 2025.).

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

Na realizaciju aktivnosti izrade *Strateškog i operativnog marketinškog plana turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030.* u 2025. godini utrošeno je ukupno 42.180,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak angažmana stručnjaka Instituta za turizam Zagreb – 31.607,98 eura;
- Trošak angažman stručnjaka Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Splitu – 10.572,02 eura.

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

Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna mu je svrha osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima. Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) izrađuje ga turistička zajednica (lokalna i regionalna) za područje jedne ili više lokalnih

ili regionalnih turističkih zajednica. Planom se određuje smjer razvoja destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara i dobrobiti lokalne zajednice. Plan upravljanja destinacijom predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti jedinica lokalne samouprave, jedinica područne (regionalne) samouprave i drugih nadležnih tijela u destinaciji. Izrada plana upravljanja destinacijom je složen proces koji uključuje različite dionike, svaki sa svojom ulogom i doprinosom. Stoga su u izradu Plana upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029. bili uključeni jedinica lokalne samouprave, javne ustanove i trgovačka društva u vlasništvu jedinice lokalne samouprave, udruge koje izravno sudjeluju u kreiranju destinacijskog lanca vrijednosti u turizmu, nadležna tijela za prostorno planiranje, zdravstvo i kulturu, kao i drugi dionici važni za planiranje razvoja turizma u destinaciji. Turistička zajednica grada Splita omogućila je navedenim dionicima sudjelovanje na primjeren način, kao što su, primjerice, sastanci, okrugli stolovi, javne ili online prezentacije, anketna istraživanja, obavijesti i slično.

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

U 2025. godini realizirane su sljedeće aktivnosti u okviru izrade Plana upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029.:

- izrađen je anketni upitnik za provedbu istraživanja zadovoljstva lokalnog stanovništva razvojem turizma na području grada Splita i istraživanje je provedeno online putem (objava na svim komunikacijskim kanalima Turističke zajednice grada Splita uz plaćene oglase na društvenim mrežama te objave u relevantnim lokalnim medijima) te je prikupljeno više od 1.000 odgovora, što je usporedbi s anketom iz 2022. godine, kada je prikupljeno 354 odgovora, značajan rast;
- izrađen je anketni upitnik na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku za provedbu istraživanja zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja boravkom u Splitu i istraživanje se provodilo online putem (objava na svim komunikacijskim kanalima Turističke zajednice grada Splita uz plaćene oglase na društvenim mrežama) no broj popunjenih anketnih upitnika nije bio na zadovoljavajućoj

- razini te se u narednom razdoblju planira provedba istraživanja u suradnji sa specijaliziranim agencijama za istraživanja tržišta;
- proveden je postupak prikupljanja i analize primarnih i sekundarnih podataka za izračun pokazatelja održivosti i pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije sukladno Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnih kapaciteta (NN 112/2024) i Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/2024);
 - održana je radionica u rujnu s dionicima privatnog (profesionalna udruženja, predstavnici udruga poduzetnika i iznajmljivača te predstavnici obrtničke i gospodarske komore) i civilnog sektora (udruge, gradski kotari);
 - održana je radionica u rujnu s predstavnicima javne vlasti (državne tvrtke i ustanove, županijske ustanove i upravna tijela te gradska upravna tijela, tvrtke i ustanove);
 - provedeni su dubinski intervjui (10) s predstavnicima javne vlasti (jedinica lokalne samouprave – upravna tijela, ustanove i agencije zadužene za opći i gospodarski razvoj grada Splita, komunalne poslove, prostorno planiranje, razvoj prometne infrastrukture i sl.), znanstvene zajednice specijaliziranima za društvena istraživanja, privatnog sektora i obrtničke komore;
 - izrađen je anketni upitnik za istraživanje gospodarskih subjekata i istraživanje se provelo u rujnu i listopadu online putem, no broj popunjenih anketnih upitnika nije bio na zadovoljavajućoj razini te se u narednom razdoblju planira provedba istraživanja u suradnji sa specijaliziranim agencijama i profesionalnim udruženjima;
 - održana je radionica u listopadu s djelatnicima Turističke zajednice grada Splita;
 - proveden je postupak prikupljanja i analize podataka o projektima koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije i projektima od posebnog značaja za razvoj destinacije;
 - radna verzija dokumenta Plan upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029. dostavljena je relevantnim gradskim upravnim tijelima i službama na pregled, reviziju (korekcije, izmjene, dopune i sl.) i autorizaciju prije provedbe postupka javnog savjetovanja.

Provedba postupka savjetovanja s javnošću i postupak usvajanja Plana upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029. na predstavničkom tijelu jedinice lokalne samouprave (Gradsko vijeće Grada Splita) realizirat će se u prvoj polovici 2026. godine.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Grad Split i ostali dionici na području destinacije Split uz angažman konzultanata Instituta za turizam

Na realizaciju aktivnosti izrade *Plana upravljanja destinacijom grad Split za razdoblje 2026. – 2029.* u 2025. godini utrošeno je ukupno 20.000,00 eura na angažman stručnjaka Instituta za turizam Zagreb prema sljedećoj strukturi:

- Trošak 1. rate u iznosu od 40 % ukupne vrijednosti nakon završetka 1. faze koja uključuje analizu stanja, pokazatelje održivosti i procjenu turističkog prihvatnog kapaciteta destinacije – 8.000 eura;
- Trošak 2. rate u iznosu od 60 % ukupne vrijednosti nakon završetka 2. faze i predaje cjelovitog Plana upravljanja destinacijom Split za razdoblje 2026-2029. godine – 12.000 eura.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

U 2024. godini provedeno je terensko istraživanje stavova i potrošnje turista u destinaciji Split u razdoblju predsezona, sezone i posezone 2024. godine u okviru procesa izrade novog Strateškog marketinškog i operativnog plana turizma destinacije Split za razdoblje 2025. - 2030. godine, koje je sastavni dio tog strateškog dokumenta. U 2025. godini aktivnosti istraživanja i analize tržišta (*istraživanje zadovoljstva lokalnog stanovništva razvojem turizma, istraživanje zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja boravkom u Splitu i istraživanje gospodarskih subjekata*) obuhvatile su se u okviru izrade strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata, kao što je Plan upravljanja destinacijom Split za razdoblje 2026. – 2029.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti u 2025. godini obuhvaća sustavno i kontinuirano praćenje online sadržaja u medijima, s posebnim naglaskom na objave koje se odnose na projekte i aktivnosti Turističke zajednice grada Splita, kao i na publikacije vezane uz širu tematiku turizma u gradu. Glavni cilj ovih aktivnosti je unaprijediti sustavni pristup promociji destinacije i osnažiti digitalnu vidljivost i prepoznatljivost turističke ponude grada Splita.

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

Na realizaciju aktivnosti mjerenja učinkovitosti promotivnih aktivnosti utrošeno je ukupno 1.238,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak aplikacije za praćenje online medija (Mediatoolkit) – 1.238,00 eura.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

- **Projekt IQM Destination Split**

Projekt IQM Destination (*Integrated Quality Management*) predstavlja sustav integriranog upravljanja kvalitetom destinacije. Ovaj sustav upravljanja kvalitetom konceptualno je postavljen na način da potiče kontrolirani i kontinuirani napredak u proizvodima i uslugama destinacije. Koncept IQM Destination projekta prilagođen je potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom. Provedene aktivnosti u okviru projekta IQM Destination Split u 2025. godini uključuju:

- mjerenje kvalitete i online reputacije destinacije Split kroz analizu recenzija i osvrta koje turisti ostavljaju na relevantnim rezervacijskim platformama i mrežnim stranicama o svim segmentima turističke ponude (promet, atrakcije, smještaj, ponuda doživljaja i sl.),
- mjerenje kvalitete i online reputacije za više od 300 dionika na području grada Splita koji su podijeljeni po grupama (hoteli, ugostiteljski objekti – restorani, konobe, zalogajnice, turističke agencije, muzejske i druge kulturne ustanove, atrakcije, javna infrastruktura – plaže, trgovi, prometni punktovi, tržnice, javni prijevoz i sl.),
- provedbu individualne analize i mjerenja kvalitete i online reputacije za svakog prijavljenog dionika (više od 40 dionika) i provedbu konzultativnih procesa s prijavljenim dionicima koji imaju za cilj svakom subjektu pomoći u upravljanju kvalitetom proizvoda i usluga (primjerice, kako reagirati na nepravilnosti u upravljanju kvalitetom u realnom vremenu, kako donositi odluke i implementirati inovacije u poslovanju na osnovi mišljenja gostiju o raznim segmentima usluge, kako se diferencirati od konkurencije i sl.).

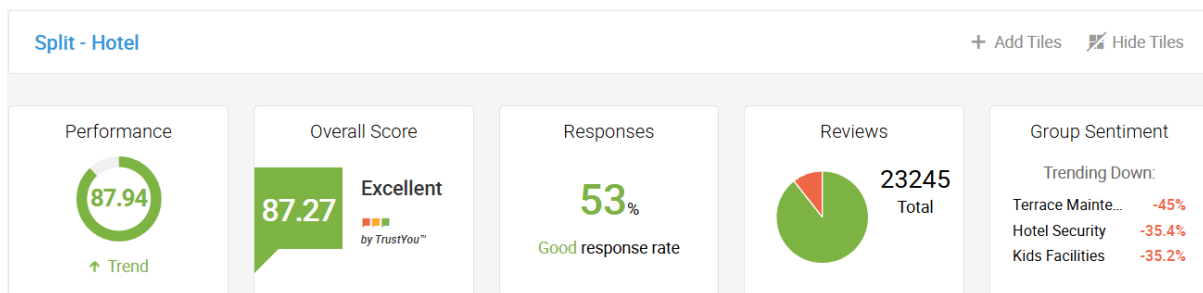
U nastavku su prikazani glavni nalazi izvještaja online reputacije (*reputation management*) destinacije Split za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2025. godine i usporedba istim razdobljem 2024. godine.

Mjerenje kvalitete destinacije grad Split tijekom 2025. godine uključivalo je ukupno 351 dionika iz različitih segmenata turističke ponude. Ukupna ocjena mišljenja gostiju za destinaciju grad Split iznosi 91/100, a temelji se na 114.138 recenzija gostiju. Ostvareni rezultat potvrđuje vrlo visoku razinu zadovoljstva gostiju te stabilnu kvalitetu destinacije. U odnosu na 2024. godinu vidljiv je rast kvalitete nešto veći od 1 %, što upućuje na kontinuirani pozitivan trend i postupna poboljšanja u ukupnoj ponudi.

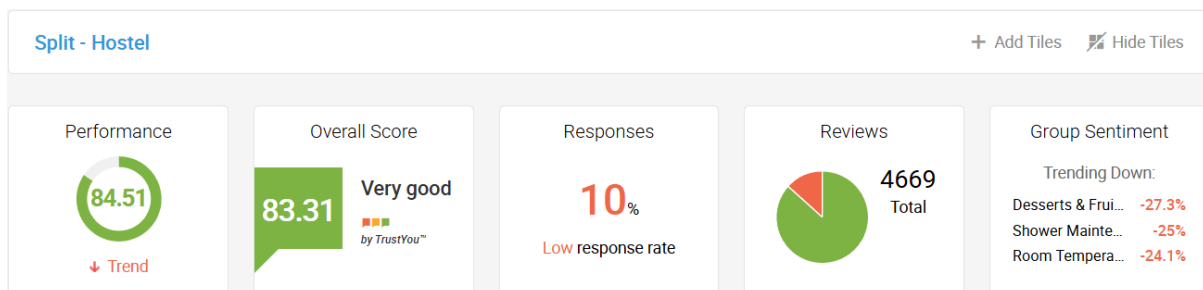
Stopa odgovaranja na recenzije tijekom godine iznosi 30 %, što pokazuje prisutnost i angažman dijela dionika u komunikaciji s gostima, uz i dalje prisutan prostor za dodatno poticanje aktivnijeg odgovaranja.

Kretanje ocjena tijekom godine pokazuje ujednačenu razinu kvalitete. Najniža prosječna ocjena iznosi 91/100 i zabilježena je u kolovozu, dok je najviša ocjena ostvarena u veljači, kada iznosi 93/100. Tako mali raspon između najniže i najviše ocjene potvrđuje stabilnost rezultata kroz cijelu godinu. Izostanak izraženih oscilacija dodatno ukazuje na uspješno održavanje standarda kvalitete, neovisno o sezonalnim opterećenjima destinacije.

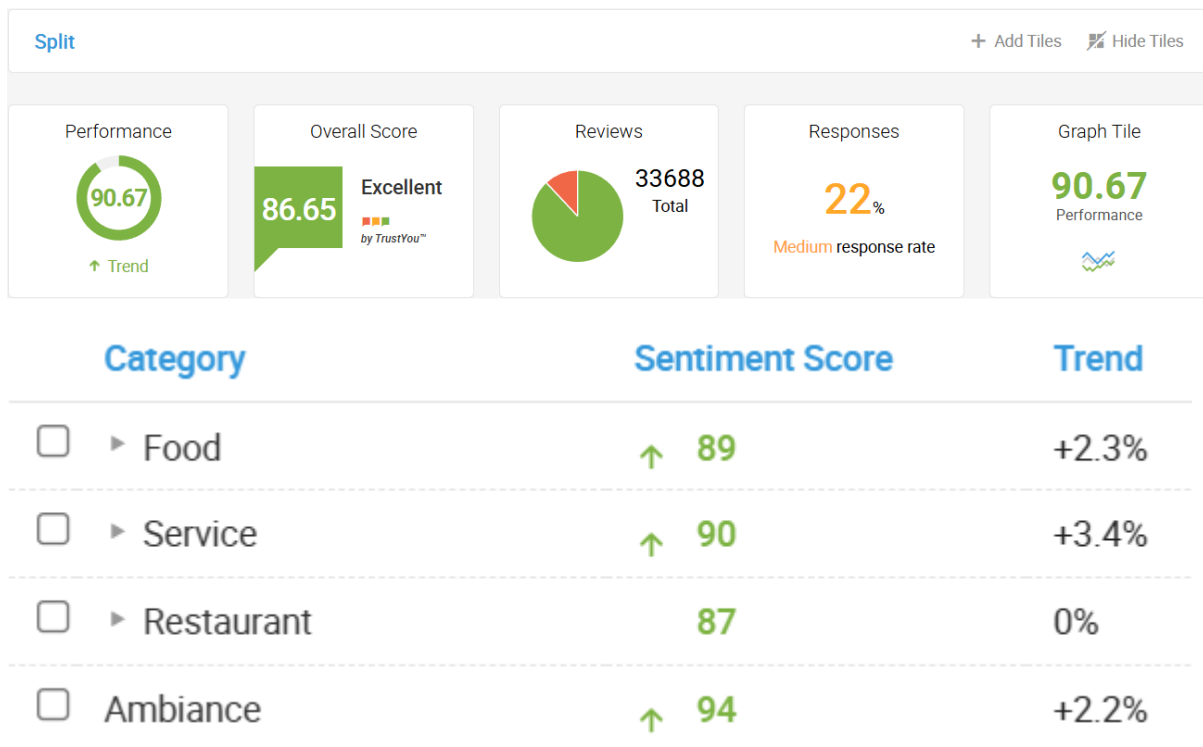
U 2025. godini mjerenje kvalitete je obuhvaćalo 56 hotela. Ukupna ocjena hotela iznosi 88/100, što ukazuje na stabilne rezultate unutar ovog segmenta. Stopa odgovaranja na recenzije iznosi 53 %, pri čemu je vidljiv blagi rast u odnosu na prethodno razdoblje, čime se hoteli dodatno približavaju cilju od 60 %. Najbolje ocijenjeni segment je usluga, s prosječnom ocjenom od 87/100, što potvrđuje kontinuiranu usmjerenost na kvalitetu pružanja usluge gostima.



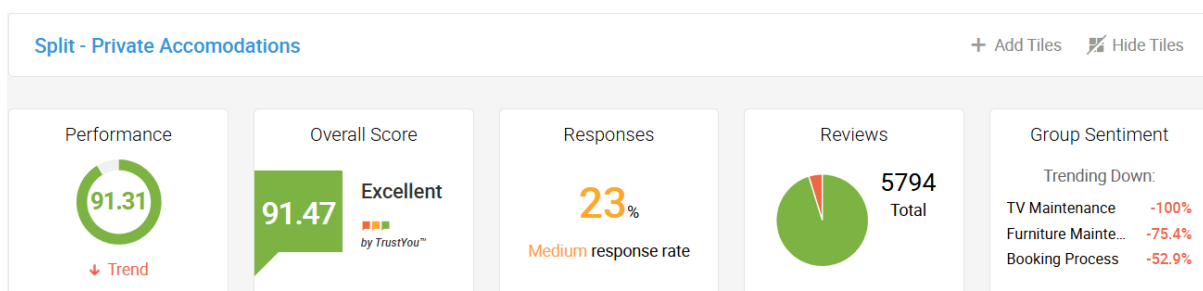
Hosteli su ostvarili prosječnu ocjenu 85/100 (mjerenjem je obuhvaćeno 25 hostela), što ukazuje na stabilno zadovoljstvo gostiju. Dok su gosti visoko ocijenili ljubaznost osoblja (88/100), prostor za poboljšanje i dalje postoji u segmentima komfora i čistoće. Vidljiv je minimalni pozitivan pomak u stopi odgovaranja na recenzije, koja sada iznosi 10 %, no potrebno ih je dodatno potaknuti da nastave s aktivnim odgovaranjem kako bi se izgradila komunikacija s gostima i dodatno poboljšala percepcija hostela i destinacije.



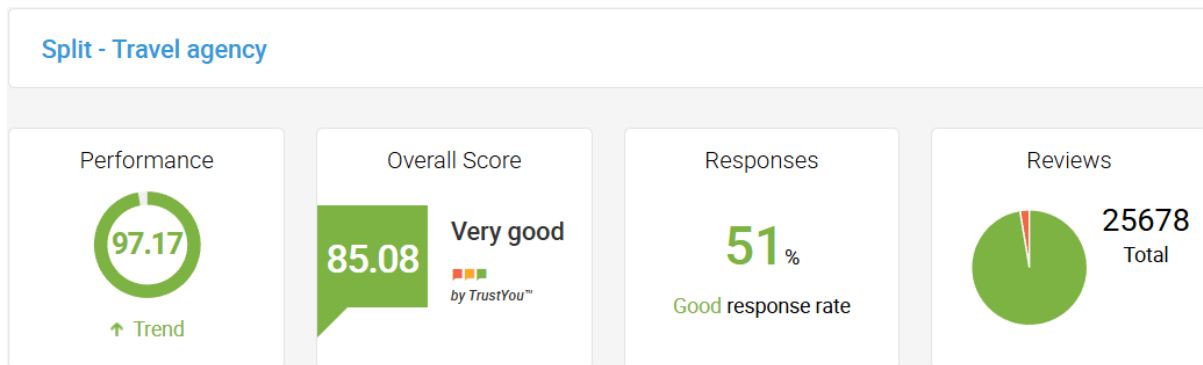
Mjerenjem kvalitete obuhvaćeno je ukupno 119 ugostiteljskih objekata. Ukupna ocjena zadovoljstva gostiju iznosi 91/100, pri čemu je zabilježen rast od gotovo 3 % u odnosu na prethodnu godinu, što predstavlja iznimno snažan i vrlo pozitivan pomak unutar ovog segmenta. Stopa odgovaranja na recenzije iznosi 22 %, što upućuje na prostor za napredak. Analiza ključnih riječi pokazuje da gosti najčešće ističu kvalitetu hrane, koja je ocijenjena s 89/100, zatim ljubaznost osoblja s ocjenom 90/100, dok se ambijent posebno izdvaja s vrlo visokom ocjenom od 94/100. Važno je naglasiti da su sva tri elementa u porastu, što potvrđuje kontinuirano unaprjeđenje ponude i pozitivne promjene koje gosti jasno prepoznaju.



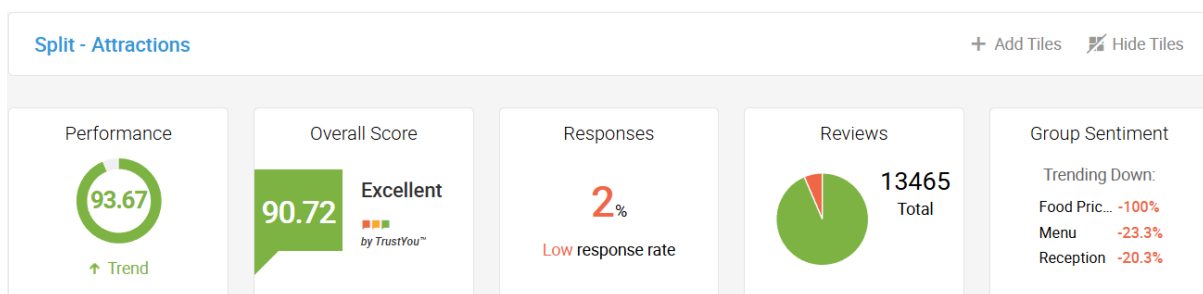
Segment privatnog smještaja obuhvaća 56 objekata, a ukupna ocjena kvalitete iznosi visokih 91/100. Gosti su u komentarima posebno istaknuli ljubaznost domaćina ocjenom 91/100 i čistoću s 90/100. Nešto niže ocjene bilježe opremljenost i komfor. Kako bi se smanjio rizik od nezadovoljstva uzrokovanog lošom informiranosti, iznimno je važno da iznajmljivači koriste fotografije koje realno prikazuju veličinu apartmana i soba te u opisima jasno i detaljno navedu što sve apartman sadrži.



Turističke agencije ostvaruju iznimno visoku ukupnu ocjenu od 97/100, čime se ovaj segment ističe kao jedan od najbolje ocijenjenih u destinaciji. U odnosu na prethodnu godinu zabilježen je rast kvalitete od gotovo 1 %, što potvrđuje nastavak vrlo pozitivnog trenda. Porast broja recenzija za 24 % upućuje na veću vidljivost i angažman gostiju. Istodobno je zabilježen i rast stope odgovaranja na recenzije, koja sada iznosi 51 %, što predstavlja vrlo dobar rezultat.

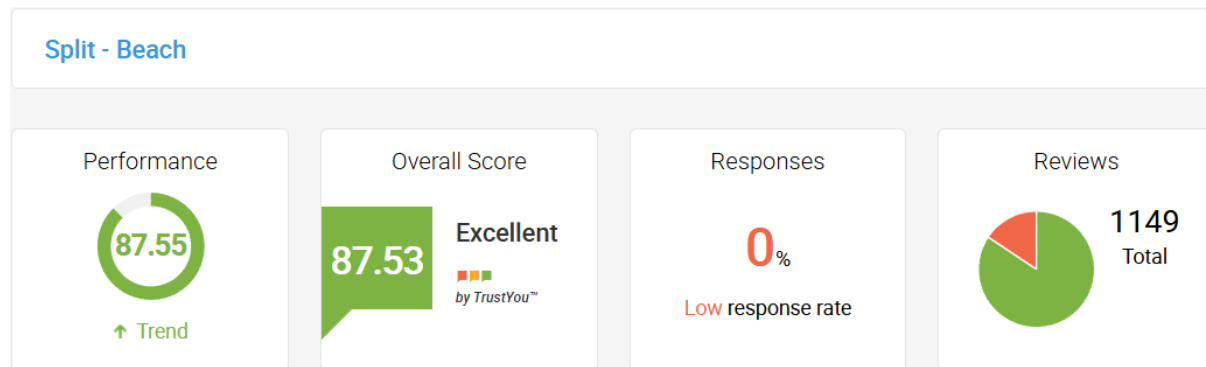


Atrakcije ostvaruju ukupnu ocjenu 94/100, što potvrđuje iznimno pozitivna iskustva gostiju. Stopa odgovaranja na recenzije izuzetno je niska i iznosi svega 2 %. Važno je pritom naglasiti da kategorija atrakcija obuhvaća i niz javnih sadržaja i prostora od interesa za goste koji nemaju jasno definiranog upravitelja ili operativno tijelo zaduženo za komunikaciju s posjetiteljima. Upravo zbog takve upravljačke disperzije izostaje sustavno odgovaranje na recenzije, što upućuje na potrebu jasnijeg definiranja odgovornosti i uključivanja relevantnih dionika u proces upravljanja online reputacijom. Vidljiviji pozivi na ocjenjivanje unutar atrakcija i definiranje osoba zaduženih za odgovaranje na recenzije mogli bi značajno unaprijediti upravljanje online reputacijom.

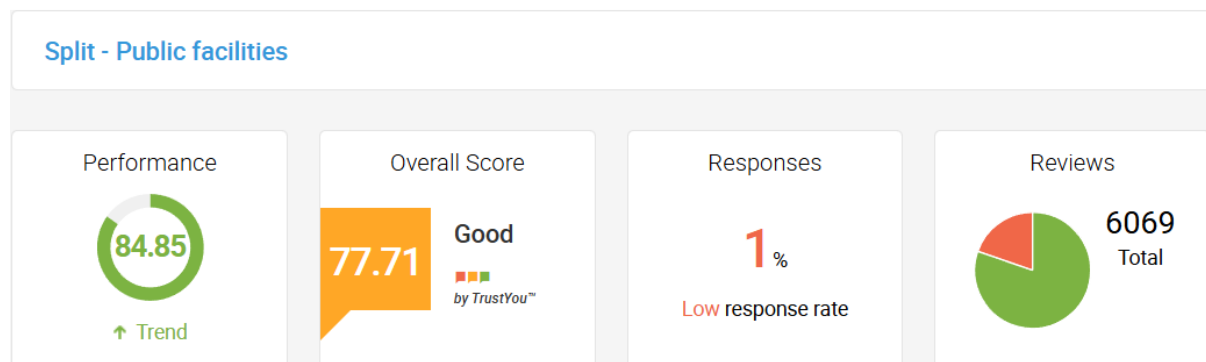


Plaže ostvaruju ukupnu ocjenu od 88/100, uz rast kvalitete od gotovo 4 %, što predstavlja vrlo velik pomak. Rezultat potvrđuje da gosti sve pozitivnije doživljavaju uređenost i ukupnu kvalitetu plaža. Stopa odgovaranja na recenzije za plaže trenutačno iznosi 0 %. Iako je kvaliteta u porastu, i dalje nema odgovora na recenzije, što otežava praćenje zadovoljstva i prilagođavanje ponude. Dodatno, treba istaknuti da su lokacije plaža na platformama poput Google i drugim servisima za recenzije

često inicijalno kreirane od strane građana, posjetitelja ili drugih dionika koji nisu nužno upravitelji lokacije niti koncesionari plaže. Zbog toga u velikom broju slučajeva ne postoji formalno preuzeta upravljačka uloga nad profilom lokacije, što rezultira potpunim izostankom odgovora na recenzije.



Javna infrastruktura bilježi ukupnu ocjenu od 85/100, što ukazuje na dobru razinu kvalitete, uz prostor za daljnja poboljšanja. Stopa odgovaranja na recenzije iznosi svega 1 %. S obzirom na navedeno, preporučuje se uključivanje dionika javne infrastrukture u redovito primanje izvještaja, kako bi se omogućilo sustavno praćenje online reputacije, pravovremeno reagiranje na komentare gostiju te postupno povećanje stope odgovaranja na recenzije.



Rezultati za 2025. godinu potvrđuju visoku i stabilnu razinu kvalitete destinacije Split, uz posebno izražen napredak u pojedinim segmentima. U narednom razdoblju važno je nastaviti sustavno pratiti online reputaciju te kontinuirano uključivati nove dionike u praćenje i upravljanje online reputacijom, kako bi se osiguralo pravovremeno reagiranje na povratne informacije gostiju i očuvala visoka razina kvalitete destinacije.

Ostvareni cilj aktivnosti projekta IQM Destination Split je sustavno podizanje kvalitete usluga u brojnim segmentima ponude u turističkoj destinaciji, jačanje kapaciteta turističkih djelatnika i svih subjekata koji su umreženi u turizmu destinacije,

unaprjeđenje pozicioniranja i brendiranja destinacije, mjerenje trenutne razine kvalitete i težnja napretku u inovacijama, te osnaživanje ukupnog brenda destinacije.

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

Na realizaciju aktivnosti projekta IQM Destination Split u 2025. godini utrošeno je ukupno 16.000,00 eura od planiranih 20.000,00 eura. Napominje se kako izvođač usluge više nije u sustavu PDV-a, zbog čega na ugovoreni iznos nije obračunat porez na dodanu vrijednost, te je ukupni stvarni trošak iznosio 16.000,00 eura.

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

U 2025. godini nastavljena je provedba aktivnosti u okviru projekta razvoja biciklističkog proizvoda na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, lokalnim turističkim zajednicama na području Splitske rivijere (Kaštela, Omiš, Dugi rat, Marina, Trogir, Okrug, Šolta, Podstrana, Solin i Seget) i tvrtkom Top Sport Events. Projekt je usmjeren na unaprjeđenje sportske infrastrukture i razvoj cikloturističkog proizvoda kroz zajedničke promotivne, infrastrukturne i edukativne aktivnosti.

U 2025. godini realizirane su sljedeće aktivnosti: provedena aplikacija 40 QR kodova na postojeće MTB i Family/Trekking biciklističke oznake (grafička priprema i tisak PVC folija), održana prezentacija projekta razvoja proizvoda Bike specijaliziranim agencijama za cikloturizam, hotelskim kompanijama (Bike hotels) i smještajnim objektima (Bike & bed), organiziran samostalni nastup dionika Splitske rivijere na specijaliziranom sajmu EUROBIKE u Frankfurtu (zakup i opremanje štanda, grafička priprema i tisak vizuala, putni troškovi i troškovi smještaja), održana je informativna edukacija za djelatnike turističkih zajednica Splitske rivijere i nositelje održavanja biciklističkih staza i signalizacije, provedena standardizacija kalendara biciklističkih evenata Splitske rivijere (izrada koncepta i raspisa eventa, sistematizacija informacija, priprema tekstova i opisa evenata, prijevod na 4 jezika, priprema sadržaja za web), te je izvršena aktivnost pregleda i održavanja biciklističkih staza.

Ostvareni cilj ove aktivnosti je dodatna valorizacija sportske infrastrukture na području Splitske rivijere te daljnji razvoj i unaprjeđenje biciklističkog proizvoda s naglaskom na međunarodnu promociju, digitalizaciju signalizacije i jačanje kompetencija dionika u destinaciji.

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

Na realizaciju aktivnosti projekta Razvoj biciklističkog proizvoda na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad utrošeno je ukupno 8.563,88 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak aplikacije 40 QR kodova na postojeće MTB i Family/Trekking biciklističke oznake (grafička priprema i tisak PVC folija) – 400,00 eura;
- Trošak prezentacije projekta razvoja proizvoda Bike specijaliziranim agencijama za cikloturizam, hotelskim kompanijama (Bike hotels) i smještajnim objektima (Bike & bed) – 1.062,50 eura;
- Trošak nastupa dionika Splitske rivijere na specijaliziranom sajmu EUROBIKE u Frankfurtu (zakup i opremanje štanda, grafička priprema i tisak vizuala, putni troškovi i troškovi smještaja) – 1.877,41 eura;
- Trošak standardizacije kalendara biciklističkih evenata Splitske rivijere (izrada koncepta i raspisa eventa, sistematizacija informacija, priprema tekstova i opisa evenata, prijevod (4 jezika), priprema sadržaja za web) – 1.369,53 eura;
- Trošak edukacija za djelatnike turističkih zajednica Splitske rivijere i nositelje održavanja biciklističkih staza i signalizacije – 944,44 eura;
- Trošak pregleda i održavanja biciklističkih staza – 2.910,00 eura.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

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

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

• Sudamja

Povodom blagdana sv. Dujma – Sudamje 2025., Turistička zajednica grada Splita organizirala je niz kulturnih, zabavnih i edukativnih događanja u razdoblju od 1. do 5. svibnja. Program je uspješno proveden na više lokacija u gradu, s naglaskom na promociju kulturne baštine, obiteljskih sadržaja i glazbenih izvedbi, s ciljem uključivanja svih dobnih skupina i afirmacije lokalne zajednice. Tijekom proslave realizirani su brojni koncerti, od klasičnih i duhovnih izvedbi do modernih glazbenih nastupa, koji su se održavali na najznačajnijim gradskim lokacijama poput Pjace, Rive i Peristila. Kulturni program dodatno je obogaćen svečanim sjednicama, tradicionalnim

procesijama, izložbama, promocijama i predstavama, čime je istaknuta važnost očuvanja kulturne baštine i identiteta Splita. U okviru Sudamje od 1. do 4. svibnja održan je i Festival SlatCroFest, posvećen hrvatskim slasticama i slatkim proizvodima. Manifestacija je okupila brojne posjetitelje koji su uživali u bogatom programu koji je uključivao degustacije, radionice i edukacije o pripremi tradicionalnih i modernih slastica.

Program Sudamje 2025. u organizaciji Turističke zajednice grada Splita otvoren je 1. svibnja svečanim promenadnim koncertom Gradske glazbe Stjepan Radić – Žrnovnica u suradnji sa Splitskim mažoretkinjama i Mažoretkinjama grada Splita na glavnim gradskim ulicama i trgovima, što je privuklo brojne građane i turiste. Sljedećeg dana, 2. svibnja, na Pjaci je u podne nastupio duo Brutal (električna violina i harmonika), dok je istog dana prijepodne održan dječji program „Neka Split s dicom piva“ na Trgu Gaje Bulata, a u večernjim satima započela tradicionalna pučka fešta sv. Križa na Uvodića širini u organizaciji GK Varoš uz podršku TZ Splita, koja se nastavila i 3. svibnja. U subotu je, u suradnji s Arheološkim muzejom, organizirano edukativno vodstvo za djecu i roditelje s posjetom zbirci i lokalitetu u Saloni, uz osigurani prijevoz. Nedjelja, 4. svibnja, bila je posvećena kulturno-glazbenim programima na Pjaci – u 19 sati nastupila je Gradska glazba Stjepan Radić s djelima Tijardovića i Gotovca, a u 20 sati koncert su održali splitski solisti Majda Goluža i Jurica Karuza. Program je 5. svibnja nastavljen edukativnim radionicama Arheološkog muzeja za osnovnoškolce, uz stručno vodstvo kroz Salonu, dok je u podne na Pjaci nastupio Trio Sarti Arti, unijevši raznolik glazbeni repertoar u gradsko središte.

Sva događanja u sklopu Sudamje 2025. uspješno su realizirana, uz dobar odaziv građana i posjetitelja. Program je bio raznolik i kvalitetno osmišljen, s posebnim naglaskom na kulturnu promociju, edukaciju mladih i dostupnost kulturnih sadržaja svim generacijama.

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

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

Na realizaciju manifestacije Sudamja utrošeno je ukupno 180.093,27 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača – 23.607,07 eura;
- Trošak smještaja slastičara Slatkopedija 811,30 eura;
- Trošak prijevoza do Salone – U susret Sudamji – 1.520,00 eura;
- Trošak nastupa glazbenih izvođača – 10.525,00 eura;
- Trošak naknade HDS – ZAMP – 598,52 eura;

- Trošak organizacije Veslačke regate – 3.000,00 eura;
- Trošak organizacije Malonogometnog turnira – 3.000,00 eura;
- Trošak tehničke produkcije Riva – 53.750,00 eura;
- Trošak najma stolica i ostale opreme za glavne izvođače – 1.875,00 eura;
- Trošak tiska zahvalnica – 171,88 eura;
- Trošak zaštitara – 224,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 10,50 eura;
- Trošak sufinanciranje organizacije programa Žnjan d.o.o. – 81.000,00 eura.

• **Split Marathon**

Udruga Split Maraton od 14. do 16. veljače 2025. uspješno je organizirala 25. Split Marathon, okupivši rekordnih 4.000 trkača iz 65 zemalja. Jubilarno izdanje donijelo je novu maratonsku rutu koja povezuje Split i Solin, prolazeći kroz antičku Salonu, izvor rijeke Jadro, Gospin otok i stadion Poljud, pružajući jedinstveno iskustvo trčanja kroz bogatu baštinu i prirodne ljepote. Poseban trenutak bio je predstavljanje nove maskote, „Bacho Runner“ inspirirane legendarnim Baćom iz serije „Velo Misto“, čime se odala počast splitskoj kulturnoj baštini i sportskom duhu. Uz to, slogan Split Marathon – My Run Love Story savršeno se uklopio u atmosferu događaja održanog na Valentinovo. Emotivni vrhunac bila je prosidba maratonca na cilju, što je oduševilo publiku i simbolično povezalo sport i ljubav. Splitski maraton još jednom se potvrdio kao više od sportskog događaja – postao je priča o zajedništvu, upornosti i emocijama koje nadilaze poznati „maratonski zid“. Program je započeo u petak, 14. veljače, otvaranjem STM EXPO sportskog sajma u sportskoj dvorani Arapovac u Solinu, gdje su sudionici mogli preuzeti svoje startne brojeve i sudjelovati u raznim predavanjima i prezentacijama. U sklopu sajma STM EXPO ove godine organizirana je radionica priprema i degustacija zdravih obroka sa slastičarkom Ivanom Bradarić i kuharicom Brunom Elez te s nutricionisticom Draganom Olujić Hudi koja je stručni suradnik udruge ŠKMER-a (Šefovi kuhinja mediteranskih i europskih regija, Split) za zdravu prehranu i prehranu sportaša. *Split Marathon* posebno promovira sportske vrijednosti, fair play, volontiranje i humanost. Jedan od ključnih događaja bila je i utrka Family Run&Fun powered by Slobodna Dalmacija, namijenjena svim generacijama i ljubiteljima trčanja. Održana 15. veljače, uključivala je rekreativnu utrku na 5 km (14:00h) i donatorsku utrku na 2 km (15:30 h), obje sa startom i ciljem na splitskoj Rivi. Posebno je istaknuta utrka na 2km, čiji je sav prihod od startnina bio namijenjen udruzi Sanus, koja pruža podršku djeci oboljeloj od malignih bolesti i njihovim obiteljima. Uz utrke, manifestacija je ponudila bogat popratni program s glazbom, animatorima i nagradnim aktivnostima, promovirajući obiteljsko druženje i zdrave životne navike. Utrka Family Run&Fun uspješno je spojila sport, zabavu i humanost, postavši nezaobilazan dio manifestacije Split marathon. Glavni događaji manifestacije 25. Split marathon održani su u nedjelju, 16. veljače 2025. godine, s početkom u 9:00

sati. Maraton i Tommy polumaraton startali su ispred zgrade Banovine, dok je utrka MAZDA 10k započela na stadionu Poljud u 8:40 sati, pružajući sudionicima poseban doživljaj. Sve utrke završavale su na splitskoj Rivi, u neposrednoj blizini Dioklecijanove palače, što je dodatno pridonijelo svečanom ugođaju manifestacije.

25. Split maraton je organiziran s rekordnim brojem sudionika, značajno povećanim u odnosu na prethodne godine. Rast broja natjecatelja donio je i rekordnu posjećenost grada Splita, što značajno utječe na gospodarska i turistička kretanja izvan sezone. Posjetitelji koji su sudjelovali u maratonu i njihovi pratitelji doprinijeli su rastu turističke aktivnosti, s brojnim posjetima restoranima, hotelima i drugim lokalnim trgovinama. Sam događaj promiče važnost sportskog turizma, koji ne samo da potiče zdrav način života, već i doprinosi jačanju imidža Splita kao središta sportskih događanja. Također, maraton je imao pozitivan utjecaj na društvene aspekte regije jer je okupio ljude svih dobnih skupina i nacionalnosti, stvarajući priliku za povezivanje i zajedničko iskustvo. Kroz ovakve događaje Split i okolica ne samo da se afirmira kroz svoju sportsku tradiciju, već pokreće lokalnu zajednicu na zdraviji način života i potiče međusobnu suradnju u organizaciji velikih manifestacija. Ovaj događaj svakako potvrđuje svoju važnost kao motor razvoja i prepoznatljivosti Splita na globalnoj sportskoj karti.

Nositelji aktivnosti i partneri: Udruga Split Marathon, Grad Split, Turistička zajednica grada Splita i dr.

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

Na podršku realizaciji manifestacije Split Marathon utrošeno je ukupno 50.000,00 eura.

- **Štorije Dioklecijana**

Manifestacija „Štorije Dioklecijana“ i u 2025. godini nastavila je svoj impresivan razvojni put te još jednom potvrdila status jednog od najatraktivnijih kulturno-turističkih programa grada Splita. Od svojih početaka i novog umjetničkog smjera, ova manifestacija postala je neizostavan dio suvremene kulturne ponude grada, prepoznata po visokoj razini izvedbene kvalitete, originalnosti te autentičnom spoju povijesti, umjetnosti i suvremenog izraza.

Izdanje manifestacije Štorije Dioklecijana u 2025. godini, iako iznimno uspješno, bilo je produkcijski zahtjevno i izvedbeno izazovno, prije svega zbog vrlo visoko postavljenih umjetničkih i kreativnih kriterija, ali i zbog nepovoljnih vremenskih prilika koje su utjecale na dinamiku proba i izvođenja. Zbog kišnih vikenda i sigurnosnih razloga, pojedini programi morali su biti premješteni na nove termine, dok je središnji program – Dioklecijanova Gala večer – u potpunosti odgođen za proljeće 2026. godine.

Riječ je o programu koji po svojoj koncepciji, umjetničkom opsegu i tehničkoj izvedbi zahtijeva iznimnu pripremu, preciznost i stabilne vremenske uvjete, budući da okuplja više od stotinu sudionika: umjetnika, tehničkog osoblja, redara, statista u rimskim odorama, hostesa i koordinatora. Kao pionirski projekt, predstavlja jedan od najkompleksnijih i višeslojnih umjetničkih formata dosad izvedenih u Split. Odluka o odgodi donesena je promišljeno, s ciljem očuvanja kvalitete i dostojanstva manifestacije. Izbjegnuto je preuzimanje rizika da projekt iznimne umjetničke i produkcijske vrijednosti bude umanjen zbog vremenskih neprilika, otežanih tehničkih uvjeta ili smanjene posjećenosti. Uz umjetničku dimenziju, Dioklecijanova Gala večer nosi i humanitarnu komponentu, jer je zamišljena kao donatorska večer u korist Odjela dječje hematologije KBC Split. Program je u trenutku odgode bio pripremljen u visokom stupnju realizacije (oko 80 %), a dodatno vrijeme omogućit će doradu svjetlosnog i tonskog dizajna te obogaćivanje glazbenog segmenta, čime će konačna izvedba zasigurno predstavljati jedan od najupečatljivijih umjetničkih događaja održanih na Peristilu.

Posebno izdanje manifestacije Štorije Dioklecijana obilježila je i reprizna izvedba prošlogodišnjeg uspjeha „Toge i Tetrarsi“, koja je još jednom oduševila brojne posjetitelje. Riječ je o iznimno sofisticiranom umjetničko-modnom performansu koji reinterpreтира togu – simbol moći antičkog Rima, kroz suvremeni dizajn i kreacije kostimografa Mladena Radovnikovića, koje su zaslužile postati stalni postav manifestacije.

Programi „Biti Priska – Tradicija koja osvaja“ i „I – The Emperor Diokles (Dioklecijan sam ja)“ nastavljaju oduševljavati i zabavljati sugrađane te turiste, koji se makar na jedan dan mogu osjetiti poput cara i carice, doživljavajući duh antičkog Splita na autentičan i interaktivan način. Unatoč tremi i izazovu nastupa pred 700–800 posjetitelja, izvođači (sugrađani u izboru Dalmatinskog portala i Turističke zajednice grada Splita) su još jednom pokazali visoku razinu profesionalnosti i predanosti.

Program „Sapere aude – Usudi se znati!“, zbog vremenskih neprilika, pomaknut je za tjedan dana i izveden 6. rujna, u suradnji s Dioklecijanovom legijom i Udrugom Gaj Liberije, čime je još jednom potvrđena važnost edukativne i rekreativne dimenzije manifestacije.

Tradicionalno uspješan program „Pass(word)... shall I!?“ ponovno je oživio ulični duh antičkog Splita u popularnom prolazu „Pusti me proć“, gdje su posjetitelji mogli uživati u spoju humora, interakcije i povijesne edukacije.

Posebnu pažnju privukao je novi program „Harpastum – svijet antičkog sporta“, koji je premijerno izveden i izazvao oduševljenje publike. Četiri momčadi nadmetale su se prema pravilima antičkog sporta, prilagođenima današnjem vremenu, u iznimno atraktivnom, energičnom i zahtjevnom natjecanju. Pobjednička je ekipa nagrađena i

novčanom nagradom, čime je uveden novi motivacijski element koji će, vjerujemo, dodatno potaknuti interes za buduća izdanja.

Unatoč objektivnim poteškoćama izazvanim vremenskim neprilikama, svi planirani programi manifestacije uspješno su izvedeni, osim Dioklecijanove Gala večeri, koja je u potpunosti pripremljena i spremna za izvedbu u proljeće 2026. godine. Očekuje se da će ta večer, uz minimalan broj dodatnih proba, postati presedan umjetničkog dojma i produkcijske vrijednosti u antičkom prostoru Split. Na temelju iskustava iz 2025. godine i iznimnog odaziva publike, autorski i organizacijski tim već radi na kreiranju novih, atraktivnih sadržaja koji će dodatno unaprijediti manifestaciju, ne samo u estetskom i izvedbenom smislu, nego i u edukativnom i inspirativnom kontekstu. „Štorije Dioklecijana“ tako nastavljaju svoj razvojni put, oblikujući se kao autentičan spoj umjetnosti, baštine i suvremenog stvaralaštva, koji Split čini još prepoznatljivijim na kulturnoj i turističkoj karti svijeta.

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

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, HNK Split, Dioklecijanova legija, Udruga Gaj Liberije, građani, posjetitelji

Na realizaciju manifestacije Štorije Dioklecijana utrošeno je ukupno 44.199,48 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak autorskih izvedbi – 6.073,36 eura;
- Trošak modnog događaja – 2.500,00 eura;
- Trošak šminkanja manekenki – 1.200,00 eura;
- Trošak legionarskih formacija – 2.000,00 eura;
- Trošak izrade programa Štorije Dioklecijana – 4.000,00 eura;
- Trošak tehničke organizacije, oblikovanja rasvjete i zvuka – 3.560,00 eura;
- Trošak organizacijske podrške – 4.300,00 eura;
- Trošak autorskog programa, produkcije, režije programa – 4.000,00 eura;
- Trošak najma bine i scenografije – 3.125,00 eura;
- Trošak rada studenata rimskih vojnika i manekena – 12.441,12 eura;
- Trošak izrade videa Štorije Dioklecijana – 1.000,00 eura.

• **Koncertni program na Trgu Gaje Bulata – Spli'ski litnji koluri**

Tradicionalna gradska manifestacija „Spli'ski litnji koluri“, koja se održava već 19 godina (izuzev 2020. godine), uspješno je realizirana u razdoblju od 10. srpnja do 27. rujna 2025. na Trgu Gaja Bulata, lokaciji koja se posljednjih godina pokazala kao iznimno atraktivna i dobro prihvaćena od strane publike. Program manifestacije

obuhvatio je glazbene, kulturne i zabavne sadržaje, a tijekom gotovo tri mjeseca trajanja izvedeno je više desetaka koncerata i večeri posvećenih različitim glazbenim i folklornim izričajima. U ovogodišnjem izdanju sudjelovali su brojni domaći i strani izvođači – ukupno iz sedam zemalja (Mađarska, Malta, Italija, Slovenija, Kanada, uz predstavnike Hrvatske i susjednih zemalja). Program je tematski bio podijeljen po tjednima, s naglaskom na kulturnu tradiciju, etnologiju i klapsku glazbu, a osobitu pažnju privukle su tematske večeri posvećene kulturnoj baštini, klapskom pjevanju i nastupima KUD-ova. Posebno se istaknula večer „Čarobni mirisi djetinjstva – Etnologija i kulturna baština RH“, koja je okupila više od 130 izvođača, uključujući kulturno-umjetnička društva iz Splita i okolice, četiri klape, dvije skupine mažoretkinja, te umjetnike koji njeguju tradiciju povijesnih hrvatskih glazbala. Ova večer prepoznata je kao jedan od vrhunaca manifestacije, s velikim odazivom domaće publike i turista.

U sklopu „Splitskih litnjih kolura“ održane su i Međunarodne smotre folklor, na kojima su sudjelovali ansambli iz pet zemalja, predstavljajući svoje narodne nošnje, glazbu i običaje. Uz to, pojedine večeri bile su posvećene obilježavanju državnih praznika i značajnih datuma, čime je manifestacija dodatno doprinijela kulturnoj i društvenoj dinamici Splita tijekom ljetnih mjeseci.

Svojim sadržajem, kontinuitetom i raznolikošću, „Spli'ski litnji koluri“ potvrđuju status jedne od najdugovječnijih kulturno-zabavnih manifestacija u gradu Splitu, koja doprinosi očuvanju i promociji hrvatske kulturne baštine, kao i multikulturnog karaktera Splita kao turističke destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, kulturno –umjetničke udruge i institucije i ostali partneri

Na realizaciju manifestacije Koncertni program na Trgu Gaje Bulata – Spli'ski litnji koluri utrošeno je ukupno 180.295,53 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača po ugovoru – 73.623,73 eura;
- Trošak prijevoza glazbenika i instrumenata – 2.600,00 eura;
- Trošak nastupa izvođača po računu – 30.300,00 eura;
- Trošak voditeljice programa – 5.625,00 eura;
- Trošak naknade HDS ZAMP – 3.864,80 eura;
- Trošak najma prostora za garderobu izvođača – 800,00 eura;
- Trošak najma tehničke produkcije – 60.650,00 eura;
- Trošak zaštitara – 2.258,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 24,00 eura;
- Trošak montaže instrumenata – 550,00 eura;

- **Splitsko ljeto**

Festival 71. Splitsko ljeto, međunarodni festival koji okuplja umjetnike iz cijelog svijeta, održao se u tradicionalnom terminu od 14. srpnja do 14. kolovoza 2025. godine. U mjesec dana trajanja realizirano je preko 60 dramskih, opernih, koncertnih i baletnih izvedbi i niz popratnih sadržaja, kao što su književne večeri, izložbe i sl. Za potrebe festivala 71. Splitsko ljeto angažirano je oko 2.000 zaposlenika i honorarnih suradnika za realizaciju tehničke podrške, promocije, prodaje u popratnim službama i izvedbu umjetničkih programa, što uključuje brojne izvođače-umjetnike, tj. soliste opere, zborove, orkestre, glumce, plesače i dr. Festivalne izvedbe i događanja održani su na dobro poznatim i atraktivnim gradskim lokacijama, kao što su trg Peristil, Srebrna vrata, park Sustipan, podrumi Dioklecijanove palače, a od ostalih lokacija ističu se Galerija umjetnina i dvorišta osnovnih škola i knjižnica. 71. Splitsko ljeto je u 30 dana trajanja realiziralo zahtjevan i bogat program na zadovoljstvo svih domaćih i stranih posjetitelja te je festival posjetilo više od 9.000 posjetitelja.

Nositelji aktivnosti i partneri: Hrvatsko narodno kazalište Split

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

Na podršku realizaciji festivala 71. Splitsko ljeto utrošeno je ukupno 14.000,00 eura.

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

Advent u Splitu 2025./2026. i doček Nove godine održani su u organizaciji Turističke zajednice grada Splita, Grada Splita, gradske tvrtke Žnjan d.o.o., gradskih ustanova, kulturnih institucija, udruga i brojnih drugih partnera. Program je osmišljen kao cjelovita manifestacija koja objedinjuje tradiciju, kulturu, glazbu, gastronomiju i zajedništvo, uz poseban naglasak na očuvanje autentičnog dalmatinskog identiteta grada Splita. Adventska događanja započela su u subotu, 29. studenoga 2025. godine paljenjem prve adventske svijeće u Đardinu, čime je simbolično otvoreno blagdansko razdoblje. Programi su se odvijali u središtu grada, kao i u gradskim kvartovima i prigradskim naseljima, s ciljem ravnomjerne disperzije događanja te uključivanja što većeg broja građana i posjetitelja.

Tijekom adventskog i novogodišnjeg razdoblja, Turistička zajednica grada Splita financirala je i sufinancirala niz programskih sadržaja s naglaskom na očuvanje lokalne tradicije, uključivanje različitih društvenih skupina te ravnomjernu raspodjelu događanja na području cijelog grada. Jedan od prepoznatljivih programa Adventa bio je „Jedinstveni Božić s Jedinstvom“, u izvedbi Folklornog ansambla Jedinstvo. Program se odvijao kroz kolendavanje ulicama stare gradske jezgre – ispred HNK-a, na Pjaci, u

Vestibulu, na Voćnom trgu, Zlatnim vratima i Rivi, u terminima 6. i 20. prosinca 2025. godine. Dodatno, u sklopu Dječjeg adventa, održani su i nastupi vrtičke skupine FA Jedinstvo – Opančići u Đardinu, 7. i 21. prosinca 2025. godine. Program je privukao velik broj građana i posjetitelja te značajno pridonio očuvanju i prezentaciji tradicije kolendavanja. Program „Piva klapa ispo' volta“, u izvedbi KUD-a Filip Dević, održan je na Pjaci, ispod ure, kroz više termina tijekom prosinca (8., 13., 14. i 18. prosinca 2025.). Ovim koncertima klapska pjesma ponovno je postala sastavni dio svakodnevnog gradskog života, u autentičnom ambijentu stare gradske jezgre. Na sam Badnjak, 24. prosinca 2025. godine, održan je program „Badnjak – đir po gradu“, u izvedbi Gradskog zbora Brodosplit. Zbor je nastupao na Peškariji, Voćnom trgu, Peristilu te Pazaru, gdje je organizirana i tradicionalna podjela bakalara, dodatno obogaćujući blagdanski ugođaj u gradu prije Božića. U sklopu adventskih događanja financiranih od strane Turističke zajednice grada Splita, realiziran je i bogat program na Đardinu (Strossmayerov trg) i Narodnom trgu, namijenjen prvenstveno djeci, obiteljima i široj publici. Program je obuhvaćao prigodna jutarnja događanja povodom blagdana svetog Nikole i svete Lucije, s animacijskim sadržajima, dječjim predstavama, susretima s Djedom Božićnjakom te podjelom prigodnih darova i slastica. Na Narodnom trgu održani su i brojni glazbeni programi i koncerti, uključujući božićne i blagdanske nastupe orkestara, vokalnih solista, zborova i instrumentalnih sastava, kao i gala novogodišnji koncert. Time je središnji gradski trg tijekom adventskog razdoblja postao jedno od ključnih mjesta okupljanja građana i posjetitelja te značajno doprinio stvaranju blagdanskog ugođaja u samom srcu grada. Turistička zajednica grada Splita sufinancirala je i programe koji ističu snažnu povezanost Splita s morem. Dana 21. prosinca 2025. godine, u organizaciji Podvodno-istraživačkog kluba Mornar Split, održano je tradicionalno polaganje Božićnog drvca u more na Mletačkom mulu. Također, 20. prosinca 2025. godine održana je jubilara 30. Božićna regata u organizaciji Jedriličarskog kluba Zenta, s početkom ispred luke Zenta, čime je blagdanski duh prenesen i na splitski akvatorij. Manifestacija Gastroadvent u Splitu 2025. održana je u razdoblju od 25. studenoga do 30. prosinca 2025. godine, kroz četiri adventske nedjelje. Ovogodišnja tema bila je „More, podmorje i njihovo očuvanje“, a program je bio usmjeren na promicanje mediteranske prehrane, održivosti i korištenja lokalnih namirnica. Prva adventska nedjelja održana je 30. studenoga u Turističko-ugostiteljskoj školi Split, druga i treća 7. i 14. prosinca na Prokurativama, dok je završna, četvrta adventska nedjelja održana 21. prosinca u restoranu Zrno soli. Četvrtu godinu zaredom, Grad Split i Turistička zajednica grada Splita organizirali su besplatno adventsko vođenje – Veli Varoš turu, koja se održavala vikendima u razdoblju od 29. studenoga do 21. prosinca 2025. godine. Tura je započinjala ispred crkve sv. Frane, trajala oko dva sata, a vodile su je licencirane turističke vodičke Alenka Krivić i Anamarija Kovačić. U suradnji sa Župom sv. Križa realizirani su brojni programi namijenjeni djeci i obiteljima, uključujući proslavu blagdana svetog Nikole i svete Lucije, blagdanske koncerte te dječji doček Nove godine. Posebno se istaknuo koncert dječjih zborova uz izvođenje na znakovnom

jeziku, čime je Advent dodatno obogaćen inkluzivnim sadržajima. U sklopu adventskih programa namijenjenih djeci i obiteljima, Turistička zajednica grada Splita podržala je i humanitarnu adventsku radionicu ŠKMER-a, održanu 12. prosinca 2025. godine u prostorima ŠKMER akademije. Pod stručnim vodstvom chefova i slastičara, djeca su sudjelovala u izradi božićnih slastica i blagdanskih poslastica, uz naglasak na edukativnu, kreativnu i humanitarnu komponentu programa. U okviru partnerstva s lokalnim udrugama i kreativnim zajednicama, realiziran je i projekt „Samo ljubav – Advent u Splitu“, u suradnji s Fotoklubom Split. Program je kroz božićni studio i podjelu fotografija i vizualnih interpretacija adventskih trenutaka dodatno obogatio kulturnu i umjetničku dimenziju Adventa. Podrška je pružena i Božićnom turniru gluhih 2025., koji je uključivao natjecanja u kuglanju, šahu i pikadu, kao i program „Božić na znakovnom jeziku“.

Turistička zajednica grada Splita je sufinancirala i adventske programe u gradskim kvartovima i prigradskim naseljima. Advent u Stobreču realiziran je kroz bogat glazbeni i obiteljski program, dok je Adventić u Slatinama održan u razdoblju od 28. studenoga do 20. prosinca 2025. godine, uz radionice, dječje predstave, kazališni program i humanitarni koncert grupe TBF. Adventski programi su realizirani i u Žrnovnici te na Kampusu.

U sklopu organizacije i realizacije dočeka Nove godine 2026. na splitskoj Rivi, Turistička zajednica grada Splita financirala je honorar glazbenog izvođača Baby Lasagne te produkciju novogodišnjeg programa. Produkciju koncerta realizirala je RDI produkcija, čime je osigurana visoka razina tehničke i organizacijske kvalitete događanja, sigurni uvjeti održavanja programa te snažna promocija Splita kao atraktivne destinacije za doček Nove godine.

Turistička zajednica grada Splita osigurala je i fotografiranje te video snimanje adventskih događanja u unaprijed definiranim terminima, s ciljem dokumentiranja programa i promocije Adventa i Nove godine u Splitu putem službenih komunikacijskih kanala, digitalnih platformi i medija.

Adventski i novogodišnji programi financirani i sufinancirani od strane Turističke zajednice grada Splita u razdoblju 2025./2026. godine uspješno su realizirani, uz visok stupanj posjećenosti i pozitivne reakcije građana i posjetitelja. Programi su doprinijeli očuvanju kulturne baštine, jačanju društvene uključenosti te dodatnom pozicioniranju Splita kao autentične i sadržajne blagdanske destinacije. Ostvareni cilj aktivnosti je poticanje turističkog prometa i razvijanje sadržaja turističke ponude u posezoni, te unaprjeđenje kulturno zabavne ponude grada Splita za vrijeme blagdanskog razdoblja za lokalno stanovništvo te domaće i strane turiste.

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

Na realizaciju manifestacije Advent u Splitu 2025. godine utrošeno je ukupno 252.286,18 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača – 13.648,60 eura;
- Trošak nastupa DJ Antoine (dio 1.01.2025.) – 33.179,08 eura;
- Trošak adventskog programa Kampus – 20.000,00 eura;
- Trošak nastupa Baby Lasagna 31.12.2025. – 40.000,00 eura;
- Trošak ostalog adventskog programa – 38.800,00 eura;
- Trošak postavljanja adventske svjetlosne dekoracije Slatine – 3.977,50 eura;
- Trošak produkcije za novogodišnji koncert (dio 1.01.25.) – 28.000,00 eura;
- Trošak produkcije za novogodišnji koncert (dio 31.12.25.) – 20.300,00 eura;
- Trošak najma pozornice, ograde, kolica Đardin – 3.515,00 eura;
- Trošak stručnog vođenja po Velom Varošu – 1.488,00 eura;
- Trošak zaštitara za koncerte – 475,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 3,00 eura;
- Trošak sufinanciranja programa Advent u Stobreču – 35.000,00 eura;
- Trošak sufinanciranja programa Advent u Slatinama – 11.000,00 eura;
- Trošak sufinanciranja ostalih adventskih programa – 2.900,00 eura.

• **Smjena straže na trgu Peristil**

Manifestacija „Smjena straže / pozdrav cara Dioklecijana“ i ove je 2025. godine nastavljena u duhu dugogodišnje tradicije koja je započela još davne 2008. godine. Riječ je o neprekidnom izvođenju jedne od najistaknutijih turističkih atrakcija grada Splita, koja je kroz 18 godina izvođenja postala simbol ljetne turističke sezone i svojevrsni zaštitni znak povijesne jezgre.

Smjena straže / pozdrav cara Dioklecijana svakodnevno se održava u podne na carskom trgu Peristilu, autentičnom prostoru Dioklecijanove palače, jedinstvenom spomeniku svjetske kulturne baštine pod zaštitom UNESCO-a. U ovom upečatljivom povijesnom ambijentu, uz svečano obraćanje cara Dioklecijana posjetiteljima, sudjeluje rimska straža, koja svojim angažmanom čine ovaj program živim i dinamičnim. U statističkim i različitim koreografskim ulogama svake godine sudjeluju studenti i srednjoškolci, a uz cara Dioklecijana i caricu Prisku na sceni se pojavljuje od 11 do 18 vojnika, ovisno o dostupnosti izvođača. Radi se o specifičnoj koreografiji koja zahtijeva vježbanje i disciplinu, budući da težina originalnih replika rimskih oklopa iznosi između 8 i 18 kilograma. Uz fizičku spremnost, važan je i osjećaj za ritam i preciznost koraka koji stvaraju dojam autentične rimske postrojbe. Rekrutiranje novih sudionika vrši se početkom godine, kroz siječanj, veljaču i ožujak. Kandidati se pronalaze među splitskim studentima i srednjoškolcima, ali i među studentima koji privremeno studiraju izvan Splita, a žele sudjelovati u projektu koji ima iznimnu kulturnu i turističku vrijednost. Mjesec travanj tradicionalno je rezerviran za pripremne

radnje: čišćenje, vađenje i pripremu oklopa te osnovnu organizaciju izvođačkog rasporeda. U svibnju počinju prve probe koreografije, dok se u drugoj polovici mjeseca odvija i svečano otvaranje manifestacije. Program se izvodi svakodnevno sve do Svjetskog dana turizma, tj. nastavak manifestacije „Turistička razglednica grada Splita“, a ovisno o vremenskim prilikama i potražnji i do prvog tjedna studenog. Tijekom godina, manifestacija je zabilježila izniman odjek i brojne pozitivne reakcije turista iz cijelog svijeta. Strani i domaći mediji nerijetko ističu da je riječ o jednom od najatraktivnijih dnevnih kulturno-turističkih događaja u Splitu, koji izravno doprinosi prepoznatljivosti grada. Činjenica da i mjesec dana nakon završetka izvođenja turisti i dalje u podne dolaze na Peristil u nadi da će svjedočiti „obraćanju cara“ dovoljno govori o snažnom utjecaju i popularnosti ovog programa.

Smjena straže nije samo atraktivna izvedbena točka, već i snažan simbol identiteta grada Splita. Tijekom 18 godina kontinuiranog izvođenja, manifestacija je izrasla u brend koji svjedoči o bogatoj povijesti i živoj kulturnoj sceni grada. Upravo zbog toga, otvara se prostor za razmišljanje o produženju razdoblja izvođenja kako bi se dodatno ojačala turistička ponuda Splita i omogućilo većem broju posjetitelja da dožive ovaj jedinstveni program uživo.

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

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

Na podršku realizaciji festivala Smjena straže utrošeno je ukupno 50.000,00 eura.

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

Festival zabavne glazbe Split 2025 – Splitski festival održan je od 1. do 6. srpnja 2025., a obuhvatio je bogat i raznolik program na Trgu Republike (Prokurative). Festival je započeo 1. srpnja jubilarnim *15. Split Blues Festivalom*, na kojem su kao headlineri nastupili Goran Bare i Majke. Publiku je dodatno oduševio nastup londonske pjevačice Alice Armstrong i njenog benda, aktualnih pobjednika *European Blues Challenge 2025*, dok je večer otvorio norveški gitarist Tommy Tito, najbolji pojedinac na *13th European Blues Challenge*. Dana 3. srpnja održan je program *Tribute to Dino Dvornik*, kada je Jazz orkestar Hrvatske radiotelevizije pod ravnanjem Mirona Hausera u big band aranžmanima izveo najveće hitove Dina Dvornika, upravo na 30. godišnjicu njegovog trijumfa na Splitskom festivalu. Posebnu atmosferu priredili su Sabrina Hebiri i Mario Huljev, interpretirajući klasike koji su obilježili domaću glazbenu scenu. Dva dana kasnije, 5. srpnja, održan je koncert *La Musica Di Notte – Večer pjesama Đela Jusića*, posvećen bezvremenskom stvaralaštvu maestra Đela Jusića. Program su obogatili

brojni solisti, klape i orkestar pod ravnanjem Joška Banova, koji je pripremio nove aranžmane za neke od najpoznatijih pjesama ovog skladatelja. Festival je zaključen 6. srpnja velikom završnom večeri novih autorskih pjesama – Split '25, u kojoj se natjecalo 25 izvođača različitih stilova, od dalmatinske šansone i jazza do rocka, klapske pjesme i suvremenih pop aranžmana. Spektakularna produkcija svjetla i zvuka, uz pratnju festivalskog orkestra pod ravnanjem Joška Banova, stvorila je poseban doživljaj i potvrdila Splitski festival kao jedno od najvažnijih glazbenih događanja u Hrvatskoj.

Ostvareni cilj manifestacije je dodatno obogatiti kulturno-glazbenu ponudu Splita u razdoblju turističke sezone, privući domaću i stranu publiku te osnažiti festivalsku tradiciju grada koja već desetljećima oblikuje identitet Splita kao prepoznatljivog glazbenog središta.

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

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju Splitskog festivala na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator, koji je odabran na temelju provedenog Javnog poziva za izbor organizatora Splitskog festivala za 2023. godinu, s projekcijama za 2024. i 2025. godinu (ukupno 3 godine), je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacije Splitski festival utrošeno je ukupno 135.000,00 eura.

- **Mali Split**

35. Dječji festival „Mali Split“ održan je 7. srpnja 2025. godine na Prokurativama i okupio je više od stotinu sudionika – mladih pjevača, zborova, plesača, njihovih voditelja i trenera. Ova tradicionalna manifestacija već tri i pol desetljeća donosi radost i veselje djeci i publici, a svojim raznovrsnim programom pjesme i plesa redovito obogaćuje kulturnu i turističku ponudu grada Splita u srcu ljetne sezone. Festival „Mali Split“ ima snažan društveni značaj, jer već više od 30 godina povezuje djecu Splita s njihovim vršnjacima iz drugih krajeva Hrvatske i svijeta kroz zajednički jezik umjetnosti – glazbu i ples. Upravo zbog tog značaja festival je prepoznat kao manifestacija koja doprinosi jačanju kulturne baštine i identiteta Splita te pridonosi pozicioniranju grada kao destinacije poželjne za obiteljski turizam.

Nositelji aktivnosti i partneri: Dječji zbor Srdelice, Grad Split, Turistička zajednica grada Splita

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju Dječjeg festival „Mali Split“ na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita donijelo je odluku o odabiru udruge "Dječji zbor Srdelice" za organizaciju manifestacije Dječji festival „Mali Split“ u razdoblju od 2023. do 2025. godine. Organizator je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisanog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacije Mali Split utrošeno je ukupno 13.300,00 eura.

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

4. Mjesec gastronomije u Splitu, pod nazivom „Štorije o' spize“, održan je u organizaciji Turističke zajednice grada Splita, u suradnji s Gradom Splitom, kulturnim institucijama, lokalnim udrugama, OPG-ovima, restoranima i brojnim partnerima. Manifestacija je tijekom tri tjedna pretvorila grad u veliku pozornicu dalmatinskih okusa, mirisa i priča, spajajući tradiciju, kulturu, gastronomiju i zajedništvo. Poseban naglasak stavljen je na mediteransku prehranu, očuvanje lokalnih proizvoda i održivost, u skladu s UNESCO-ovom nematerijalnom kulturnom baštinom.

Program je svečano otvoren 25. listopada 2025. godine događanjem „Valcer pod jedrima“, koje je spojilo more, glazbu i gastronomiju u nezaboravnom doživljaju pod otvorenim nebom. Tijekom manifestacije, Split je bio mjesto susreta lokalnih kuhara, vinara, uljara, OPG-ova i restorana, koji su kroz brojne aktivnosti predstavljali autentične dalmatinske okuse. Tijekom 29. listopada, u Turističko-ugostiteljskoj školi Split održane su panel rasprave i okrugli stolovi na teme gastronomije i održivog turizma. Raspravljalo se o ulozi gastronomije u očuvanju kulturnog identiteta te o važnosti održivih pristupa u turizmu kroz tradicijske okuse. Dana 7. i 8. studenoga, u ambijentu Peškarije i na Obrovu, posjetitelji su imali priliku sudjelovati u festivalu okusa i vina. Domaći vinari, uljari i OPG-ovi predstavili su pršut, sir, soparnik, likere i druge lokalne proizvode, uz mogućnost degustacije i kupnje po festivalskim cijenama. U suradnji s učenicima i nastavnicima Turističko-ugostiteljske škole, kuhari su pripremali riblje specijalitete, dok je glazbeni program dodatno obogatio festivalsku atmosferu. Sav prihod od ovog dijela manifestacije doniran je Centru za odgoj i obrazovanje Juraj Bonači u Splitu, zahvaljujući sponzoru, tvrtki Centaurus iz Solina. Obrovi restorana na Obrovu nudili su tematske menije i mlado vino po promotivnim cijenama, povodom nadolazećeg Martinja. Tradicionalno Martinje proslavljeno je 11. studenoga na Peškariji, uz predstavljanje autohtonih i gotovo zaboravljenih sorti dalmatinskih vina, degustacije i prodaju lokalnih proizvoda. Program je dodatno obogaćen glazbenim nastupom Mladena Grdovića, što je manifestaciji dalo poseban svečani karakter. Dana 12. studenoga, u Crkvi sv. Križa u Varošu, održano je predavanje o zdravlju i vinu, naglašavajući vezu mediteranske prehrane, tradicije i

zdravog životnog stila. Tijekom cijele manifestacije, splitski restorani nudili su posebno osmišljene menije inspirirane mediteranskom i dalmatinskom kuhinjom, po pristupačnim festivalskim cijenama, čime je građanima i posjetiteljima omogućeno da u svakodnevnom okruženju dožive okuse Splita i Dalmacije.

Manifestacija „Štorije o' spize“ uspješno je promovirala lokalnu gastronomsku baštinu, osnažila zajedništvo lokalnih proizvođača i restoratera te dodatno pozicionirala Split kao atraktivnu destinaciju za ljubitelje hrane, tradicije i mediteranskog stila života. Ostvareni cilj aktivnosti je razvoj gastronomske ponude grada Splita i popratnih sadržaja u razdoblju posezone, unaprjeđenje kvalitete ugostiteljske ponude, promocija autohtonih jela grada Splita i drugih dijelova Hrvatske te promocija i pozicioniranje Splita kao visoko kvalitetne gastronomske destinacije.

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

Na realizaciju manifestacije Mjesec gastronomije u Splitu – Štorije o' spize utrošeno je ukupno 35.395,52 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak smještaja sudionika iz Konavli – 567,94 eura;
- Trošak prijevoza karetima – 1.175,00 eura;
- Trošak programa Štorije o' spize – 20.853,13 eura;
- Trošak Gastroadventa – 3.000,00 eura;
- Trošak odvoza otpada nakon manifestacije – 84,61 eura;
- Trošak najma tehničke produkcije – 1.500,00 eura;
- Trošak najma čaša i perilice čaša – 3.270,89 eura;
- Trošak mjerenja buke za organizaciju Štorije o' spize – 812,50 eura;
- Trošak stolnjaka i ostalog potrošnog materijala – 131,45 eura;
- Trošak sufinanciranja programa Place Market – 4.000,00 eura.

• **Uskrs u Splitu**

Manifestacija „Uskrs u Splitu 2025.“ okupila je brojne posjetitelje na nekoliko ključnih gradskih lokacija – Rivi, Dioklecijanovim podrumima, Trgu Gaje Bulata i Đardinu – donoseći bogat i raznolik program tijekom uskršnjeg razdoblja. Posebno zanimanje izazvalo je oslikavanje velikih pisanica u organizaciji Braniteljske udruge likovnih umjetnika (BLU), održano od 16. do 19. travnja na Rivi i u Podrumima. Kreativne radionice u sklopu ovog programa privukle su velik broj sudionika, a najviše su uživala djeca koja su kroz igru i umjetničko izražavanje aktivno sudjelovala u stvaranju blagdanskog ugođaja. Na Trgu Gaje Bulata, 18. travnja održan je dramsko-glazbeni prikaz „Križnog puta“ u izvedbi dječjeg zbora „Srdelice“. Djeca su kroz glazbu i scenski nastup prenijela snažnu poruku korizme i Uskrsa, obogaćujući kulturno-blagdansku ponudu grada. Blagdansko druženje nastavilo se 20. travnja u Strossmayerovom parku

– Đardinu, gdje je organiziran poseban Uskrsni program za djecu i obitelji. Posjetitelji su uživali u društvenim igrama, predstavi, plesu, animacijama i mađioničarskim trikovima, dok je veliko zanimanje izazvao izbor za najbolje obojano jaje, u kojem su mali kreativci osvojili simbolične nagrade. Blagdanska atmosfera zaključena je 21. travnja programom „Dječji Uskrsni ponedjeljak“. Od lova na pisanice i likovnih radionica, preko folklornih nastupa i STEM avanture sa Zekoslavom Robotom, do utrke puzajućih beba – sadržaj je bio posebno osmišljen kako bi djeca svih uzrasta doživjela Uskrs na kreativan, zabavan i edukativan način.

Manifestacija „Uskrs u Splitu 2025.“ još je jednom potvrdila važnost kulturnih i obiteljskih programa u javnom prostoru, učvrstila identitet Splita kao destinacije koja njeguje tradiciju i stvaralaštvo najmlađih, te dodatno obogatila turističku ponudu grada u blagdanskome razdoblju.

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

Na realizaciju manifestacije Uskrs u Splitu utrošeno je ukupno 28.686,05 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača – 3.240,20 eura;
- Trošak organizacije Slasno uskrsno jutro u Đardinu – 7.375,00 eura;
- Trošak dječjeg programa – 4.837,50 eura;
- Trošak ostalih uskršnjih događanja – 9.565,45 eura;
- Trošak nastupa mladih glazbenika u Podrumima – 885,00 eura;
- Trošak zaštitara – 32,00 eura,
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 1,50 eura;
- Trošak mjerenja buke – 750,00 eura;
- Trošak materijala za bojanje jaja – 1.999,40 eura.

• **Ultra Europe**

Jedanaesto izdanje festivala ULTRA Europe održano je u Splitu s preko 145.000 posjetitelja iz više od 120 zemalja. Festival je trajao sedam dana, a glavni trodnevni program bio je u Parku Mladeži. ULTRA Europe potvrdio je status najvećeg međunarodnog glazbenog događaja u Hrvatskoj i jednog od najvažnijih festivala elektroničke glazbe u Europi. Domaća publika činila je najveći udio posjetitelja, dok su značajne skupine stigle iz Španjolske, SAD-a, Velike Britanije, Francuske, Njemačke i azijskih zemalja. Program je uključivao brojne svjetske premijere i ekskluzivne nastupe: B2B set Adama Beyera i Mau P-a, iznenadni nastup Martina Garrixa, te nove pjesme Hardwella i Willy Williamsa. Produkcija festivala je bila na najvišoj razini: glavna pozornica visoka 23 m i široka 72 m, s preko 580 m² LED ekrana, a RESISTANCE pozornica imala je 135 m² LED ekrana i preko 24 pirotehničkih artikala. Gospodarski

učinak festivala je značajan: ugostiteljska potrošnja premašila je 9 milijuna eura, maloprodajni promet bio je veći od 24 milijuna eura, a prihodi od smještaja premašili su 3 milijuna eura. Medijska pokrivenost uključivala je preko 300 domaćih i inozemnih novinara, a digitalni kanali festivala ostvarili su 57 milijuna impresija. Live prijenosi na platformama YouTube, Facebook i TikTok ostvarili su 6,59 milijuna impresija i 1,7 milijuna pregleda, s prosječnim trajanjem gledanja od preko 19 minuta. Organizacija festivala obuhvatila je 75 djelatnika koji su brinuli o čistoći festivala u tri smjene, 30 djelatnika za brigu o okolnim površinama, a preko 400 studenata bilo je angažirano na različitim operativnim poslovima. Ostvareni cilj ove aktivnosti je dodatno pozicioniranje Splita i Republike Hrvatske na svjetskoj karti glazbenog turizma.

Nositelji aktivnosti i partneri: MPG Live d.o.o.

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

Na podršku realizaciji manifestacije ULTRA Europe utrošeno je ukupno 15.000,00 eura.

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

Dana 29. srpnja 2025. godine održana je 16. Smotra klapa u Žrnovnici, manifestacija usmjerena na očuvanje i promicanje dalmatinske klapske pjesme kao dijela nematerijalne kulturne baštine te na poticanje sudjelovanja mlađih generacija u tradiciji klapskog pjevanja. U programu je sudjelovalo sedam klapa, uz potporu 30 volontera, čime je omogućeno predstavljanje izvođača različitih generacija i prijenos iskustva na mlađe naraštaje. Smotra je dodatno potvrdila status važnog kulturnog događaja koji doprinosi očuvanju identiteta Žrnovnice i šire regije, jačanju zajedništva lokalne zajednice te povezivanju klapa iz različitih dalmatinskih sredina. Manifestaciju je uživo pratilo oko 200 posjetitelja, dok je putem prijenosa na društvenim mrežama zabilježeno više od 15.000 pregleda, čime je ostvaren značajan promotivni učinak i dodatno pozicioniranje Žrnovnice kao destinacije kulturnog turizma.

Sajam u Žrnovnici – 3. Fešta o' pure održana je 15. kolovoza 2025. godine, treću godinu zaredom, s ciljem očuvanja kulinarske tradicije i običaja Žrnovnice kroz pripremu tradicionalnih jela od domaćih sastojaka. U manifestaciji je sudjelovalo osam kulinarskih ekipa iz Žrnovnice i okolice te 35 volontera, a događaj je okupio oko 350 posjetitelja uživo i više od 10.000 gledatelja putem društvenih mreža. Kroz organizaciju i sadržaj manifestacije dodatno je osnaženo njegovanje dalmatinske tradicijske kuhinje, potvrđen kontinuitet održavanja događaja te ostvareni ciljevi brendiranja istočnog dijela Splita kao poželjnog odredišta, uz istodobno jačanje lokalnog identiteta i zajedništva.

Nositelji aktivnosti i partneri: Udruga Žrvanj

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju manifestacija 16. Smotra klapa u Žrnovnici i Sajam u Žrnovnici – 3. Fešta o' pure na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacija 16. Smotra klapa u Žrnovnici i Sajam u Žrnovnici – 3. Fešta o' pure utrošeno je ukupno 5.000,00 eura.

- **Slatinsko ljeto**

Slatinsko ljeto 2025. obuhvatilo je niz koncerata zabavnog i kulturnog karaktera, pružajući posjetiteljima raznovrsne glazbene i umjetničke sadržaje tijekom srpnja i kolovoza. U okviru Slatinskog ljeta održana su sljedeća događanja: Tišina mora, 15. smotra klapa i pučkih pjevača „Marijo, zvijezdo mora“ i Klapa Trogir u Prizidnicama. „Tišina mora 2025.“ se održala u četvrtak, 14. kolovoza 2025. (zbog nevremena se ista nije održala u planiranom terminu 26. srpnja 2025.). Na ovogodišnjoj „Tišini mora“ nastupala je Klapa Cambi koja je svojim prepoznatljivim zvukom donijela novu dimenziju najljepših pjesama Olivera Dragojevića, dok je gošća bila Mira Oštrić. Program je vodio poznati radijski voditelj Siniša Garbin. 15. Smotra klapa i pučkih pjevača „Marijo, zvijezdo mora“ se održala 21. kolovoza 2025. u prostoru mjesne Crkve Uznesenja BDM. Nastupalo je 9 klapskih sastava: Pučki pivači Slatine; Podvorje (m) iz K. Sućurca; Kurjože (ž) iz Podstrane; Vokalisti Salone (m) iz Solina; Orca (ž) iz Splita; Sv. Duh (mj) iz Vrbanja; Priženca (m) iz Svirče; Dječja klapa Žižula iz Omiša te Klapa Moreta (mj) iz Slatina koja je nastala u čast velike 15. obljetnice održavanja smotre. Program je tradicionalno vodila Edita Lučić Jelić, a gošća je bila čakavska pjesnikinja Vanja Škrobica. Koncert Klape Trogir u Svetištu Gospe od Prizidnica održan je 31. kolovoza 2025. Voditeljica programa bila je Edita Lučić Jelić. Ostvareni cilj aktivnosti je valorizacija lokaliteta koji dosad nisu dovoljno iskorištena u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, disperzija turističke ponude na nedovoljno razvijena područja unutar destinacije, te obogaćivanje kulturnog i društvenog života naselja Slatine tijekom turističke sezone.

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

Turistička zajednica grada Splita podupire događanja u okviru Slatinskog ljeta na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacije Slatinsko ljeto utrošeno je ukupno 20.039,70 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara glazbenih izvođača – 5.343,20 eura;
- Trošak honorara glazbenih izvođača – 1.695,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 1,50 eura;
- Trošak sufinanciranja manifestacija u Slatinama – 13.000,00 eura.

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

Fešta Sv. Lovre i ove je godine održana u Stobreču povodom obilježavanja blagdana zaštitnika mjesta, uz višednevni program koji je obuhvatio kulturne, zabavne i gastronomske sadržaje s ciljem očuvanja tradicije i jačanja identiteta lokalne zajednice. Program 2025. godine bio je strukturiran kroz ukupno šest zasebnih događanja, s naglaskom na uključivanje djece i obitelji u uvodnom dijelu manifestacije: kazališna družina Ritam igre s predstavom „Dječja bajkovnica“ (16. srpnja 2025.), Studio Suncokret s predstavom „Pingvin u Hrvatskoj“ (21. srpnja 2025.), Produkcija Z s predstavom „Put oko svijeta“ (30. srpnja 2025.), Ribarska večer na portu uz nastup Katice Marinović i tradicionalnu podjelu srdela i pića (9. kolovoza 2025.), središnja Fešta Sv. Lovre u parku uz nastup Grupe Viva i Trio Gušt (10. kolovoza 2025.), te predstava „Bijelo“ u izvedbi kazališne družine Ritam igre (19. kolovoza 2025.). Kao i prethodnih godina, Ribarska večer privukla je veliki broj posjetitelja te doprinijela promociji tradicionalne dalmatinske gastronomije i ribarske baštine. Središnji dan proslave, 10. kolovoza, tradicionalno je obilježen liturgijskim programom (svetom misom i procesijom), a večernji dio donio je bogat koncertni program koji je privukao široku publiku te osigurao međugeneracijsku uključenost posjetitelja. Fešta Sv. Lovre je i ove godine potvrdila status jedne od najvažnijih tradicionalnih proslava u Stobreču, s kontinuiranim porastom interesa posjetitelja i doprinosom atraktivnosti istočnog dijela grada u kontekstu razvoja kulturno-turističkih sadržaja. Ostvareni cilj aktivnosti je očuvanje i promocija mjesne kulturne baštine, doprinos raznolikosti turističke ponude izvan užeg gradskog središta i promocija tradicionalne glazbe, gastronomije i običaja kao dijela identiteta destinacije.

U sklopu obilježavanja Dana mjesta i blagdana sv. Mihovila, Mjesni odbor Kamen je, u suradnji sa župom sv. Mihovila arkandjela, Kulturno-umjetničkim društvom Kamen te Društvom za sportsku rekreaciju Kamen, organizirao bogat kulturno-umjetnički i glazbeni program od 22. rujna do 5. listopada 2025. godine, koji je uključivao koncerte, kazališne izvedbe, filmske projekcije te tradicionalne sportske manifestacije (balotaški i malonogometni turnir). Program je dodatno obogaćen gostovanjem Splitskog mandolinskog kvarteta, nastupom Etno skupine Čuvarice te izvedbom predstave Teatra Gavran „Na kavici u podne“. Nažalost, zbog loših vremenskih uvjeta otkazan je već tradicionalni „Susret klapa pod Gradinom“. Ipak, unatoč izazovima, treću godinu

zaredom uspješno je održan koncert duhovne glazbe „Splitska dica pivaju duhovne šansone“, na kojem je nastupio Zbor Mihovil uz goste Ivanu Kovač, Petra Dragojevića i Tiha Orlića. Koncert je, zbog vremenskih prilika, premješten u samostan Gospe od Karmela na Vidovcu, gdje je privukao velik broj posjetitelja te ostavio snažan dojam na publiku. Koncert je održan u nedjelju, 28. rujna 2025. godine. Održavanjem ovog programa gradsko naselje Kamen je još jednom potvrdilo svoju važnu ulogu u očuvanju kulturnog identiteta i tradicijskih vrijednosti, ali i u promicanju suvremenih kulturnih sadržaja koji doprinose kvaliteti života lokalne zajednice te obogaćuju kulturnu ponudu destinacije.

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

Na realizaciju manifestacije Fešta sv. Lovre u Stobreču i na koncertni program Kamen utrošeno je ukupno 28.000,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak sufinanciranja Fešta sv. Lovre u Stobreču – 25.000,00 eura;
- Trošak sufinanciranja koncertnog programa Kamen – 3.000,00 eura.

• **Praznik cvijeća**

Udruženje obrtnika Split bilo je glavni organizator 48. izdanja manifestacije Praznik cvijeća „FLORA MYE“, koja se održala u Splitu od 15. do 30. ožujka 2025. godine pod pokroviteljstvom Grada Splita, Turističke zajednice grada Splita te Ministarstva turizma i sporta RH, a u partnerstvu s Parkovima i nasadima d.o.o., Muzejom grada Splita i Obrtničkom komorom Splitsko–dalmatinske županije. Program se odvijao na više gradskih lokacija – Rivi i Voćnom trgu, gdje su održani prodajni programi i prezentacije tradicijskih vještina, te u Podrumima Dioklecijanove palače, gdje su cvjetne instalacije bile posvećene 130. obljetnici rođenja Ive Tijardovića i Jakova Gotovca, s posebnim naglaskom na operetu *Mala Floramy*. Uz centralni program u Podrumima, organizirani su posebni sadržaji: revija frizura i cvjećara (23. ožujka), modna revija (25. ožujka), te gastro–turistička manifestacija „Za carskim stolom“ (26.–28. ožujka). Dodatno, 20. ožujka u suradnji s Javnom ustanovom za upravljanje park šumom Marjan otvoren je Botanički vrt na Marjanu, a 22. ožujka održana je radionica *Life Contra Ailanthus* u suradnji s Ministarstvom zaštite okoliša i zelene tranzicije RH, s ciljem edukacije o invazivnim vrstama. Posebna vrijednost manifestacije bila je i suradnja s obrazovnim institucijama, uključujući Obrtničku školu Split, Turističko–ugostiteljsku školu te Obrtno–tehničku školu Split. Ukupno je sudjelovalo oko 60 florista/ica iz Hrvatske i nekoliko zemalja Europe, uključujući Italiju, Sloveniju, Mađarsku, Estoniju i Poljsku. U Dioklecijanovim podrumima upotrijebljeno je više od 10.000 cvjetova, a aranžmane su potpisivali vodeći hrvatski stručnjaci i članovi Hrvatskog udruženja florista/ica.

Praznik cvijeća „FLORA MYE“ i ove je godine potvrdio status jedne od najznačajnijih manifestacija koja povezuje obrtništvo, cvjećarstvo, kulturu i turizam Splita. Humanitarni karakter programa na Rivi, posvećenost tradiciji i inovativni sadržaji dodatno su pridonijeli prepoznatljivosti manifestacije te stvaranju nove vrijednosti u kulturno-turističkoj ponudi grada Splita.

Nositelji aktivnosti i partneri: Udruženje obrtnika Split, Grad Split, Turistička zajednica grada Splita, Parkovi i nasadi d.o.o., Obrtnička komora Splitsko-dalmatinske županije, Muzej grada Splita, odgojno-obrazovne ustanove i dr.

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

Na podršku realizaciji manifestacije Praznik cvijeća utrošeno je ukupno 70.000,00 eura.

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

Međunarodni šahovski turnir – 14. Split Chess Open 2025 održan je u Splitu od 9. do 17. kolovoza 2025. godine u organizaciji Šahovskog kluba Brda Split. Ovaj šahovski festival okupio je brojne sudionike kroz tri turnira: glavni turnir igran po švicarskom sustavu u 10 kola s vremenskom kontrolom 90 minuta po igraču uz dodatak od 30 sekundi po potezu od samog početka, te zasebne turnire u brzopoteznom i ubrzanom šahu. Glavno mjesto održavanja bio je Hotel Zagreb, ukupni nagradni fond iznosio je 14.000 eura, a svi turniri bili su uvršteni na FIDE (*The International Chess Federation/World Chess Federation*) rejting listu, čime je dodatno potvrđena važnost i međunarodna prepoznatljivost ovog događaja. Na sva tri turnira ove je godine ukupno zaigralo oko 300 šahista iz 32 zemlje svijeta, dok je Split povodom organizacije ove manifestacije posjetilo oko 500 ljudi, koji su ostvarili približno 5.000 turističkih noćenja.

Nositelji aktivnosti i partneri: Šahovski klub Brda Split

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju manifestacije Međunarodni šahovski turnir – Split Chess Open na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacije Split Chess Open utrošeno je ukupno 8.000,00 eura.

- **Tennis Europe U12 Split Open 2025. (umjesto ATP Challenger i ITF Futures) međunarodni turnir**

Međunarodni turnir Tennis Europe U12 održan je od 11. do 20. listopada 2025. godine u Splitu, petu godinu zaredom, s ciljem organizacije natjecanja visokog europskog ranga za djecu do 12 godina, omogućavanja domaćim igračima sudjelovanja na turniru bez dodatnih troškova odlaska u inozemstvo te pozicioniranja Splita na teniskoj karti Europe i očuvanja kontinuiteta domaćinstva međunarodnih teniskih turnira. U organizaciji je sudjelovalo oko 20 članova kluba, uključujući 10 volontera, uz angažman stručnog i tehničkog osoblja (direktor i zamjenik turnira, treneri, fizioterapeuti, liječnica, suci i osoblje za održavanje terena). Na turniru je nastupilo 80 igrača i igračica iz inozemstva te 36 hrvatskih natjecatelja (od čega 16 klupskih), uz oko 80 članova njihovih timova, četiri suca i približno 250 izravnih gledatelja, dok su u realizaciju bile uključene i brojne domaće tvrtke kroz pružanje usluga i proizvoda. Svi planirani ciljevi su ostvareni, a povratne informacije sudionika te sudačka izvješća prema HTS-u i organizaciji Tennis Europe potvrđuju visoku razinu organizacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: Teniski klub Split 1950

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju Tennis Europe U12 međunarodnog turnira na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji Tennis Europe U12 međunarodnog turnira utrošeno je ukupno 7.000,00 eura.

- **Splitski krnjeval**

Splitski Krnjeval 2025., u organizaciji tvrtke Žnjan d.o.o., održan je od 22. veljače do 4. ožujka uz snažnu podršku Grada Splita i Turističke zajednice grada Splita. Kroz jedanaest dana programi su obuhvatili bogate kulturne, zabavne i satirične sadržaje, okupivši građane i posjetitelje svih generacija te potvrdili Krnjeval kao jednu od najvažnijih splitskih manifestacija. Među najposjećenijim događanjima istaknuli su se svečano preuzimanje ključeva grada, dječje maskare i povorka vrtića, izložba „Splitski Krnjeval kroz prošlost“ te predstavljanje satiričnog Lumina. Poseban naglasak stavljen je na dječje programe, koji su uključivali baby maskare u foajeu HNK-a, veselu povorku od Đardina do Prokurativa uz pratnju Mažoretkinja i Promaya benda, te bogat zabavni program na Prokurativama s animatorima, maskotama i plesnim skupinama. Vrhunac programa bio je Pokladni utorak na Prokurativama uz nastupe plesnih skupina, glazbenih izvođača i odabir najboljih maski, nakon čega je na Gatu sv. Nikole spaljen ovogodišnji Krnje – „Stana Kvadratić“, simbol problema visokih cijena nekretnina.

Splitski Krnjeval i ove je godine spojio tradiciju, satiru i zabavu, očuvavši duh zajedništva i identiteta grada Splita te dodatno obogatio kulturno-turističku ponudu grada u zimskom razdoblju. Ostvareni cilj aktivnosti je dodatno osnažiti kulturnu ponudu Splita u razdoblju predsezona te potaknuti zajedništvo, kreativnost i aktivno sudjelovanje građana i posjetitelja, stvarajući nezaboravan doživljaj karnevalske radosti.

Nositelji aktivnosti i partneri: Gradska tvrtka Žnjan d.o.o., Turistička zajednica grada Splita, Grad Split, Split za djecu platforma i dr.

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju manifestacije Splitski krnjeval na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator Žnjan d.o.o. je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacije Splitski krnjeval utrošeno je ukupno 16.500,00 eura.

- **Festival pričanja priča Pričigin**

Osamnaesto izdanje festivala Pričigin održalo se u Splitu od 18. do 22. ožujka 2025. pred više od dvije tisuće gledatelja uživo dok je prijenos uživo putem YouTube kanala pratilo desetak tisuća gledatelja. Festival se održao na tri lokacije: četiri programa tradicionalno u amfiteatru Doma mladih, pet programa u novom prostoru – Hrvatskom domu Split, te Dječji Pričigin kao i proteklih godina u Središnjici Gradske knjižnice Marka Marulića. Program je trajao pet dana i donio raznolike tematske večeri, solo-nastupe i posebne sadržaje koji su obuhvatili književnost, glazbu, kazališni izričaj i novinarstvo. Od otvorenja s pričama hrvatskih autora na temu "Globalno zahlađenje", preko promocija novih književnih djela, humanitarnih programa i tematskih večeri posvećenih optimizmu, identitetu i društvenim pitanjima, festival je publici ponudio bogat i emotivan sadržaj. Posebno su se istaknuli dječji programi te završna večer posvećena hrvatskoj glazbenoj i kulturnoj baštini. Festival je ove godine imao i humanitarnu dimenziju, obogaćenu izložbama i pratećim događanjima koji su dodatno naglasili važnost Pričigina kao kulturne platforme otvorene za različite teme i perspektive. Sudjelovalo je više od pedeset pripovjedača i četrnaest djece, a festival je posjetilo oko 2.500 ljudi, dok ga je putem prijenosa uživo pratilo više od 35.000 gledatelja. Uz podršku brojnih institucija, donatora i partnera, Pričigin je ponovno podigao razinu kvalitete te potvrdio važnost pričanja priča kao sredstva povezivanja zajednice, očuvanja kulturnog identiteta i kritičkog promišljanja suvremenog društva.

Ovogodišnji festival pričanja priča Pričigin održan je pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske, Grada Splita, Turističke zajednice grada Splita,

Splitsko-dalmatinske županije, Grada Rijeke, međunarodne mreže Traduki te brojnih donatora i partnera.

Nositelj aktivnosti: Udruga Pričigin

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju manifestacije Festival pričanja priča Pričigin na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacije Festival pričanja priča Pričigin utrošeno je ukupno 15.000,00 eura.

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

Četiri ljetne noćne izložbe pasa 2025. u Splitu održane su od 24. do 27. srpnja 2025. na terenu NK Dalmatinac, u organizaciji Kluba sportskih pasa Split. Tijekom četiri dana trajanja manifestacije održane su četiri međunarodne izložbe pasa, uz specijalizirane izložbe za određene pasmine poput šnaucera, dalmatinera, engleskih buldoga te pasmina iz FCI (*Fédération Cynologique Internationale*) skupine 9. Program je upotpunjen bogatim zabavnim sadržajem, a ulaz za posjetitelje bio je besplatan. Ove izložbe ubrajaju se među najprestižnije i najbolje organizirane manifestacije ovoga tipa u Europi, čime Split potvrđuje svoj status istaknute destinacije i u kinološkom svijetu. Na manifestaciji je predstavljeno 190 pasmina čistokrvnih pasa iz 43 zemlje svijeta.

Nositelj aktivnosti: Klub sportskih pasa Split

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju manifestacije 4 Summer Night Shows na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacije 4 Summer Night Shows utrošeno je ukupno 4.000,00 eura.

- **Festival mediteranskog filma Split**

Za osamnaesti po redu Festival mediteranskog filma Split (FMFS), koji se održao od 12. do 21. lipnja 2025. godine, prodano je 10.500 ulaznica čime je zadržao titulu najznačajnije filmske manifestacije na području Splita i okolice i među najposjećenijim je filmskim festivalima u Hrvatskoj. Festival je ove godine posjetilo oko 16.000 posjetitelja i u 18 godina postao je najposjećenija kulturna manifestacija u Splitu. Tijekom deset dana trajanja festivala na četiri lokacije – Ljetno kino Bačvice, kinoteka Zlatna vrata, unutar bedema Tvrđave Gripe i Đardin – prikazano je preko sto filmova

iz 37 zemalja, a osjetno je povećan broj inozemnih filmaša koji su stigli u Split predstaviti svoje filmove. FMFS je postao i kao važan festival u kontekstu filmova kratkog metra te ima najveći nagradni fond u regiji za kratkometražne filmove. 18. FMFS se i ove godine održao uz potporu Kreativne Europe, potprograma MEDIA, što je dodatno omogućilo rast u svim segmentima organizacije i produkcije. Festival je posjetilo 60 međunarodnih i 120 domaćih filmskih profesionalaca.

FMFS svojim kvalitetnim programom i orijentacijom na mediteransku kinematografiju snažno doprinosi razvoju publike na nezavisne filmove, što se očituje u odličnim rezultatima koje Ljetno kino Bačvice, ali i Kino Mediteran ostvaruju van festivalskih datuma.

Nositelj aktivnosti: Udruga Festival mediteranskog filma Split

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju manifestacije Festival mediteranskog filma Split na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacije Festival mediteranskog filma Split utrošeno je ukupno 10.000,00 eura.

- **Piano Loop Festival**

Dvanaesto izdanje Piano Loop Festivala, međunarodnog festivala pijanizma, održano je od 16. do 20. rujna 2025. godine u Koncertnoj dvorani Ive Tijardovića u sklopu Ustanove u kulturi Hrvatski dom Split, u organizaciji udruge Piano projekt. Tijekom dvanaest godina kontinuiranog održavanja festival je Split profilirao kao relevantnu pijanističku destinaciju, dovodeći neka od najznačajnijih imena svjetske pijanističke scene, poput Sergei Babayan, Mikhail Pletnev, Arcadi Volodos i Ivo Pogorelić, kao i istaknute mlade umjetnike u sponu. Na ovogodišnjem izdanju nastupilo je pet pijanista – Sergei Babayan, Eva Gevorgyan, Bruno Vlahek, Roman Lopatinsky i Dmytro Choni – koji su kroz pet koncertnih večeri predstavili vrhunske interpretacije i aktualna zbivanja u suvremenom pijanizmu, pred ukupno 650 posjetitelja. Paralelno s koncertnim programom održana je i 12. Piano Loop Akademija, edukativni segment festivala, na kojoj je sudjelovalo 25 mladih pijanista i četiri profesora klavira, čime je dodatno osnažena obrazovna komponenta manifestacije i prijenos znanja na nove generacije umjetnika. Festival je i ove godine ostvario snažnu medijsku vidljivost kroz objave u relevantnim nacionalnim i regionalnim medijima, potvrdivši svoju poziciju jednog od najznačajnijih glazbenih događanja u Splitu te važnog čimbenika u razvoju kulturnog turizma i međunarodne prepoznatljivosti grada.

Nositelj aktivnosti: Udruga Piano Projekt

Turistička zajednica grada Splita podupire organizaciju manifestacije Piano Loop Festival na temelju Ugovora o sufinanciranju manifestacije. Organizator je ostvario potporu na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije.

Na podršku realizaciji manifestacije Piano Loop Festival utrošeno je ukupno 4.000,00 eura.

2.4. Turistička infrastruktura

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

2.5. Podrška turističkoj industriji

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

Na temelju Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2025. godini, objavljenog u siječnju 2025. godine na Internet stanici <https://javnipoziv.visitsplit.com>, na 3. sjednici Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita, na prijedlog peteročlanog stručnog povjerenstva u sastavu predstavnika Grada Splita (Služba za razvoj grada), predstavnika gradske tvrtke Žnjan d.o.o. (voditelj gradskih događanja), predstavnika Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita i dvaju predstavnika Turističke zajednice grada Splita, Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita donosi ODLUKU o dodjeli potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2025. godini.

Naziv manifestacije	Naziv organizatora	Odobreni iznos
ENO-GASTRONOMSKE MANIFESTACIJE		
Vinski podrum Split 2025.	Hanza media d.o.o.	3.000,00 €
Grand Gourment-Festival i međunarodno natjecanje konobara, barista, barmena i restorana	Udruga Šefovi kuhinja mediteranskih i europskih regija	1.600,00 €

Sajam u Žrnovnici- fešta o jabuke	Udruga Žrvanj-prijatelji kulturne i prirodne baštine Žrnovnice	1.300,00 €
SPORTSKE MANIFESTACIJE		
SPLIT TRI- MARJANSKI ĐIR	Triatlon klub Split	1.300,00 €
World Budo Camp 2025.	Škola realnog jujitsu Uragan	1.300,00 €
Golden Fight 10	Golden Fight d.o.o.	1.300,00 €
94. Mrduljska regata	JK Labud	3.000,00 €
KULTURNE I ZABAVNE MANIFESTACIJE		
Međunarodni dan glazbe	Hrvatska glazbena unija-podružnica 2- Split	1.000,00 €
Dani Poljičke baštine	Udruga Cvit Srinjina	1.300,00 €
Piva klapa ispod volta	KUDŽ "Filip Dević" Split	4.000,00 €
6 festival neobičnih obitelji	Udruga za kulturu i sport- Pozitivna sila	1.300,00 €
Truck show Dalmatia	Udruga eventSS	1.300,00 €
Šotobraco Splitom 2025.	Folklorni ansambl Jedinstvo	4.000,00 €
Godina manifestacije "Neka Split sa dicom piva"	Cheerleading plesni klub Beauty	5.000,00 €
Take Over 2025 (zdravstveni turizam)	MakeOver Beutiful inside&Out d.o.o.	3.000,00 €
Nezavisni na Bačvicama	Festival Mediteranskog filma Split	3.000,00 €
Teatar pod zvjezdama	Kajdanka j.d.o.o.	4.000,00 €
Evo ruke 12	Wolfman j.d.o.o.	3.000,00 €
Čarobni mirisi djetinjstva-očuvanje tradicije i narodnih običaja	Produkcija Akord j.d.o.o.	5.000,00 €
6. Spli'ski klaparel	Klapa Ventula	1.300,00 €
8. Međunarodni festival pjesme SING(in) SPLIT	Schola cantorum Split	1.300,00 €
Split at night jazz festival	Udruga split at night	1.300,00 €
Split format	Foto-klub Split	1.300,00 €
Mandoila Croata	GMD Sanctus Domnio	1.300,00 €
Dani Poljičice	Udruga Savez za Poljica	1.300,00 €

13. međunarodni festival Dani klasične gitare	Udruga GitaraSt	1.300,00 €
4. Međunarodno natjecanje flautista "Tinka Muradori"	Umjetnička organizacija Aleph	1.300,00 €
Cjelogodišnji program Galerije Kvart	Udruga za suvremenu umjetnost KVART	1.300,00 €
Izložbeni program ustanove za kulturu galerije Kula	Ustanova za kulturu Galerije Kula	4.000,00 €
Izložbeni program u salonu Galić (cjelogodišnji program)	Hrvatska udruga likovnih umjetnika-Split(HULU-SPLIT)	3.000,00 €
Festival Split calling	Cirkus Kolektiv - udruga za suvremeni cirkus i srodne umjetničke prakse	1.300,00 €
Nepoznati Kaštelančić	Brešan d.o.o.	1.300,00 €

Na temelju Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2025. godini objavljenog u siječnju 2025. godine, na 3. sjednici Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita održane 29. travnja 2025. godine, donesena je Odluka o dodjeli potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2025. godini prema kojoj su sredstva u iznosu od 4.000 eura dodijeljena Folklornom ansamblu Jedinstvo za manifestaciju Šotobrace Splitom 2025. i sredstva u iznosu od 1.300 eura Udruzi Split At Night za jazz festival Split At Night. S obzirom na to da se manifestacija Šotobrace Splitom 2025. financira iz sredstava Valorizacija kulturne baštine, a jazz festival Split At Night se nije održalo zbog bolesti organizatora, Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita na svojoj 4. sjednici održanoj 4. studenoga donosi Izmjenu Odluke o dodjeli potpora iz programa Potpore za turističke manifestacije u 2025. godini. Sredstva u ukupnom iznosu od 5.300 eura, 4.000 eura dodijeljena Folklornom ansamblu Jedinstvo za manifestaciju Šotobrace Splitom 2025. i 1.300 eura udruzi Split At Night za jazz festival Split At Night, prenamijenila su se u sljedećim iznosima organizatorima za sljedeće manifestacije:

Iznos u eurima	Naziv organizatora	Naziv manifestacije
+ 3.700,00 eura	Triatlon klub Split	Marjanski dir
+ 300,00 eura	Ustanova za kulturu Galerija kula	Izložbeni program

+ 1.300,00 eura	Udruga prijatelji kulturne i prirodne baštine Žrnovnice – Žrvanj	Sajam u Žrnovnici- Fešta o jabuke
-----------------	--	-----------------------------------

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

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Ukupno planirana vrijednost Javnog poziva u 2025. godini bila je 70.000,00 eura, odobreno je prema odluci i izmjeni odluke 70.000,00 eura, a realizirano, odnosno utrošeno je 70.000,00 eura.

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

Ostvareni cilj ove aktivnosti je pružanje sustavne podrške razvoju turističkih proizvoda i usluga na području destinacije koji doprinose razvoju održivog turizma te unaprjeđenje kvalitete i raznolikosti sadržaja pružanjem potpore projektima i manifestacijama koje doprinose unapređenju kulturnog, sportskog, zdravstvenog, gastronomskog i kongresnog turizma.

Na realizaciju aktivnosti Potpore po odluci Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita u 2025. godini odobreno je ukupno 131.000,00 eura. Utrošeno je odobrenih 131.000,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- 14. Ljetne čari klasične glazbe – 20.000,00 eura;
- 13th European Blues Challenge – 7.000,00 eura;
- CRO Race – 30.000,00 eura;
- Međunarodni festival folklor Split 2025. – 10.000,00 eura;
- Peristil Vibrez festival – 4.000,00 eura;
- Teatar uz more – 5.000,00 eura;
- 15. Split Blues festival 2025. – 35.000,00 eura;
- Proslava Jubilarne godine i humanitarni koncert povodom 400 godina od osnivanja Župe sv. Križa u Velom Varošu – 10.000,00 eura;
- Ultra Europe (glazbeni festival) – 10.000,00 eura.

Organizatori ostvaruju potporu po odluci Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije ili projekta.

Nositelj aktivnosti: Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita

- **Potpore po odluci direktora/ice**

Ostvareni cilj realizacije potpora je poticanje projekata i manifestacija koje utječu na razvoj ponude cjelogodišnjeg i odgovornog turizma. Prilikom dodjele potpore projektima, aktivnostima i manifestacijama naglasak je stavljen na one koji unaprjeđuju ključna obilježja destinacije Split, kao što su atmosfera/duh destinacije, bogatstvo kulturno povijesne baštine, uređenost javne infrastrukture, gastronomsku ponudu i sl. baštine, uređenost javne infrastrukture, gastronomsku ponudu i sl. Projekti, aktivnosti i manifestacije koji su podržani po osnovi potpore po odluci direktora/ice u 2025. godini su: Zumba Split Marathon, 8. Kickboxing Summer Camp Split, 14. regata sv. Duje, 11. Marjanska Skalinada, Konferencija „Veliko srce malom srcu“, izložbu „Milost“, Think Pink – Race for the Cure 2025, Međunarodni judo turnir „Kup Jadrana“ 2025, 14. Splitska biciklijada, 2. izdanje Split Tango Weekend, turneja Kulturno-umjetničkog društva željezničara „Filip Dević“ u Sjedinjenim Američkim Državama (SAD), Prvenstvo svita u balunu na skalini, Taekwon-do prijateljski susret kombiniranih reprezentacija Hrvatske i Bosne i Hercegovine u velikoj dvorani sportskog centra Gripe, košarkaški turnir za mlade „Adriatic Tour 2025“, nastup Akobraskog rock'n'roll kluba CAF Splitters na Svjetskom prvenstvu ženskih formacija u akrobatskom rock'n'rollu u Francuskoj (Montélimar), Susret zborova povodom obilježavanja 1.100 obljetnice krunidbe kralja Tomislava, 13. Dani Bacha u Splitu, 14. Ljetne čari klasične glazbe, Memorijalni rukometni turnir „Dragica Miljač Palaversa“, koncert „Povedi me u Beč“ u izvedbi orkestra Divertimento, Božićno-novogodišnja utrka Maraton kluba Marjan, te sufinanciranje umjetnika i troška dizajna za tisak i društvene mreže.

Na realizaciju aktivnosti Potpore po odluci direktorice u 2025. godini odobreno je ukupno 13.024,60 eura. Utrošeno je odobrenih 13.024,60 eura.

Organizatori ostvaruju potporu po odluci direktora/ice na temelju dostavljenog opisnog i financijskog izvješća kojim se dokazuje namjensko korištenje dodijeljenih sredstava za realizaciju manifestacije ili projekta.

Nositelj aktivnosti: Direktor/ica Turističke zajednice grada Splita

3. KOMUNKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture

Izmjenama i dopuna financijskog plana Turističke zajednice grada Splita za 2025. godinu, koji je usvojen na sjednici Skupštine Turističke zajednice grada Splita održane dana 22. prosinca 2025. godine, predviđen iznos od 5.000,00 eura za ovu stavku korigiran je na 0,00 eura. Elementi koji su bili predmet ove aktivnosti – razvoj smjernica za kreativna rješenja turističkog brenda destinacije, vizualnog identiteta te ažuriranje novih grafičkih standarda – provedeni su u okviru aktivnosti oglašavanja destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda. Na taj je način racionaliziran proces te izbjegnuto dupliciranje troškova i aktivnosti, uz osiguranu jednaku razinu kvalitete i standardizacije brend komunikacije.

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Turistička zajednica grada Splita tijekom 2025. godine realizirala je niz digitalnih kampanja s ciljem promocije Splita kao atraktivne i konkurentne turističke destinacije. Kampanje su bile strateški usmjerene na različita emitivna tržišta, koristeći različite digitalne kanale kako bi se istaknula bogata kulturna baština, eno-gastronomska ponuda s naglaskom na mediteransku i dalmatinsku kulinarsku baštinu, sportsko-rekreacijske mogućnosti i jedinstveni mediteranski ugođaj, atmosferu i duh koji Split nudi domaćim i stranim turistima.

Turistička zajednica grada Splita uspješno je realizirala digitalnu marketinšku kampanju na ključnim europskim emitivnim tržištima Njemačke, Velike Britanije, Francuske, Poljske i Nizozemske s ciljem promocije Splita kao atraktivne turističke destinacije koja osim sunca i mora nudi kulturne, sportske, te gastronomske sadržaje, te autentični ugođaj. Kampanja se temeljila na kombinaciji plasiranja kvalitetnih članaka u vodećim medijima, ciljanim oglasima na društvenim mrežama te dodatnim promocijama kroz bannere i native formate. Na francuskom tržištu kampanja je realizirana u suradnji s uglednim magazinom Paris Match, jednim od najčitanijih lifestyle i informativnih medija u zemlji. Objavljen je članak koji je ostvario više od 9.000 posjeta, uz prosječno vrijeme čitanja od 1 minute i 30 sekundi. Članak je dodatno podržan co-branded bannerima na web stranici Paris Matcha s preko 600.000 impresija, a sadržaj je promoviran i putem službenih Facebook i Instagram stranica Paris Matcha u suradnji s TZ grada Splita. Posebno vrijedi istaknuti da je i sam Paris Match na svojoj službenoj LinkedIn stranici pohvalio suradnju s TZ-om grada Splita, što je kampanji dalo dodatnu vrijednost i vidljivost. Na njemačkom tržištu članak je objavljen na T-online.de, jednom od vodećih portala s milijunskim dosegom korisnika. Članak je ostvario više od 13.000 pregleda, uz prosječno vrijeme čitanja od 2 minute i 3 sekunde, što je značajno premašilo postavljene KPI od 8.800 pregleda. Kroz sadržaj

su plasirani linkovi koji su vodili na službenu web stranicu, Facebook i Instagram profile TZ grada Splita, kao i na Splitski festival, čime je dodatno povećana interakcija i interes za kulturnu ponudu grada. Na britanskom tržištu članak je plasiran na Independent.co.uk, jednom od najutjecajnijih online medija u Velikoj Britaniji. Članak je ostvario više od 9.000 pregleda, dok su vizualno atraktivni banneri s motivima Splita zabilježili preko 500.000 impresija. Unutar teksta čitatelji su se mogli direktno povezati sa službenom mrežnom stranicom, Facebookom i Instagramom TZ grada Splita. Na poljskom tržištu članak je objavljen na Onet.pl, jednom od vodećih i najčitanijih portala u zemlji. U članku su detaljno predstavljene povijesne lokacije, kulturna baština i prirodne ljepote Splita, čime je stvorena privlačna slika destinacije. Članak je privukao više od 15.000 korisnika, uz prosječno vrijeme zadržavanja od 1 minute i 19 sekundi, dok su linkovi u tekstu vodili na službene komunikacijske kanale TZ grada Splita. Na svim spomenutim tržištima te Nizozemskoj, kampanja je bila snažno podržana oglašavanjem na društvenim mrežama Facebook i Instagram, koristeći sve dostupne formate (fotografije i video) u obliku carousel i story oglasa. Sadržaj je obuhvaćao bogatu kulturnu baštinu i prirodne motive Splita, ali i prizore iz svakodnevnog života, poput ljudi koji na plaži igraju picigin, što je dodatno pridonijelo autentičnosti i prepoznatljivosti komunikacije. Bitno je istaknuti da su oglasi ostvarili prosječni CTR od 1,44%, što dokazuje da su oglasi bili vrlo relevantni ciljanoj publici. Ostvareni rezultati potvrđuju da je kampanja bila vrlo uspješna. Članci plasirani u okviru kampanje ostvarili su gotovo 50 tisuća čitanja, čime su postavljeni KPI-evi ne samo dosegnuti već i značajno premašeni na svim tržištima. Oglašavanje putem društvenih mreža, Facebooka i Instagrama, rezultiralo je s više od 2,28 milijuna prikazivanja oglasa, dok je na službenu mrežnu stranicu Turističke zajednice grada Splita ostvareno gotovo 30 tisuća klikova. Ukupni doseg oglasa na svih pet tržišta bio je iznad 750 tisuća korisnika, što dodatno potvrđuje snažan odjek kampanje i zainteresiranost korisnika za sadržaje povezane sa Splitom. Ostvareni rezultati jasno svjedoče o visokoj učinkovitosti i opravdanosti odabrane strategije. Uspješna kombinacija kvalitetnog sadržaja i ciljane promocije na digitalnim kanalima pozicionira Split kao prepoznatljivu i poželjnu destinaciju na konkurentnim europskim tržištima, s potencijalom za još veći daljnji rast turističkog prometa u predsezoni i posezoni.

U 2025. godini provedena je digitalna kampanja *Respect & Enjoy* s ciljem podizanja svijesti turista o važnosti poštivanja UNESCO baštine, lokalnog stanovništva i kulturnih vrijednosti grada Splita. Kampanjom se nastojalo educirati posjetitelje o pravilima javnog reda i mira, potaknuti odgovorno ponašanje te doprinijeti očuvanju kulturne i društvene okoline tijekom turističke sezone. Aktivnosti kampanje usmjeravale su korisnike na službenu podstranicu Turističke zajednice grada Splita s informacijama o javnom redu i miru, čime im je osiguran jednostavan pristup relevantnim i korisnim sadržajima. Kampanja se provodila putem ciljano usmjerenog digitalnog oglašavanja kroz Meta Platforms oglasni sustav (Facebook i Instagram), koristeći vizualno atraktivne foto-kreative s prepoznatljivim motivima grada, njegove kulturne baštine i

lokalnog načina života. Korišteni su različiti oglasni formati, uključujući Facebook i Instagram Feed, Reels i Stories formate, Messenger Stories i Messenger Inbox, Facebook Marketplace, Instagram Explore, Facebook Search Results te In-stream Reels, čime je osigurana široka vidljivost i prilagodba sadržaja različitim navikama korisnika. Oglasi su bili ciljano prikazivani korisnicima koji su boravili na području Splita i okolice, s naglaskom na jezike turista koji najčešće posjećuju destinaciju – engleski, talijanski, njemački, španjolski, poljski, nizozemski, francuski i slovenski. Strategija je uključivala kombinaciju vizualno privlačnih sadržaja i jasno strukturiranih edukativnih poruka kako bi se povećala angažiranost korisnika te osigurala kontinuirana vidljivost podstranice o javnom redu i miru tijekom razdoblja od lipnja do rujna. Kampanja je ostvarila više od 2 milijuna impresija, uz doseg veći od 350.000 jedinstvenih korisnika. Ukupno je generirano 17.828 klikova koji su vodili na službenu stranicu Odluke o javnom redu i miru na području grada Splita, čime su ispunjeni ključni ciljevi informiranja i edukacije posjetitelja. Ostvaren je prosječni CTR od 1,09 %, a planirani budžet od 2.500 eura gotovo je u cijelosti iskorišten, tj. ukupno je potrošeno 2.499,98 eura, što potvrđuje učinkovito upravljanje sredstvima i uspješnu realizaciju kampanje.

U 2025. godini društvene mreže imale su značajnu ulogu u provedbi aktivnosti oglašavanja destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda, s posebnim naglaskom na platforme Instagram, Facebook i TikTok. U sklopu aktivnosti na digitalnoj promociji, društvene mreže Instagram i Facebook korištene su za informiranje javnosti, promociju turističkih proizvoda i projekata u destinaciji, jačanje vidljivosti i interakciju s korisnicima. U prosincu 2025. godine otvoren je službeni TikTok profil koji je nedostajao u digitalnoj promociji kako bi i na ovoj brzorastućoj platformi provodili promotivne aktivnosti. Instagram je bio ključan kanal za vizualnu promociju destinacije, s naglaskom na atraktivne i kvalitetne fotografije te dinamičan sadržaj putem „stories” objava. Sadržaj je bio usmjeren ciljanim tržištima i tržišnim segmentima definiranim Strateškim i operativnim marketinškim planom turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030., prateći aktualne digitalne trendove, uz korištenje interaktivnih alata poput anketa i reels videozapisa. Takav pristup rezultirao je visokim stupnjem angažmana pratitelja, a osobito se učinkovito pokazala izravna komunikacija putem komentara i privatnih poruka, čime je dodatno osnažen odnos s publikom. Facebook je služio kao primarna informativna platforma za objavu vijesti, najava događanja i važnih obavijesti. Redovitim objavama, fotografijama i videozapisima ostvarena je stabilna vidljivost te kontinuiran angažman korisnika. Posebnu važnost imalo je korištenje Facebook oglašavanja, koje je omogućilo precizno ciljanje tržišnih segmenata, povećanje dosega objava te rast broja pratitelja i interakcija. Tijekom izvještajnog razdoblja zabilježen je porast broja pratitelja i razine angažmana na obje platforme – Facebook i Instagram. Sustavnim korištenjem analitičkih alata pratili su se podaci o dosegu, interakcijama i demografskim pokazateljima, što je omogućilo pravovremenu prilagodbu komunikacijske strategije i optimizaciju sadržaja. U prosincu 2025. godine otvoren je službeni profil Turističke

zajednice grada Splita na platformi TikTok, s ciljem dodatnog jačanja digitalne prisutnosti i približavanja sadržaja ciljanim skupinama. Pokretanjem TikTok kanala prošireni su komunikacijski kanali te su postavljeni temelji za aktivnu promociju putem kratkih, kreativnih i trendovski prilagođenih video formata. Tijekom razdoblja od 1. prosinca 2025. do 5. siječnja 2026. godine objavljeno je ukupno 10 videozapisa, uz korištenje postojećih video materijala nastalih u sklopu programa Adventa. U navedenom razdoblju objave su ostvarile više od 97.000 pregleda, dok je profil posjetilo 1.978 jedinstvenih korisnika. Zabilježeno je 4.620 lajkova, 268 komentara i 568 dijeljenja, što ukazuje na dobru razinu angažmana u početnoj fazi razvoja profila. Najveći dio pregleda ostvaren je putem opcije „For You“, koja čini 80,9 % ukupnog prometa, dok 14,9 % pregleda dolazi s osobnog profila. Pretraživanje sudjeluje s 4,1 %, dok je udio pregleda putem praćenih profila i zvuka zanemariv, što potvrđuje dobru organsku vidljivost sadržaja putem algoritamskih preporuka. Najveći broj pregleda ostvario je video sa zabave na Kampusu, s više od 27.000 pregleda, dok je video snimljen na Žnjanskom platou pod prosinačkim suncem generirao najveći broj novih pratitelja. Analiza publike pokazuje da, suprotno očekivanjima o dominantno mlađoj publici, većinu pratitelja čine osobe starije od 35 godina (58,4 %). Dobna skupina od 25 do 34 godine čini 29,7 % pratitelja, dok skupina od 18 do 24 godine sudjeluje s 11,9 %. Prema geografskim podacima, najveći udio pratitelja dolazi iz Hrvatske (65,9 %), zatim iz Njemačke (12,1 %), dok ostale zemlje imaju manji pojedinačni udio. Prema strukturi gledatelja, najveći udio pregleda ostvaruju osobe u dobi od 25 do 34 godine (39,6 %), dok gledatelji stariji od 35 godina čine 41,7 %, a dobna skupina od 18 do 24 godine 18,7 %. Publika je dominantno domaća – 81,9 % gledatelja dolazi iz Hrvatske, slijede Njemačka (4,5 %) te Bosna i Hercegovina (3,3 %), dok manji udjeli dolaze iz Austrije i drugih europskih zemalja. Ostvareni rezultati potvrđuju dobar početni doseg, vidljivost i angažman korisnika te predstavljaju kvalitetnu osnovu za daljnji razvoj i strateško jačanje prisutnosti na TikTok platformi. Nastavak aktivnog i strateški usmjerenog prisustva na društvenim mrežama Instagram, Facebook i TikTok ostaje ključan element daljnje digitalne promocije destinacije te učinkovite komunikacije s ciljanim tržištima i tržišnim segmentima.

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

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju aktivnosti Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda utrošeno je ukupno 130.464,58 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak smještaja snimatelja videa – 1.992,80 eura;
- Trošak promotivnih kampanja (Internet oglašavanje) – 68.418,75 eura;
- Trošak ostalih online oglasa – 15.995,62 eura;
- Trošak oglasa Petit Fute Paris – 7.662,50 eura;
- Trošak oglasa Discover Split – 3.750,00 eura;
- Trošak oglasa TipTravel magazin – 4.000,00 eura;
- Trošak ostalog oglašavanja, časopis, TV – 27.194,91 eura;
- Trošak najma svjetlećih slova – 1.300,00 eura;
- Trošak teksta na engleski jezik za oglase – 150,00 eura.

3.3. Odnosi s javnošću – domaći i globalni PR

Promocija grada Splita u specijaliziranim domaćim i međunarodnim medijima, organizacija studijskih putovanja za predstavnike medija i jačanje suradnje s inozemnim medijima nastavljene su i u 2025. godini. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije organiziran je dolazak turističkih novinara i utjecajnih osoba iz medijskog svijeta s ciljem jačanja promocije Splita na međunarodnom i nacionalnom tržištu.

U okviru ove aktivnosti ugošćen je niz renomiranih novinara, travel writera, blogera i digitalnih kreatora sadržaja iz različitih zemalja. Među njima su bili Laura (blog Les Miles de Lora), Elissa Giordano i Rodrigo Lansarin (platforma Alemanizando), Felipe Tofani i Camila Irala (FTRC blog), Kim Dubois (osnivačica platforme The Bold Traveller), britanska novinarka Elizabeth Enfield, koja je pripremila članak za The Guardian o turizmu u Splitu, Clare i Connor McDonough (digitalni kreatori i fotografi), Andrea Bakulić (čileanska novinarka hrvatskog podrijetla i content creator), Kylie Mitchell-Smith (australska travel writer i podcast host), Sonia Ben Hassen i Dimitri Blasco (SOW Travel), te Bob De Meyer, novinar portala Travel Magazine Belgium i drugi predstavnici inozemnih medija. Također, u okviru ove aktivnosti ističe se studijsko putovanje nakon održanog Break The Ice foruma u razdoblju od 27. do 28. rujna 2025. Nakon završetka Break the Ice Forum, Hrvatska turistička zajednica je u suradnji s lokalnim partnerima organizirala studijsko putovanje u Splitu za 10 odabranih predstavnika medija i inozemnih buyera. Cilj putovanja bio je dodatno predstaviti kongresne i incentive kapacitete destinacije. Program je obuhvatio obilazak ključnih hotela i lokacija, uključujući hotele Ambassador, Cornaro, Radisson Blu, Amphora i AC Marriott, uz posjete Galeriji Meštrović, Muzeju grada Splita, Hrvatskom domu Split, Žrnjanskom platou te atrakcijama u Splitu i Trogiru. Kako bi im se omogućilo cjelovito i kvalitetno upoznavanje destinacije, za vrijeme njihovog boravka organizirani su personalizirani programi koji su uključivali troškove smještaja, organizaciju i produkciju nastupa izvođača, konzumaciju jela i pića u odabranim ugostiteljskim objektima, troškove stručnih razgleda s licenciranim vodičima te realizaciju dodatnih popratnih programa sukladno tematskom fokusu pojedinog medija ili autora. Programi su bili

prilagođeni specifičnim interesima gostujućih novinara – od kulturne i povijesne baštine, eno-gastronomije i lifestyle ponude do aktivnog turizma. Rezultat navedenih aktivnosti su objave u relevantnim međunarodnim tiskanim i online medijima, reportaže, blog članci, podcast epizode, video sadržaji te brojne objave na društvenim mrežama. Ovim objavama se dodatno osnažuje prisutnost Splita na tržištima Ujedinjenog kraljevstva, Njemačke, Australije, Belgije, Južne Amerike i drugih emitivnih područja. Uz suradnju s međunarodnim medijima, nastavljena je i suradnja s domaćim medijima kroz podršku reportažama, tematskim priložima i specijaliziranim turističkim publikacijama, čime se osigurava uravnotežena prisutnost Splita u nacionalnom medijskom prostoru.

Sustavno provođenje PR aktivnosti u 2025. godini rezultiralo je dodatnim jačanjem prepoznatljivosti grada Splita na inozemnim tržištima, generiranjem kvalitetnog medijskog sadržaja te daljnjim pozicioniranjem destinacije kao nezaobilazne mediteranske city break i lifestyle destinacije. Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su prezentacija turističke ponude grada Splita i relevantnih projekata na gradskoj razini koji doprinose poboljšaju boravka turista, jačanje brend imidža destinacije Split u domaćim i inozemnim medijima, diseminacija pozitivnih priča, turističkih inicijativa, projekata i događanja u gradu Splitu, te informiranje o aktualnostima, događanjima i turističkim atrakcijama u Splitu.

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

Na realizaciju aktivnosti Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR) utrošeno je ukupno 25.587,80 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak glazbenih izvođača – 2.067,80 eura;
- Trošak voditelja panela i programa – 1.788,95 eura;
- Trošak smještaja novinara – 2.176,65 eura;
- Trošak Split Food Tour – 240,00 eura;
- Trošak nastupa rimskih vojnika, folklor, mažoretkinja – 7.500,00 eura;
- Trošak radionice makaruna – 904,00 eura;
- Trošak parkinga – 1.274,16 eura;
- Trošak turističkog vođenja – 730,00 eura;
- Trošak 300 kom. vodiča Put u Split – 1.500,00 eura;
- Trošak 300 kom. vodiča Split-grad kulture – 336,75 eura;
- Trošak 50 kom. svijeća Sv. Duje – 1.050,00 eura;
- Trošak ostalih poklon paketa – 232,18 eura;
- Trošak konzumacije jela i pića novinara – 5.787,31 eura.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Tijekom 2025. godine Turistička zajednica grada Splita nastavila je aktivno sudjelovati u strateškim projektima i promotivnim aktivnostima u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ) i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije (TZSDŽ), s ciljem daljnjeg jačanja prometne povezanosti i tržišne pozicije Splita kao jedne od vodećih hrvatskih turističkih destinacija. U skladu sa Strateškim marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma 2023.–2027., nastavljena je intenzivna suradnja s regionalnim i lokalnim turističkim zajednicama, uključujući Turističku zajednicu grada Splita, kako bi se sinergijskim pristupom dodatno unaprijedila dostupnost, konkurentnost i vidljivost hrvatskih destinacija. Kroz usklađene promotivne kampanje, zajedničke projekte i koordinirane nastupe na domaćim i inozemnim tržištima, u 2025. godini osigurana je snažna promocija Splita i šire regije, s posebnim naglaskom na prioritetna tržišta i ciljne segmente posjetitelja. Suradnja s nacionalnom i županijskom turističkom zajednicom omogućila je integrirani nastup na međunarodnoj razini. Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je u strateškim projektima u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko–dalmatinske županije, aviokompanijama i privatnim sektorom, a suradnja se realizirala na temelju Poziva za iskaz interesa za provedbu marketinške suradnje sa strateškim partnerima 2024.-2027., koji objavljuje Hrvatska turistička zajednica na <https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/strateski-marketinski-projekti/strateski-projekti>. Turistička zajednica grada Splita realizirala je marketinške i poslovne suradnje sa sljedećim partnerima: Croatia Airlines, Jet2, WizzAir, Eurowings, KLM, EasyJet, SNAV i Edelweiss Air. Ova partnerstva doprinose boljoj povezanosti Splita s ključnim emitivnim tržištima, omogućavajući putnicima brži i jednostavniji dolazak u Srednju Dalmaciju tijekom cijele godine. U okviru ove aktivnosti Turistička zajednica grada Splita bila je sudionik zajedničkog promotivnog projekta pod nazivom "Dalmatinska marena", koji je realiziran u suradnji sa Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i nacionalnim prijevoznikom Croatia Airlines. Cilj projekta bio je promocija dalmatinske gastronomske tradicije i kreiranje jedinstvene ponude koja povezuje regiju s turističkom i kulturnom baštinom Hrvatske. Dalmatinska marena je paket u kojem su se nalazili dalmatinski gastronomski specijaliteti: pršut, šalša, mandulat, arancini, te krekeri od maslinovog ulja i ružmarina. Ovi proizvodi, simboli dalmatinske kuhinje, bili su ponuđeni putnicima kao specijalna usluga na svim letovima Croatia Airlinesa tijekom trajanja projekta. U okviru ove aktivnosti provodi se i udruženo oglašavanje s gospodarskim subjektima u turizmu i u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom. Udruženo oglašavanje omogućuje zajedničku promociju turističkog sustava s ciljem povećanja vidljivosti turističke ponude, posebno u predsezoni i posezoni.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su povećanje dostupnosti, atraktivnosti i konkurentnosti Hrvatske (i Splita) kao turističke destinacije, jačanje turističke potražnje i potrošnje na području destinacije te jačanje pozicije Splita kao jedne od najpoželjnijih destinacija

na Mediteranu, s naglaskom na dostupnost, kvalitetu turističkog iskustva i odgovorni razvoj turizma.

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

Na realizaciju aktivnosti Marketinške i poslovne suradnje utrošeno je ukupno 161.712,63 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak Croatia Airlines strateški projekti – 28.000,00 eura;
- Trošak Croatia Airlines Dalmatinska marena – 35.000,00 eura;
- Trošak Jet2 – 5.375,00 eura;
- Trošak WizzAir – 10.875,00 eura;
- Trošak udruženo oglašavanje – 11.712,63 eura;
- Trošak Eurowings – 25.000,00 eura;
- Trošak KLM – 13.125,00 eura;
- Trošak EasyJet – 19.625,00 eura;
- Trošak SNAV – 7.625,00 eura;
- Trošak Edelweiss Air – 5.375,00 eura.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Turistička zajednica grada Splita nastupila je na turističkim sajmovima samostalno i u koordinaciji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije u okviru izlagačkog prostora Hrvatske turističke zajednice. Troškovi uključuju troškove organizacije, kotizacija, najma štanda, trošak promidžbenih materijala te troškove putovanja predstavnika. U nastavku su prikazani važniji sajmovi i posebne prezentacije na kojima je sudjelovala Turistička zajednica grada Splita u 2025. godini.

- *FITUR Madrid – International Tourism Trade Fair (22. - 26. siječnja 2025.)*

Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je na 45. izdanju međunarodnog turističkog sajma FITUR, održanom od 22. do 26. siječnja 2025. godine u IFEMA Madrid, koji je potvrdio snažan oporavak i rast globalne turističke industrije. Sajam je zabilježio rekordnih približno 255.000 posjetitelja, od čega oko 150.000–155.000 poslovnih posjetitelja tijekom prvih dana namijenjenih struci te oko 100.000 posjetitelja tijekom vikenda otvorenog za širu javnost. Sudjelovalo je 9.500 tvrtki iz 156 zemalja, uz 884 glavna izlagača (porast od 10 %) te 19 % veće međunarodno sudjelovanje u odnosu na 2024. godinu. Procijenjeni gospodarski učinak sajma za grad Madrid iznosio je oko 445 milijuna eura. Poseban naglasak stavljen je na održivost, primjenu umjetne inteligencije u turizmu, pristupačnost te rast sektora travel tehnologije, koji je zabilježio povećanje od 6 % s više od 100 specijaliziranih tvrtki.

Sajam je održan pod sloganom „Proud. We Are Tourism“, ističući važnost turizma kao jednog od ključnih pokretača globalnog gospodarstva.

- *New York Travel & Adventure Show (25. - 26. siječnja 2025.)*

Travel & Adventure Show Series povezao je više od 2,1 milijuna ljubitelja putovanja s više od 4500 jedinstvenih turističkih brendova u najboljim gradovima diljem SAD-a (New York i Chicago). Hrvatska je bila zemlja partner na turističkom sajmu u SAD-u „New York Travel & Adventure Show“ i upravo je hrvatski paviljon osvojio i posebno priznanje najboljeg paviljona na sajmu. Prema izvješću američkog Virtuosa, Hrvatska je uvrštena među pet najboljih svjetskih destinacija za 2025. godinu. Time se dodatno potvrđuje međunarodno priznanje i atraktivnost Hrvatske na globalnom turističkom tržištu koje će dodatno osigurati još bolje rezultate, jačajući poziciju Hrvatske kao destinacije koja nudi kvalitetu, raznolikost i jedinstvena iskustva. Sajam u New Yorku trajao je 2 dana, odnosno za vikend, subotu i nedjelju. U subotu ujutro u 09:00 sati došli su američki mediji uključujući CBS te su obišli paviljon. U subotu u 12:00, 13:00 i 15:00 sati održan je wine tasting za sve posjetitelje, dok je u 14:00 sati bio wine tasting samo za odabrane američke agente i partnere.

- *The Chicago Travel & Adventure Show (1. - 2. veljače 2025.)*

Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je na sajmu Chicago Travel & Adventure Show, održanom u kongresnom centru Donald E. Stephens Convention Center, koji je u 2025. godini okupio više od 17.000 posjetitelja, ljubitelja putovanja. Na sajmu je sudjelovalo više od 450 izlagača, a program je uključivao nastupe poznatih svjetskih govornika poput Andrew McCarthy, Rick Steves, Phil Keoghan i Josh Gates. Hrvatska je imala ulogu službene zemlje partnera, pri čemu je nacionalna turistička ponuda predstavljena kroz atraktivne promotivne aktivnosti, kulturne nastupe i tematske prezentacije, čime je dodatno istaknuta i ponuda grada Splita. Sajam je bio usmjeren na konkretno planiranje putovanja, a prema podacima organizatora, čak 85 % posjetitelja iskoristilo je događanje za rezervaciju ili planiranje budućih putovanja, uz poseban naglasak na praktične savjete o korištenju travel tehnologije i optimizaciji troškova putovanja. Sajam u Chicagu trajao je dva dana, odnosno za vikend, subotu i nedjelju. U subotu se održala degustacija vina u 13:00 i 14:00 sati u organizaciji Hrvatske turističke zajednice, a u 14:00 sati je bila degustacija samo za američke agente i partnere. U 15:00 sati održan je glazbeni program „Feel the coastline and hear the soul of Dalmatia“. U nedjelju je na sajmu Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije organizirala wine & cheese tasting te glazbeni program 'Feel the coastline and hear the soul of Dalmatia' - Katica Marinović s gitarom.

- *ITB (Internationale Tourismus Börse) Berlin (4. – 6. ožujka 2025.)*

ITB Berlin je vodeći svjetski turistički sajam koji iz godine u godinu okuplja najvažnije dionike u turizmu. Jedan svijet, jedna industrija, jedan sajam. ITB Berlin je od velike važnosti. Unatoč velikim gospodarskim i geopolitičkim izazovima, izlagači i poslovni

posjetitelji na ovogodišnjem ITB Berlinu pokazali su otpornost, prilagodljivost i inovativnost industrije. Glavne teme na ITB Berlinu bile su trendovi kao što su održivost i digitalna transformacija – s posebnim naglaskom na velike mogućnosti koje umjetna inteligencija nudi za rješenja, plaćanje i besprijekorna putovanja. Uz ITB Innovators 2025, ITB Berlin predstavio je 35 vizionarskih rješenja koja redefinišu globalni turizam. Bilo da je tema bila pomoćnici pokretani umjetnom inteligencijom, usluge održive mobilnosti ili pametni sustavi rezervacija – fokus je bio na najinovativnijim konceptima u industriji. ITB Berlin 2025. zabilježio je 100.000 posjetitelja tijekom tri dana za poslovne posjetitelje, od kojih su 87 posto međunarodni – impresivan dokaz globalne važnosti vodećeg svjetskog turističkog sajma koji nastavlja privlačiti sve veću međunarodnu publiku. Nova i inovativna platforma Meet & Match na ITB Berlin odigrala je ključnu ulogu u promicanju međunarodnog dijaloga: omogućila je umrežavanje uoči događaja i pomogla u izgradnji preko 80.000 relevantnih poslovnih kontakata. Ukupno 5.800 tvrtki iz 170 zemalja predstavilo je svoje proizvode i usluge u popunjenim izložbenim dvoranama u Berlinu. ITB Berlin 2025. još je jednom pokazao otpornost i inovativnost industrije. Pomak prema održivim konceptima, integracija umjetne inteligencije i digitalna transformacija otvaraju goleme mogućnosti.

- *World Travel Market London (4. – 6. studenoga 2025.)*

Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je na sajmu World Travel Market London, održanom od 4. do 6. studenoga 2025. u izložbenom prostoru ExCeL London, koji je okupio više od 46.500 turističkih profesionalaca iz 182 zemlje, što predstavlja porast od 5 % u odnosu na prethodnu godinu. Na sajmu je sudjelovalo više od 5.000 izlagača (rast od 5 %) te više od 5.500 kvalificiranih kupaca (porast od 8 %), a održano je preko 40.000 unaprijed dogovorenih sastanaka, uz procijenjenu vrijednost ugovorenih poslova od 2,2 milijarde funti. Događanje je okupilo i oko 3.000 međunarodnih medijskih predstavnika te više od 70 ministara turizma u okviru WTM Ministerial Summita. Poseban naglasak bio je na temama umjetne inteligencije, održivosti i iskustvenog turizma, uz snažan rast sektora travel tehnologije, koji je zabilježio povećanje veće od 55 %. Ovi rezultati potvrđuju ključnu ulogu World Travel Market Londona kao vodeće međunarodne platforme za poslovanje, inovacije i umrežavanje u turističkoj industriji.

Turistička zajednica grada Splita realizirala je promociju destinacije u okviru 4. izdanja Croatian Film Festivala u Japanu, u organizaciji Japan Croatia Society, održanog u tokijskoj četvrti Asagaya u studenome 2025. godine. Promotivne aktivnosti provedene su kroz predstavljanje turističke ponude Splita u sklopu popratnih programa festivala, čime je dodatno osnažena vidljivost destinacije na japanskom tržištu.

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

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

Na realizaciju aktivnosti Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice utrošeno je ukupno 37.911,78 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak službenih putovanja na sajmove – 18.528,66 eura;
- Trošak prezentacije Japan Croatian Film Festival – 3.750,00 eura;
- Trošak 2 kom. stolni nosač za prospekte – 11,40 eura;
- Trošak banke za plaćanje doznakom smještaja u New Yorku – 22,00 eura;
- Trošak refundacije troška smještaja studijsko putovanje – 2.640,00 eura;
- Trošak štanda Madrid, Berlin, New York, Chicago, London – 12.959,72 eura.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Tijekom 2025. godine Turistička zajednica grada Splita je organizirala, provodila i pružala podršku studijskim putovanjima turističkih agenata / turoperatora i potporu organizaciji kongresa u destinaciji. Najveći dio studijskih putovanja ostvario se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko – dalmatinske županije.

Turistička zajednica grada Splita tijekom 2025. godine organizirala je i podržala veći broj studijskih putovanja za domaće i inozemne turooperatore, agencije, strukovna udruženja i specijalizirane MICE partnere s ključnih tržišta Europe, Sjeverne Amerike i Azije. U destinaciji su, među ostalima, boravili predstavnici Udruge hrvatskih putničkih agencija, poljskih i japanskih partnera u suradnji s LOT Polish Airlines, meksičkih agenata u organizaciji Elite Travel, talijanskog udruženja turističkih agencija FIAVET, kao i brojni partneri luksuznih i premium grupacija (Virtuoso, Signature Travel, ASTA, IGLTA, IATA) kroz programe u suradnji s domaćim DMC-ovima. Realizirani su i programi s partnerima poput Katarina Line, američkih i kanadskih *travel advisora* (Avanti Destinations i dr.), norveških i britanskih agenata, kao i specijaliziranih MICE predstavnika kroz Break The Ice Forum te *site inspections* za međunarodne poslovne radionice. Studijska putovanja obuhvaćala su upoznavanje kulturne i povijesne baštine, hotelske i kongresne infrastrukture, luksuzne i nautičke ponude te eno-gastronomije, s ciljem jačanja prodaje, uvrštavanja Splita u nove programe putovanja, razvoja premium i MICE segmenta te daljnjeg pozicioniranja destinacije na strateškim emitivnim tržištima. Domaćinstvo je pruženo za preko 100 inozemnih agenata i turoperatora.

U okviru aktivnosti usmjerenih na podršku organizaciji kongresa i poslovnih događanja u destinaciji, pored brojnih drugih, izdvaja se podrška organizaciji međunarodne MICE B2B radionice *Break The Ice Forum Split* (BTIF), koja se održala od 25. do 27. rujna 2025. Hrvatska turistička zajednica bila je jedan od partnera događanja, uz Turističku

zajednicu Splitsko-dalmatinske županije i Turističku zajednicu grada Splita, dok je hotelski partner i domaćin bio Le Méridien Lav Split, baš kao i lokalna DMC agencija Intours zadužena za logistiku i organizaciju programa. Na Forumu je sudjelovalo ukupno 123 sudionika: 62 inozemna *buyera* i 61 *supplier*, među kojima su se istaknuli domaći hoteli s kongresnim kapacitetima, DMC agencije, turističke zajednice i kongresni uredi. BTIF u Splitu je pokazao da Hrvatska ima snažan potencijal u segmentu poslovnog turizma. Sudjelovanje značajnog broja inozemnih kupaca potvrđuje da je interes za našu zemlju kao MICE destinaciju u stalnom porastu. Ovakvi skupovi izuzetno su važni jer, osim što omogućuju direktno povezivanje domaćih i stranih partnera, pružaju i priliku da sudionici upoznaju Split i okolice kroz autentične sadržaje, dodatno pozicionirajući destinaciju na međunarodnoj karti poslovnog turizma. Format Foruma uključivao je unaprijed pripremljene rasporede sastanaka, a program je bio obogaćen atraktivnim destinacijskim aktivnostima koje su *buyerima* pružile priliku da iz prve ruke upoznaju Split i okolice. Sudionici su birali između više *team building* opcija, poput sportova na plaži u sklopu hotela Le Méridien Lav, adrenalinske karting utrke, e-bike ture kroz park Marjan te izleta na tvrđavu Klis i imanje Stella Croatica prilikom čega su svi zainteresirani mogli kušati maslinovo ulje i tradicionalne dalmatinske proizvode. U okviru ove aktivnosti Turistička zajednica grada Splita pružala je sustavnu podršku ostalim organizatorima kongresa, stručnih skupova, konferencija i drugih poslovnih događanja u destinaciji, osiguravajući sudionicima kvalitetno osmišljene destinacijske programe, stručno vođene razglede grada, organizirane obilaske kulturno-povijesnih lokaliteta i atrakcija (uključujući ulaznice) te prigodne glazbeno-zabavne sadržaje.

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

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

Na realizaciju aktivnosti Suradnja s organizatorima putovanja utrošeno je ukupno 39.496,66 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak glazbenih izvođača na kongresima – 1.506,87 eura;
- Trošak smještaja sudionicima – 658,30 eura;
- Trošak obilazaka, ulaznica i organizacije putovanja – 6.076,40 eura;
- Trošak smještaja turističkih agenata – 6.221,66 eura;
- Trošak ulaznica sudionika kongresa – 786,70 eura;
- Trošak organizacije B2B MICE radionice Break The Ice Forum – 13.000,00 eura;

- Trošak nastupa klapa i folklora – 2.500,00 eura;
- Trošak najma rasvjete SlatCroFest – 2.000,00 eura;
- Trošak turističkih vodiča – 4.250,00 eura;
- Trošak izdavanja HGU potvrde – 1,50 eura;
- Trošak čokolade (Dioklecijanova palača – poklon) – 220,03 eura;
- Trošak konzumacije jela i pića – 2.264,20 eura;
- Trošak banke za plaćanje doznakom organizacije studijskog putovanja Japanaca – 11,00 eura.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Tijekom 2025. godine Turistička zajednica grada Splita nastavila je s razvojem i unaprjeđenjem online i offline promotivnih materijala destinacije, s ciljem jačanja prepoznatljivosti brenda i osiguravanja kvalitetnih informacija posjetiteljima. Aktivnosti su se odnosile na izradu, ažuriranje i distribuciju novih i postojećih promotivnih materijala. To uključuje produkciju i tisak godišnjeg Welcome magazina (VisitSplit Magazin), uključujući autorske tekstove, prijevode, lekturu, fotografije, dizajn i uredništvo, kao i njegovu distribuciju, te pripremu mjesečnika VisitSplit. Izrađeni su i distribuirani brojni informativni materijali, uključujući City Map (B3 i B4 format), tematske mape za gradske predjele (Žrnovnica, Stobreč, Slatine), dječju mapu Split for Kids, letak SplitCard te publikaciju Split In Your Pocket, kao i klastersku brošuru Splitske rivijere. Aktivnosti su obuhvatile i produkciju promotivnih videa i fotografija za društvene mreže i druge komunikacijske kanale, izradu kalendara, oglasnih rješenja, plakata, roll-up materijala i brendiranih vrećica, kao i grafičku prilagodbu i tisak različitih promotivnih materijala (Split Guide, CityLight paneli i sl.). U segmentu digitalnih alata dodatno je unaprijeđena audio verzija Walking Tour mape (rute za samostalno razgledavanje stare gradske jezgre) kroz digitalizaciju sadržaja i integraciju španjolskog jezika, čime je obogaćena interpretacija destinacije i podignuta razina dostupnosti informacija međunarodnim posjetiteljima.

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

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju aktivnosti Kreiranje promotivnog materijala utrošeno je ukupno 86.156,76 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak autorskih tekstova za Welcome magazin – 2.492,36 eura;
- Trošak autorskih prijevoda za Welcome magazin – 1.337,73 eura;
- Trošak autorskih fotografija za Welcome magazin – 119,23 eura;
- Trošak dizajna i pripreme Welcome magazin – 3.928,25 eura;
- Trošak lekture na engleskom jeziku – 480,00 eura;

- Trošak autorskog teksta i uredništva Welcome magazin – 2.091,62 eura;
- Trošak 2.000 kom. Welcome magazine – 5.360,00 eura;
- Trošak autorske izrade kalendara – 2.406,69 eura;
- Trošak izrade sedam promotivnih videa – 4.238,88 eura;
- Trošak teksta i grafičkog oblikovanja oglasa – 774,23 eura;
- Trošak 3.000 kom. letak SplitCard – 487,50 eura;
- Trošak 200.000 kom. CityMap B3 – 12.250,00 eura;
- Trošak 130.000 kom. mape City Map B4 – 5.525,00 eura;
- Trošak 5.000 kom. dječje mape Split for Kids – 562,50 eura;
- Trošak 5.000 kom. mape B4, 3.000 kom. letka Žrnovnica – 1.012,50 eura;
- Trošak 8.000 kom. mape B4 Stobreč – 600,00 eura;
- Trošak 1.000 kom. mape B4 Slatine – 112,50 eura;
- Trošak 30 kom. plakata – 56,25 eura;
- Trošak velikih i malih vrećica TZ – 5.237,50 eura;
- Trošak pripreme mjesečnika VisitSplit – 8.159,16 eura;
- Trošak prijevoda i lekture tekstova – 650,00 eura;
- Trošak grafičkog dizajna i pripreme za tisak – 4.117,50 eura;
- Trošak digitalizacije Walking Tour – 1.625,00 eura;
- Trošak klasterske brošure Splitska rivijera – 1.526,73 eura;
- Trošak 10.000 kom SplitInYourPocket – 2.775,00 eura;
- Trošak 100 kom. knjige Snovi o Dalmaciji – 625,00 eura;
- Trošak roll-up 85 x 200 – 75,00 eura;
- Trošak grafičke prilagodbe i tiska promotivnih materijala – 2.437,50 eura;
- Trošak izrada videa i fotografija – 5.850,00 eura;
- Trošak naljepnice i montaže CityLight Slatine – 777,50 eura;
- Trošak integracije španjolskog jezika u Walking Tour i konvertiranje teksta u audio zapis – 1.965,63 eura;
- Trošak snimanja Advent – 6.500,00 eura.

3.8. Internet stranice

Tijekom 2025. godine Turistička zajednica grada Splita nastavila je s kontinuiranim razvojem i upravljanjem digitalnim komunikacijskim kanalima, uključujući krovnu mrežnu stranicu <https://visitsplit.com/>, podstranicu Hrvatske turističke zajednice posvećenu destinaciji Split te službene profile na društvenim mrežama. U izvještajnom razdoblju finalizirana je i pokrenuta nova stranica <https://www.visitstobrec.com/>, namijenjena sveobuhvatnoj prezentaciji turističke ponude naselja Stobreč i okolnih područja, čime je zamijenjena prethodna mrežna stranica posvećena naselju Stobreč. U 2025. godini uspostavljen je informacijski AI chatbot na službenoj mrežnoj stranici, koji djeluje kao virtualni asistent Turističke zajednice grada Splita te korisnicima – domaćim i stranim posjetiteljima, ali i lokalnoj zajednici, uključujući iznajmljivače,

članove i druge dionike u turizmu – pruža brze i relevantne informacije o turističkoj ponudi, atrakcijama, događanjima, smještaju, prometnoj povezanosti i drugim praktičnim aspektima boravka u destinaciji ili poslovanja. Aktivnosti su obuhvatile i kontinuirano upravljanje društvenim mrežama, uključujući razvoj sadržaja za TikTok profil, produkciju video materijala za mrežnu stranicu (tematski sadržaji u vezi s ključnim osobama splitske povijesti i kulturne baštine, kao što su Marko Marulić / Marul i Domnio / Sv. Duje pod nazivom Historytellings Split), nadogradnju sadržaja na mrežnim stranicama, prijevode i dopune tekstova, održavanje web kamere, hosting i upravljanje domenama, kao i korištenje digitalnih alata i aplikacija za grafičku pripremu i komunikaciju sadržaja. Paralelno su provedene aktivnosti vezane uz dizajn nove mrežne stranice za kongresni segment destinacije Meetings Split.

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

Na realizaciju aktivnosti Internet stranice utrošeno je ukupno 38.807,75 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak dizajna stranica Meetings Split – 4.428,46 eura;
- Trošak prijevoda za stranice – 784,46 eura;
- Trošak održavanja web kamere – 1.800,00 eura;
- Trošak teksta i dopune web stranica – 2.958,14 eura;
- Trošak upravljanja društvenim mrežama – 11.640,00 eura;
- Trošak upravljanja TikTok profilom – 4.500,00 eura;
- Trošak aplikacije za grafički dizajn - 265,44 eura;
- Trošak korištenja softvera za informacijski AI chatbot – 4.500,00 eura;
- Trošak dva video za mrežnu stranicu Marul i Sv. Duje – 6.000,00 eura;
- Trošak hostinga i CMC mrežnih stranica – 1.812,50 eura;
- Trošak domene visitstobrec.com – 118,75 eura.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Tijekom 2025. godine Turistička zajednica grada Splita nastavila je s redovitim ažuriranjem i nadogradnjom baze podataka o turističkoj ponudi destinacije. Poseban naglasak stavljen je na proširenje i osuvremenjivanje baze fotografija i video materijala koji obuhvaćaju ključne turističke lokalitete i atrakcije grada, uključujući Dioklecijanovu palaču, gradske trgove, Zapadnu obalu, park-šumu Marjan, gradske plaže te druge prepoznatljive ambijente i sadržaje turističke ponude. U sklopu aktivnosti dokumentirani su i novouređeni prostori poput obnovljene plaže Žnjan i žnjanskog platoa, koji predstavljaju značajan novi element javne i turističke infrastrukture grada. Vizualni materijali usmjereni su na kvalitetnu prezentaciju kulturno-povijesne i prirodne baštine, kao i na prikaz suvremenih turističkih proizvoda i doživljaja u skladu s aktualnim trendovima na turističkom tržištu. Paralelno s fotografskom produkcijom

nastavljena je izrada i prikupljanje promotivnih video materijala i kraćih tematskih videozapisa prilagođenih digitalnim kanalima komunikacije i društvenim mrežama.

Ostvareni cilj ove aktivnosti je unapređenje baze multimedijских sadržaja destinacije, koja služi kao temelj za promotivne, informativne i komunikacijske aktivnosti Turističke zajednice grada Splita.

Na realizaciju aktivnosti Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka utrošeno je ukupno 9.882,33 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak autorskih snimki i fotografija – 9.082,33 eura;
- Trošak promotivnih fotografija – 800,00 eura.

3.10. Turističko informativne aktivnosti

• Rad turističko informativnih centara i ureda za iznajmljivače

Turistička zajednica grada Splita upravlja s 4 turističko-informativna centra – Riva, Peristil, Stobreč i Slatine (tijekom sezone) – u kojima su dostupne informacije o turističkoj ponudi Splita, ali i cijele Splitsko-dalmatinske županije. Osim pružanja informacija turistima, Turistička zajednica grada Splita u posebnom uredu za iznajmljivače informira sve pružatelje usluga smještaja o zakonskim obvezama i drugim informacijama važnim za administrativno poslovanje. Trošak se odnosi na trošak funkcioniranja informativnih centara i ureda za iznajmljivače – usluge telefona i interneta, prijevoz tiskovina, usluge tekućeg i investicijskog održavanja, opskrba vodom, iznošenje i odvoz smeća, troškovi komunalne i vodoprivredne naknade, najamnine za poslovni prostor, usluge dojavnog centra, uredski materijal, materijal i sredstva za čišćenje i održavanje, službene majice, ostali potrošni materijal, električna energija, sitan inventar, premije osiguranje imovine, amortizacija, zatezne kamate, neotpisana vrijednost rashodovane imovine, trošak stručnog ispita za zaposlenike, usluge student servisa, te plaće zaposlenika informativnih centara i ureda za iznajmljivače, uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. U okviru ove aktivnosti je i trošak rada učenika informatora i trošak funkcioniranja Welcome deska u Zračnoj Luci Sv. Jeronim (Split).

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Na realizaciju Turističko-informativnih aktivnosti utrošeno je ukupno 452.770,42 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak rada informativnih centara i ureda za iznajmljivače – 447.360,46 eura;
- Trošak Welcome deska u Zračnoj luci Sv. Jeronim (Split) – 3.500,00 eura;
- Trošak rada učenika informatora – 1.909,96 eura.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor

U 2025. godini nastavile su se aktivnosti korištenja i održavanja turističko-informacijskih sustava na području destinacije i digitalnih alata (mobilne aplikacije, web aplikacije) koji promiču i prezentiraju turističku ponudu destinacije domaćim i stranim posjetiteljima, te pružaju podršku članovima turističke zajednice, posebice pružateljima ugostiteljskih usluga u objektima u domaćinstvu, u administrativnom poslovanju. Trošak ove aktivnosti odnosi se na naknade za korištenje i održavanje mobilnih aplikacija Plaja Beach Finder i mVisitor, te web aplikacije / audio vodiča Biografije i uspjesi splitskih olimpijaca (<https://www.audioguide.hr/museum/0/0>). Plaja Beach Finder je mobilna koja funkcionira tako da, s obzirom trenutnu lokaciju korisnika, prikazuje najbliže plaže u Splitu, vijesti vezane uz plaže i sadržaje na plaži. Aplikacija je preuzeta za Android i iOS preko 26.000 puta (Android 17.200 + iOS 8.840), dok je aktivnih korisnika na Androidu i iOS preko 14.000. Planirana sredstva za održavanje i korištenje aplikacije Plaja Beach Finder u 2025. godini nisu realizirana u cijelosti budući da je vlasnik aplikacije tijekom izvještajnog razdoblja donio poslovnu odluku o neobračunavanju naknade za korištenje i tehničko održavanje sustava za dugogodišnje partnere. Mobilna aplikacija mVisitor je namijenjena olakšavanju procesa prijave turista te komunikaciji između turističkih zajednica i iznajmljivača. Trenutačno je koristi 4.628 objekata na području grada Splita i izvršeno je 421.009 prijava gostiju koji su ostvarili 1.503.345 noćenja. Aplikacija je proširena funkcionalnošću *Channel Managera*, koja omogućuje iznajmljivačima upravljanje rezervacijama i cijenama na platformama poput Booking.com i Airbnb, kao i vlastitim rezervacijama, uz automatizirane prijave direktno u eVisitor. Turistička zajednica grada Splita putem aplikacije mVisitor svojim iznajmljivačima šalje razne obavijesti, poput poziva na edukacije, informacija o podmirivanju financijskih obaveza i drugih važnih obavijesti za administrativno poslovanje.

Na realizaciju aktivnosti Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor utrošeno je ukupno 4.562,47 eura prema sljedećoj strukturi:

- Aplikacija Audioguide.hr Splitski olimpijci – 331,81 eura;
- Najam mobilne aplikacije Plaja Beach Finder – 248,91 eura;
- Korištenje mobilne aplikacije mVisitora – 3.981,75 eura.

4.2. Stručni skupovi i edukacije

U 2025. godini Turistička zajednica grada Splita nastavila je provoditi aktivnosti podrške i organizacije stručnih skupova i edukacija namijenjenih turističkim dionicima

destinacije, osobito pružateljima ugostiteljskih usluga u domaćinstvu, turističkim vodičima i zaposlenicima turističkog sektora. Tijekom godine podržano je i organizirano više edukativnih programa s ciljem unapređenja kvalitete turističke ponude, jačanja stručnih kompetencija i prilagodbe suvremenim trendovima u turizmu. U veljači je podržano održavanje *5. Kongresa obiteljskog smještaja* u Splitu, koji je okupio brojne iznajmljivače i stručnjake iz sektora turizma, dok je u ožujku organiziran *specijalizirani masterclass* u suradnji s tvrtkom Interligo d.o.o. na temu poslovanja i upravljanja obiteljskim smještajem. U travnju je u suradnji s agencijom Adriagate održana besplatna edukacija za iznajmljivače pod nazivom „*Sve što trebaš znati o iznajmljivanju smještaja*“, usmjerena na praktične savjete i aktualne informacije vezane uz upravljanje privatnim smještajem. Posebna pažnja posvećena je jačanju jezičnih kompetencija pružatelja ugostiteljskih usluga u domaćinstvu kroz *organizaciju tečajeva engleskog jezika za iznajmljivače* u dvije razine (A2 i B1). U okviru programa *Split za Splićane* provedena je i *specijalizirana edukacija za turističke vodiče grada Splita s ciljem razvoja interpretacijskih vještina, kreativnog pripovijedanja i stvaranja autentičnih turističkih priča temeljenih na lokalnoj baštini i identitetu gradskih kvartova*. Edukacija je bila usmjerena na povezivanje lokalne zajednice i kulturne baštine kroz inovativne oblike vođenja, uz uključivanje lokalnih obrtnika i zanatlija u turističke narative. Nakon teorijskog i praktičnog dijela edukacije, vodiči su u ostatku godine uz stručnu mentorsku podršku razvijali vlastite tematske ture za pojedine gradske kotare i naselja te su održali demonstracijska vođenja za sudionike edukacije, mentora i predstavnike Turističke zajednice. Po završetku procesa dorade i evaluacije organizirane su i javne prezentacije tura za građane Splita s ciljem približavanja kulturne i povijesne baštine grada lokalnoj zajednici. U okviru ovog programa uspješno su osmišljene i realizirane tematske ture: „*Urbane vile na prijelazu stoljeća*“ (kotari Dobri, Bol i Manuš), „*Stari Stobreč na nov način*“ (naselje Stobreč), „*Gripe – obrambena, sportska i shopping utvrda*“ te „*Veli Varoš 21. stoljeća – živi teatar među kamenim zidovima*“. Razvoj ovakvih specifično osmišljenih tura doprinosi ostvarenju strateškog cilja destinacijskog marketinga usmjerenog na prostornu disperziju turističkih aktivnosti kroz razvoj tematskih šetnji i interpretacijskih tura izvan povijesne jezgre grada (Strateški i operativni marketinški plan turizma grada Splita za razdoblje 2025. – 2030.). Paralelno su zaposlenici Turističke zajednice grada Splita sudjelovali na stručnim seminarima i programima usavršavanja, uključujući i tečajeve stranih jezika, čime se dodatno doprinosi profesionalizaciji rada i podizanju kvalitete usluga u destinaciji.

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

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju aktivnosti Stručni skupovi i edukacije utrošeno je ukupno 30.012,33 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak smještaja i prijevoza zaposlenika za sudjelovanje na edukaciji – 2.004,59 eura;
- Trošak sudjelovanja na seminaru – 90,00 eura;
- Trošak tečajeva stranih jezika za zaposlenike – 1.674,00 eura;
- Trošak najma dvorana za edukacije – 570,00 eura;
- Trošak tečajeva engleskog jezika za iznajmljivače – 7.320,00 eura;
- Trošak organiziranih edukacija za iznajmljivače i turističke vodiče – 17.273,75 eura;
- Trošak domjenka tijekom edukacija – 1.079,99 eura.

4.3. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

• Projekt SplitCard

Projekt SplitCard i tijekom 2025. godine predstavljao je jedan od važnih alata Turističke zajednice grada Splita za poticanje veće turističke potrošnje te duljeg zadržavanja posjetitelja u destinaciji. Putem ove kartice posjetiteljima je omogućeno korištenje različitih pogodnosti i popusta tijekom boravka u Splitu, čime se dodatno potiče upoznavanje i konzumacija raznolike turističke ponude grada i njegove okolice. Korisnici SplitCard kartice ostvaruju pogodnosti prilikom posjeta kulturnim i prirodnim atrakcijama, muzejima, galerijama, izložbenim prostorima i drugim kulturnim ustanovama, kao i prilikom sudjelovanja u izletničkim programima turističkih agencija. Na taj način projekt doprinosi boljoj distribuciji turističkih aktivnosti i potiče posjetitelje na aktivnije istraživanje destinacije. Pravo na korištenje SplitCard kartice ostvaruju gosti koji tijekom razdoblja od travnja do kraja listopada u Splitu ostvare najmanje 5 noćenja, odnosno najmanje 2 noćenja u razdoblju od studenoga do kraja ožujka, neovisno o vrsti smještaja u kojem borave. U projekt je uključen i značajan broj privatnih gospodarskih subjekata, među kojima su turističke agencije, rent-a-car tvrtke, ugostiteljski objekti, suvenirnice i drugi pružatelji usluga. Kroz osiguravanje posebnih popusta za korisnike SplitCard kartice oni dobivaju dodatnu vidljivost i promociju svojih proizvoda i usluga. U 2025. godini izdano je više od 2.700 kartica.

Provedbom ove aktivnosti ostvaruje se cilj jačanja suradnje s privatnim sektorom te poticanja turista na dodatnu potrošnju i raznovrsnije korištenje turističke ponude destinacije.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita i partneri u programu SplitCard

Na realizaciju aktivnosti SplitCard utrošeno je ukupno 6.965,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak 2.000 kom letka SplitCard – 1.775,00 eura;
- Trošak participacija za ulaznice u muzeje – 5.190,00 eura.

- **Projekt City Break**

U 2025. godini Turistička zajednica grada Splita nastavila je s provedbom programa City Break, osmišljenog s ciljem produljenja turističke sezone te obogaćivanja ponude za posjetitelje koji Split posjećuju izvan glavnog dijela turističke sezone. Program je usmjeren na poticanje kraćih boravaka i vikend putovanja, čime se doprinosi ravnomjernijoj raspodjeli turističkih kretanja tijekom godine te povećanju ukupne atraktivnosti destinacije u predsezonskom i sezonskom razdoblju. Program je proveden u dva razdoblja – od 1. siječnja do 31. ožujka te od početka listopada do kraja prosinca 2025. godine – a posjetiteljima je omogućio korištenje dodatnih pogodnosti tijekom boravka u destinaciji. U okviru programa organizirani su besplatni razgledi povijesne gradske jezgre svake subote u 10 sati uz stručno vođenje na hrvatskom i engleskom jeziku, osigurane su besplatne ulaznice za kazališne predstave u Hrvatskom narodnom kazalištu Split, kao i SplitCard kartica koja omogućuje različite popuste i pogodnosti u kulturnim ustanovama, muzejima i drugim atrakcijama u gradu. Projekt su prepoznali i brojni splitski hoteli koji su ga uključili u svoju ponudu tijekom predsezonskog i sezonskog razdoblja, omogućujući gostima da uz minimalno dva noćenja (kombinacija petak–subota ili subota–nedjelja) dožive autentičnu kulturnu i turističku ponudu grada. Integracijom kulturnih sadržaja, smještajne ponude i destinacijskih pogodnosti, program City Break dodatno doprinosi pozicioniranju Splita kao atraktivne destinacije za vikend putovanja i kraće boravke tijekom cijele godine.

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

Na realizaciju aktivnosti City Break utrošeno je ukupno 2.452,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak ulaznica za predstave HNK Split – 1.112,00 eura;
- Trošak turističkih vođenja – 1.340,00 eura.

4.4. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

- **Valorizacija prirodne baštine**

Izmjenama i dopuna financijskog plana Turističke zajednice grada Splita za 2025. godinu, koji je usvojen na sjednici Skupštine Turističke zajednice grada Splita održane

dana 22. prosinca 2025. godine, predviđen iznos od 6.250,00 eura za ovu stavku korigiran je na 0,00 eura jer se predviđene aktivnosti nisu mogle realizirati. Planirana intervencija obuhvaćala je uspostavu podmorske edukativne staze u uvali Kašjuni, kao interpretacijskog proizvoda fokusiranog na valorizaciju i zaštitu lokalne prirodne baštine. Koncept je uključivao postavljanje niza podmorskih informativno-edukativnih ploča (alge, podmorske biljke, puževi, rakovi, školjke, ribe), uz pripadajuću sidrišnu i plutaču infrastrukturu, sve s ciljem stvaranja novog, nisko intenzivnog i održivog sadržaja za posjetitelje svih dobnih skupina. Aktivnost je također obuhvaćala izradu promotivnih materijala (brošure, plakati), a provodila bi se u partnerstvu s Prirodoslovnim muzejom Split. Projekt nije realiziran zbog nemogućnosti dobivanja potrebnih dozvola, budući da se područje plaže Kašjuni nalazi pod koncesijom dodijeljenom privatnom gospodarskom subjektu, što je blokiralo proces ishođenja suglasnosti za intervenciju u akvatoriju. Posljedično, nije bilo moguće pokrenuti operativnu provedbu niti opravdati planirani trošak.

- **Valorizacija kulturne baštine**

U 2025. godini, u okviru aktivnosti valorizacije kulturne baštine, Turistička zajednica grada Splita nastavila je podupirati projekte i inicijative usmjerene na očuvanje, interpretaciju i promociju kulturne baštine te na razvoj novih kulturno-turističkih sadržaja koji doprinose obogaćivanju ponude destinacije. Poseban naglasak stavljen je na aktivnosti usmjerene na razvoj i valorizaciju povijesne Poljičke Republike kao integriranog kulturno-turističkog proizvoda. Turistička zajednica grada Splita, u suradnji s Turističkom zajednicom grada Omiša te turističkim zajednicama općina Podstrana i Dugi Rat, sklopila je aneks ugovora o nabavi izrade *Strateškog plana razvoja integriranog kulturno-turističkog proizvoda Poljička Republika*, a za izradu dokumenta odabrana je tvrtka Muze d.o.o. iz Zagreba. Tijekom 2025. godine provedene su koordinacijske aktivnosti vezane uz izradu dokumenta, uključujući radne i online sastanke s izrađivačem, kao i terenske obilaske područja povijesne Poljičke Republike radi analize postojećeg stanja te identifikacije infrastrukturnih, interpretacijskih i turističkih potencijala ovog prostora. U proces planiranja uključeni su i relevantni lokalni dionici kroz tematsku radionicu održanu u hotelu Lav, čime je osigurano sudjelovanje lokalne zajednice u oblikovanju budućeg razvoja ovog kulturno-turističkog proizvoda. Nakon izrade strateškog plana, pokrenute su aktivnosti izrade lokalnih akcijskih planova za područja Poljičke Republike koja pripadaju području za koje je osnovana turistička zajednica, a koja je dio projekta, te je za TZ grada Splita u izradi *Lokalni akcijski plan integriranog kulturno-turističkog proizvoda Poljica, ideal življenja*. U okviru ove aktivnosti podržani su i programi koji doprinose očuvanju i promociji lokalne kulturne tradicije. U tom kontekstu pružena je potpora

manifestaciji Dani Radunice, koja kroz glazbeni i kulturno-umjetnički program njeguje identitet i tradiciju jednog od najstarijih splitskih kvartova te doprinosi očuvanju lokalne baštine i autentičnosti destinacije.

Provedbom navedenih aktivnosti dodatno je unaprijeđena interpretacija i prezentacija kulturne baštine splitske okolice, potaknuta suradnja između različitih dionika te stvoreni preduvjeti za razvoj novih kulturno-turističkih sadržaja koji doprinose jačanju identiteta i prepoznatljivosti Splita i njegove šire okolice kao destinacije bogate povijesti i autentične kulturne ponude.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita, Turistička zajednica grada Omiša, Turistička zajednica općine Podstrana, Turistička zajednica općine Dugi Rat, Muze d.o.o.

Na realizaciju aktivnosti Valorizacija kulturne baštine utrošeno je ukupno 13.509,38 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak autorskog nastupa Dani Radunice – 2.584,38 eura;
- Trošak nastupa izvođača Dani Radunice – 2.800,00 eura;
- Trošak izrade Strateškog plana razvoja integriranog kulturno-turističkog proizvoda Poljička Republika – 3.656,25 eura;
- Trošak izrade studije Poljička Republika (akcijski plan) – 4.468,75 eura.

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

Turistička zajednica grada Splita je u 2025. financirala uvođenje zaštitarskih službi koje su komunalnim redarima Grada Splita pružile podršku u primjeni Odluke o javnom redu i miru na području grada Splita. Grad Split je angažirao tvrtku 007 Miletić d.o.o. za usluge održavanje reda i mira u 2025. godini u Zoni A Grada Splita te kao ispomoć komunalnim redarima u postupanjima novčanog kažnjavanja kršenja Odluke o javnom redu i miru. Pri provođenju Odluke komunalni redari su zbog sigurnosti postupanja morali imati pomoć zaštitara. Sklopljen je Ugovor U-25/00042 KLASA: 024-02/25-01/43 URBROJ: 2181-1-09-3/4-25-1 Usluga zaštitara u svrhu održavanja reda i mira u zoni A vrijednosti 122.500,00 EUR (98.000,00 + PDV) i potrošeno je po istome 120.855,00 EUR-a (96.684,00 EUR + PDV). Usluge zaštitara su se koristile u razdoblju od svibnja do rujna najčešće od 22:00 do 05:00 h te interventno po potrebi u periodu 00:00 do 06:00 h. Zajedno su komunalno redarstvo i zaštitari imali oko 800 postupanja, te se na površini javne namjene vidio rezultat postupanja jer su uklonjene žarišne točke gdje bi se stvarao nered uzrokovan ponašanjem mladih turista i u odnosu na prethodnu godinu situacija u Zoni A je bila poprilično bolja. Trošak ove aktivnosti obuhvaća prijenos sredstava u gradski proračun za angažman komunalnih redara ili zaštitarskih službi.

Nositelj aktivnosti: Upravni odjel za komunalne djelatnosti i mjesnu samoupravu (prije: Upravni odjel za komunalne poslove Grada Splita – Odsjek za redarstvo)

Na realizaciju aktivnosti Odgovorni turizam prema lokalnom stanovništvu i kulturnoj baštini, odnosno angažman zaštitarskih službi, utrošeno je ukupno 93.000,00 eura.

- **Projekti uređenja naselja Slatine**

U okviru projekta uređenja naselja Slatine u 2025. godini nastavljene su aktivnosti na uređenju parka Miljenka Smoje po projektu naručenom 2024. godine. Projekt je sveobuhvatan i provodi se u fazama. Prva faza izvršena je krajem 2025. godine, a druga je nastavljena odmah početkom 2026. godine, tako da će ove prve dvije faze uređenja parka biti odrađene do početka turističke sezone. Ove intervencije značajno su doprinijele estetskoj i funkcionalnoj nadogradnji parka, stvarajući ugodniji ambijent za posjetitelje te dodatno ističući kulturnu i prirodnu baštinu naselja Slatine.

Na realizaciju aktivnosti Projekti uređenja naselja Slatine utrošeno je ukupno 16.000,00 eura.

- **Projekti uređenja naselja Stobreč**

U 2025. godini Turistička zajednica grada Splita nastavila je s provedbom aktivnosti usmjerenih na unaprjeđenje uređenosti i funkcionalnosti javnih prostora u naselju Stobreč, s ciljem podizanja kvalitete života lokalnog stanovništva i kvalitete boravka posjetitelja te jačanja atraktivnosti naselja kao dijela turističke ponude grada Splita. U okviru ove aktivnosti realizirane su mjere usmjerene na uređenje i estetsko unaprjeđenje javnih površina, uključujući hortikulturene zahvate i sezonsko dekoriranje prostora. Tijekom godine provedena je sadnja novih biljnih vrsta i sadnica, uključujući sadnju murvi, čime je dodatno unaprijeđen izgled zelenih površina i javnih prostora u naselju. Također je realizirano prigodno blagdansko uređenje naselja, koje je obuhvatilo najam svjetlosnih adventskih dekoracija te postavljanje adventskih ukrasa na javnim površinama, čime je u razdoblju adventa stvoren prepoznatljiv i svečan ambijent za stanovnike i posjetitelje Stobreča. Planirana aktivnost uspostave sustava automatskog navodnjavanja na lokacijama Ribola i Turističko-informativni centar (TIC) nije realizirana tijekom 2025. godine. Razlog tome bili su opsežni građevinski radovi na poboljšanju vodoopskrbne i kanalizacijske infrastrukture koje je na području Stobreča provodila tvrtka Strabag. Radovi su uključivali značajne iskope, privremeno zauzimanje javnih površina te povremena zatvaranja prometnica, što je uvelike otežalo ili onemogućilo pristup lokacijama predviđenima za izvođenje planiranih zahvata. U takvim okolnostima nije bilo moguće osigurati potrebne tehničke, prostorne i

sigurnosne uvjete za postavljanje sustava navodnjavanja, čiju je izvedbu prema narudžbenici trebalo realizirati trgovačko društvo Parkovi i nasadi d.o.o. Unatoč navedenim okolnostima, provedene aktivnosti doprinijele su daljnjem unapređenju uređenosti naselja Stobreč te stvaranju ugodnijeg i vizualno privlačnijeg javnog prostora, čime se potiče kvaliteta života lokalne zajednice i dodatno obogaćuje turistički doživljaj ovog dijela grada Splita.

Na realizaciju aktivnosti Projekt uređenja naselja Stobreč utrošeno je ukupno 7.675,88 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak najma svjetlosnih adventskih dekoracija – 3.000,00 eura;
- Trošak sadnji sadnica murvi – 1.501,50 eura;
- Trošak postavljanja adventskih ukrasa – 1.875,00 eura;
- Trošak sadnica bilja – 1.299,38 eura.

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

Tijekom 2025. godine Turistička zajednica grada Splita nastavila je s aktivnostima usmjerenima na uređenje, obnovu i održavanje tematskih staza na području naselja Žrnovnica i brda Perun, koje predstavljaju važan segment ponude aktivnog turizma na istočnom dijelu grada Splita. Navedene staze koriste kako lokalni stanovnici tako i posjetitelji zainteresirani za boravak u prirodi, rekreaciju te upoznavanje prirodne i kulturne baštine ovog područja. U okviru aktivnosti provedeni su radovi na sanaciji i obnovi infrastrukture tematskih staza oštećene uslijed požara, pri čemu je naglasak stavljen na obnovu informativne i interpretacijske opreme. Aktivnosti su obuhvatile izradu novih informativnih tabli na lokacijama na kojima su postojeće u potpunosti stradale u požaru, kao i popravak i obnovu dijela oštećenih tabli. Dodatno je provedeno održavanje drvene opreme na stazama, uključujući informativne ploče i klupe, koje su radi zaštite od vremenskih utjecaja i produljenja vijeka trajanja premazane zaštitnim slojem. Ova vrsta redovitog održavanja provodi se periodično kako bi se osigurala dugoročna otpornost drvene infrastrukture na vanjske uvjete. U okviru ove aktivnosti realizirana je i postava nove informativne ploče na lokalitetu Kamenog mosta na rijeci Žrnovnici, koji je u 2025. godini uvršten kao kulturno dobro Republike Hrvatske odlukom Ministarstva kulture i medija, čime je dodatno unaprijeđena interpretacija kulturno-povijesne baštine ovog područja i osigurana kvalitetnija informiranost posjetitelja. Planirana nadopuna opreme na pojedinim dionicama staza, koja je uključivala postavljanje dodatnih klupa na vršnom dijelu brda Perun, nije realizirana tijekom 2025. godine. Razlog tome bila je otežana nabava odgovarajuće drvene građe potrebne za izradu klupa, budući da u nadležnoj šumariji tijekom godine nije bilo dostupnih drvenih oblutaka koji se koriste za izradu ove vrste opreme. Provedene aktivnosti doprinijele su obnovi i očuvanju funkcionalnosti tematskih staza na području

Žrnovnice i Peruna te osigurale njihovu daljnju dostupnost i sigurnost za korisnike, čime se nastavlja razvoj ponude aktivnog turizma i potiče održivo korištenje prirodnog i kulturnog prostora istočnog dijela Splita.

Na realizaciju aktivnosti uređenja i održavanja tematskih staza na području naselja Žrnovnica utrošeno je ukupno 7.217,60 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak uređenja info tabli na pješačkoj stazi – 5.120,10 eura;
- Trošak materijala za info table – 2.097,50 eura.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Tijekom 2025. godine Turistička zajednica grada Splita nastavila je aktivno sudjelovanje u radu relevantnih strukovnih organizacija kroz članstvo u Hrvatskoj udruzi profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT) i Hrvatskoj gospodarskoj komori (HGK). Navedena članstva omogućuju razmjenu znanja i iskustava, praćenje aktualnih trendova u turizmu te sudjelovanje u inicijativama usmjerenima na unapređenje turističkog sektora na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Članstvom u Hrvatskoj udruzi profesionalaca kongresnog turizma Turistička zajednica grada Splita doprinosi jačanju standarda kvalitete u sektoru poslovnog i kongresnog turizma te aktivno sudjeluje u aktivnostima usmjerenima na razvoj Hrvatske kao konkurentne međunarodne MICE destinacije. Suradnja s udrugom omogućuje pristup stručnim edukacijama, profesionalnom umrežavanju te inicijativama koje doprinose daljnjem pozicioniranju Splita na tržištu kongresnog turizma. Kroz članstvo u Hrvatskoj gospodarskoj komori Turistička zajednica grada Splita ostvaruje dodatne mogućnosti suradnje s gospodarskim subjektima i institucijama te pristup stručnim informacijama i savjetodavnoj podršci relevantnoj za razvoj turizma. Jedna od praktičnih pogodnosti članstva je i korištenje prostora Županijske komore Split za organizaciju radionica, edukacija i stručnih sastanaka na kojima sudjeluju dionici turističkog sektora, čime se potiče dijalog i koordinacija aktivnosti usmjerenih na održivi razvoj destinacije.

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

6. ADMINISTRATIVNI RASHODI

6.1. Plaće

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

Na plaće zaposlenika Turističke zajednice grada Splita u 2025. godini utrošeno je ukupno 288.016,26 eura.

6.2. Materijalni troškovi

Trošak se odnosi na troškove funkcioniranja ureda turističke zajednice, što uključuje usluge telefona i interneta, poštarinu (pisma, tiskanice i sl.), trošak prijevoza tiskovina, usluge tekućeg i investicijskog održavanja, iznošenje i odvoz smeća, pričuvu, troškove komunalne i vodoprivredne naknade, zdravstvene preglede zaposlenika, usluge odvjetnika i pravnog savjetovanja, revizorske usluge, usluge rada studenata, trošak tiskarskih usluga, trošak ostalih usluga, uredski materijal, literaturu (publikacije, časopise, knjige i ostalo), materijal i sredstva za čišćenje i održavanje, ostali potrošni materijal, električnu energiju, premije osiguranja zaposlenih i premije osiguranja događanja, kotizacije za seminare i Dane hrvatskog turizma, amortizaciju, usluge banaka, usluge FINA agencije, zatezne kamate za poreze, zatezne kamate iz poslovnih odnosa, neotpisanu vrijednost rashodovane imovine te neotpisana potraživanja.

Na troškove funkcioniranja ureda Turističke zajednice grada Splita u 2025. godini utrošeno je ukupno 76.412,93 eura.

6.3. Tijela Turističke zajednice

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

Na rad tijela Turističke zajednice grada Splita – Turističko vijeće TZGS i Skupština TZGS – u 2025. godini utrošeno je ukupno 14.078,35 eura.

REALIZACIJA FINANCIJSKOG PLANA 2025.

		PRIHODI	Plan 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Udio % u realizaciji	Indeks Realiz. / Reb.
1.		Izvorni prihodi	2.743.416	2.793.416	3.585.477	85,39%	128
	1.1.	Turistička pristojba	1.526.546	1.526.546	2.163.403	51,52%	142
	1.2.	Članarina	1.216.870	1.266.870	1.422.074	33,87%	112
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	570.000	570.000	600.879	14,31%	105
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	1.500	1.500	3.768	0,09%	251
4.		Prihodi iz EU fondova	0	0	0	0,00%	/
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	3.982	3.982	8.782	0,21%	221
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0	0	0	0,00%	/
7.		Ostali prihodi	10	10	74	0,00%	740
SVEUKUPNO			3.318.908	3.368.908	4.198.980	100,00%	125
		AKTIVNOSTI	Plan 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.	Udio % u realizaciji	Indeks Realiz. / Reb.
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	58.418	63.418	63.418	2,09%	100
	1.1.	Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata	57.180	62.180	62.180	2,05%	100
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	0	0	0,00%	/
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	1.238	1.238	1.238	0,04%	100
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.343.100	1.409.350	1.424.385	47,00%	101
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	28.800	28.800	24.564	0,81%	85
	2.2.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.151.300	1.167.550	1.185.796	39,12%	102
	2.3.	Podrška turističkoj industriji	163.000	213.000	214.025	7,06%	100
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.190.000	1.175.000	982.791	32,43%	84
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	5.000	0	0	0,00%	/
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	150.000	150.000	130.465	4,30%	87
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	45.000	45.000	25.588	0,84%	57
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	175.000	175.000	161.713	5,34%	92
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	55.000	55.000	37.912	1,25%	69
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	40.000	40.000	39.497	1,30%	99
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	110.000	110.000	86.156	2,84%	78
	3.8.	Internetske stranice	50.000	40.000	38.808	1,28%	97

3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	10.000	10.000	9.882	0,33%	99
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	550.000	550.000	452.770	14,94%	82
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	202.050	195.800	181.394	5,98%	93
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	5.800	5.800	4.562	0,15%	79
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	30.000	30.000	30.012	0,99%	100
4.3.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	10.000	10.000	9.417	0,31%	94
4.4.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	156.250	150.000	137.403	4,53%	92
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	340	340	340	0,01%	100
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	525.000	525.000	378.507	12,49%	72
6.1.	Plaće	420.000	420.000	288.016	9,50%	69
6.2.	Materijalni troškovi	75.000	75.000	76.413	2,52%	102
6.3.	Tijela turističke zajednice	30.000	30.000	14.078	0,46%	47
7.	REZERVA					
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE					
SVEUKUPNO		3.318.908	3.368.908	3.030.835	100,00%	90

3	Prihodi	Plan 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.
31	Prihodi od pružanja usluga	0	0	4.800
32	Prihodi od članarina	1.216.870	1.266.870	1.422.074
33	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	1.526.546	1.526.546	2.163.403
34	Prihodi od imovine	3.982	3.982	3.982
35	Prihodi od donacija	570.000	570.000	600.879
36	Ostali prihodi	10	10	74
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	1.500	1.500	3.768

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

4	Rashodi	Plan 2025.	Rebalans 2025.	Realizacija 2025.
41	Rashodi za radnike	780.000	780.000	598.772
42	Materijalni rashodi	1.812.838	1.812.838	1.565.401
43	Rashodi amortizacije	12.270	12.270	6.909
44	Financijski rashodi	3.500	3.500	3.794
45	Donacije	700.000	750.000	769.275
46	Ostali rashodi	300	300	334
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	10.000	10.000	86.350