

**FINANCIJSKO IZVJEŠĆE**  
**I REALIZACIJA PROGRAMA RADA**  
**TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA**  
**ZA 2018. GODINU- *PRIJEDLOG***



*Split is beautiful, but it's also a stage for beauty. French photographer Georges Dambier realized that when he took this two photos of model Maria Reachi during 1955 photo session for Elle Magazine*

UNWTO procjenjuje da su dolasci međunarodnih turista porasli za 6% na 1,4 milijarde 2018. godine, što je očito iznad rasta od 3,7% zabilježenog u globalnom gospodarstvu.

U relativnom smislu, Bliski Istok (+ 10%), Afrika (+ 7%), Azija i Pacifik i Europa (obje na + 6%) vodile su rastom 2018. godine. Dolasci u obje Amerike bili su ispod svjetskog prosjeka (+3%).

Dugoročna prognoza UNWTO-a objavljena 2010. godine predviđjela je 1,4 milijarde međunarodnih turističkih dolazaka za 2020. Međutim, snažniji gospodarski rast, jeftinija putovanja zrakoplovom, tehnološke promjene, novi modeli poslovanja i pojednostavljeni vizni režim diljem svijeta ubrzali su rast u posljednjih nekoliko godina.

Međunarodni dolasci turista u Europi dosegli su 713 milijuna u 2018., što je značajan porast od 6% u odnosu na iznimno snažnu 2017. godinu. Rast je potaknut južnom i mediteranskom Europom (+ 7%), srednjom i istočnom Europom (+ 6%) i zapadnom Europom (+ 6%). Rezultati u sjevernoj Europi lošiji su jer je manje dolazaka u Ujedinjeno Kraljevstvo.

Azija i Pacifik (+ 6%) zabilježili su 343 milijuna međunarodnih dolazaka turista 2018. godine. Dolasci u jugoistočnu Aziju porasli su za 7%, a slijede jugoistočna Azija (+ 6%) i Južna Azija (+ 5%). Oceanija je pokazala umjereniji rast od + 3%.

Sjeverna i Južna Amerika (+ 3%) dočekale su 217 milijuna međunarodnih dolazaka u 2018. godini, s mješovitim rezultatima diljem odredišta. Najveći je rast zabilježila Sjeverna Amerika (+ 4%), potom Južna Amerika (+ 3%), dok su srednja Amerika i Karibi (oboje -2%) postigli vrlo različite rezultate.

Podaci iz Afrike ukazuju na povećanje od 7% u 2018. godini (Sjeverna Afrika + 10% i podsaharska + 6%), dosegnuvši oko 67 milijuna dolazaka.

Bliski istok (+ 10%) konsolidirao je oporavak iz 2017., međunarodni turistički promet dostigao je 64 milijuna.

**TURISTIČKI PROMET SIJEČANJ-PROSINAC 2018. GODINE  
(SLUŽBENI PODACI)**

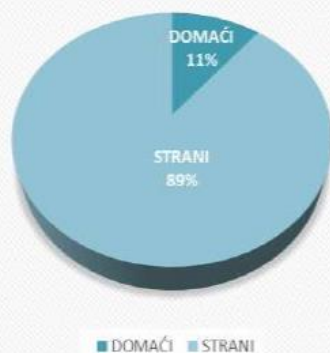
**TURISTI I NOĆENJA U REPUBLICI HRVATSKOJ SIJEČANJ-PROSINAC 2018. GODINE**

	TURISTI		INDEX			NOĆENJA		INDEX		
	2017.	2018.	18./17.			2017.	2018.	18./17.		
DOMAĆI	1.837.681	2.021.709	110,01			5.978.264	6.476.646	108,34		
STRANI	15.592.899	16.644.871	106,75			80.221.997	83.175.143	103,68		
			INDEX	UDJEL U RH U %				INDEX	UDJEL U RH U %	
	2017.	2018.	18./17.	2017.	2018.	2017.	2018.	18./17.	2017.	2018.
INDIVIDUALNI	11.071.871	11.743.967	106,07	63,52	62,91	56.600.823	58.146.608	102,73	65,66	64,86
DOMAĆI	1.248.688	1.360.166	108,93	7,16	7,29	4.255.309	4.607.347	108,27	4,94	5,14
STRANI	9.823.184	10.383.801	105,71	56,36	55,63	52.345.514	53.539.261	102,28	60,73	59,72
ORGANIZIRANI	6.358.709	6.922.613	108,87	36,48	37,09	29.599.438	31.505.181	106,44	34,34	35,14
DOMAĆI	588.993	661.543	112,32	3,38	3,54	1.722.955	1.869.299	108,49	2,00	2,09
STRANI	5.769.716	6.261.070	108,52	33,10	33,54	27.868.851	29.635.882	106,34	32,33	33,06
<b>UKUPNO HRVATSKA</b>	<b>17.430.580</b>	<b>18.666.580</b>	<b>107,09</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>86.200.261</b>	<b>89.651.789</b>	<b>104,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

IZVOR: Državni zavod za statistiku

Rast turističkog prometa ima i Republika Hrvatska. U 2018. godini ukupno je zabilježeno 18,6 milijuna turista (rast 7,1%) od čega je 2 milijuna domaćih turista (rast 10%) i 16,6 milijuna stranih turista (rast 6,8%). Od ukupno 89,6 milijuna noćenja (rast 4%), domaći gosti ostvarili su 6,4 milijuna (rast 8,3%) a strani 83,1 milijuna (rast 3,7%). Od ukupnog broja turista koji su posjetili Hrvatsku u 2018. godini, 11% činili su domaći turisti dok je stranih turista bilo 89%. U strukturi noćenja, 65% čine individualni gosti, a 35% organizirani dolasci.

**STRUKTURA DOLAZAKA TURISTA  
SIJEČANJ-PROSINAC 2018.**



**STRUKTURA NOĆENJA PO NAČINU  
DOLASKA SIJEČANJ-PROSINAC 2018.**



Najviše turista boravilo je u hotelskom smještaju, njih 69,0% su ostvarili 240,9 tisuća dolazaka (rast 9,5%) i 458,1 tisuća noćenja (rast 10,1%). Slijedi privatni smještaj koji bilježi 77,5 tisuću

**TURISTIČKI PROMET STRANIH TURISTA SIJEČANJ-PROSINAC 2018. GODINE**

ZEMLJE	TURISTI		INDEX 18./17.	UDJEL U % 2018.	NOĆENJA		INDEX 18./17.	UDJEL U % 2018.
	2017.	2018.			2017.	2018.		
NJEMAČKA	2.615.900	2.783.513	106,41	16,7	19.525.823	19.983.716	102,35	24,0
AUSTRIJA	1.331.215	1.369.709	102,89	8,2	6.990.661	7.064.741	101,06	8,5
SLOVENIJA	1.297.681	1.364.252	105,13	8,2	7.140.125	7.278.621	101,94	8,8
ITALIJA	1.110.219	1.148.078	103,41	6,9	4.915.170	5.023.959	102,21	6,0
POLJSKA	934.336	929.184	99,45	5,6	6.056.181	6.039.972	99,73	7,3
UJEDINJENA KRALJEVINA	750.675	821.114	109,38	4,9	3.809.782	4.177.988	109,66	5,0
ČEŠKA	741.757	755.104	101,80	4,5	5.067.098	5.127.447	101,19	6,2
MAĐARSKA	545.789	598.975	109,74	3,6	2.769.749	2.978.151	107,52	3,6
FRANCUSKA	536.072	583.130	108,78	3,5	1.969.831	2.088.534	106,03	2,5
SAD	451.947	558.751	123,63	3,4	1.178.063	1.413.182	119,96	1,7
OSTALO	5.277.308	5.733.061	108,64	34,4	20.799.514	21.998.832	105,77	26,4
<b>UKUPNO STRANI</b>	<b>15.592.899</b>	<b>16.644.871</b>	<b>106,75</b>	<b>100,0</b>	<b>80.221.997</b>	<b>83.175.143</b>	<b>103,68</b>	<b>100,0</b>

IZVOR: Državni zavod za statistiku

dolazaka (rast 22,8%) i 208,1 tisuća noćenja (rast 25,3%), te hosteli s 18,6 tisuća dolazaka (rast 3,1%) i 33,6 tisuća noćenja (rast 11,7%).

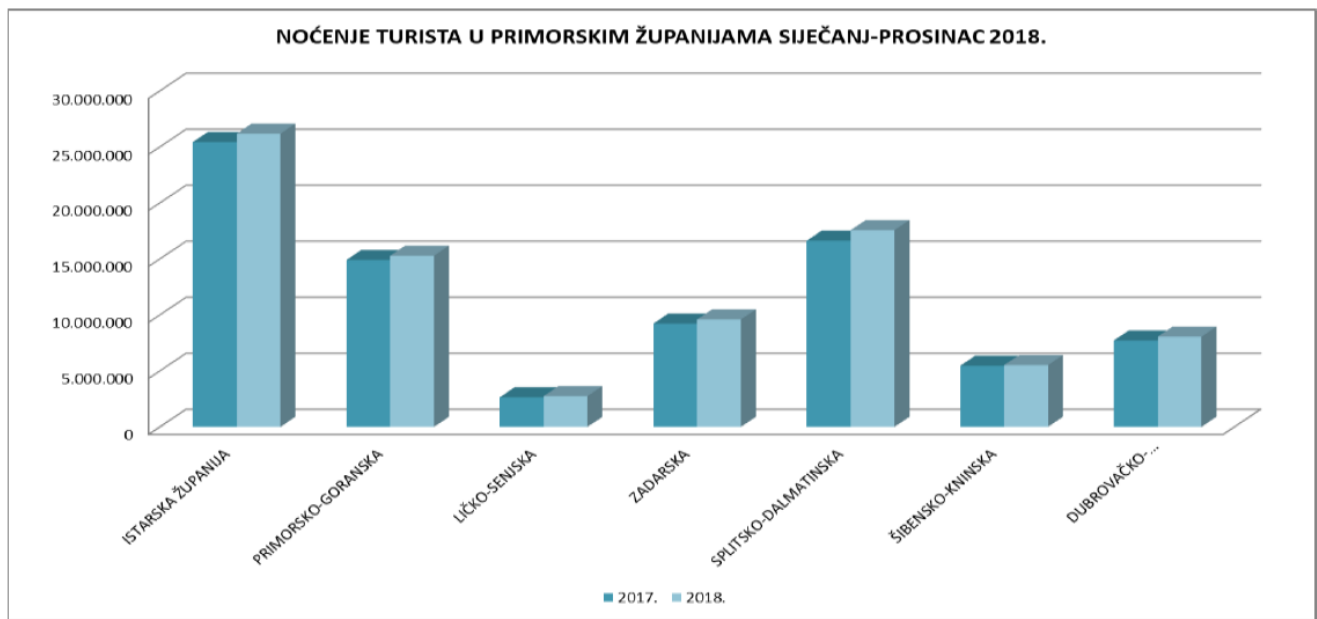
**TURISTI I NOĆENJA PO VRSTAMA OBJEKATA ZA SMJEŠTAJ SIJEČANJ-PROSINAC 2018. GODINE**

OBJEKTI	TURISTI		INDEX 18./17.	UDJEL TURISTA U UKUPNOM U % 2018.	NOĆENJA		INDEX 18./17.	UDJEL TURISTA U UKUPNOM U % 2018.
	2017.	2018.			2017.	2018.		
Hoteli <sup>1</sup>	6.330.632	6.754.162	106,69	36,18	20.581.284	21.333.511	103,65	23,80
Kampovi <sup>3</sup>	2.822.227	2.920.246	103,47	15,64	19.081.574	19.275.052	101,01	21,50
Hosteli	456.208	450.035	98,65	2,41	1.123.697	1.105.142	98,35	1,23
Lječilišta	20.145	12.590	62,50	0,07	152.249	121.950	80,10	0,14
Kućanstva - sobe, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor <sup>2</sup>	6.984.520	7.682.491	109,99	41,16	40.851.485	43.382.221	106,19	48,39
Ostali objekti	816.848	847.056	103,70	4,54	4.409.972	4.433.913	100,54	4,95
<b>UKUPNO OBJEKTI</b>	<b>17.430.580</b>	<b>18.666.580</b>	<b>107,09</b>	<b>100,00</b>	<b>86.200.261</b>	<b>89.651.789</b>	<b>104,00</b>	<b>100,00</b>

**TURISTIČKI PROMET PO ŽUPANIJAMA SIJEČANJ-PROSINAC 2018. GODINE**

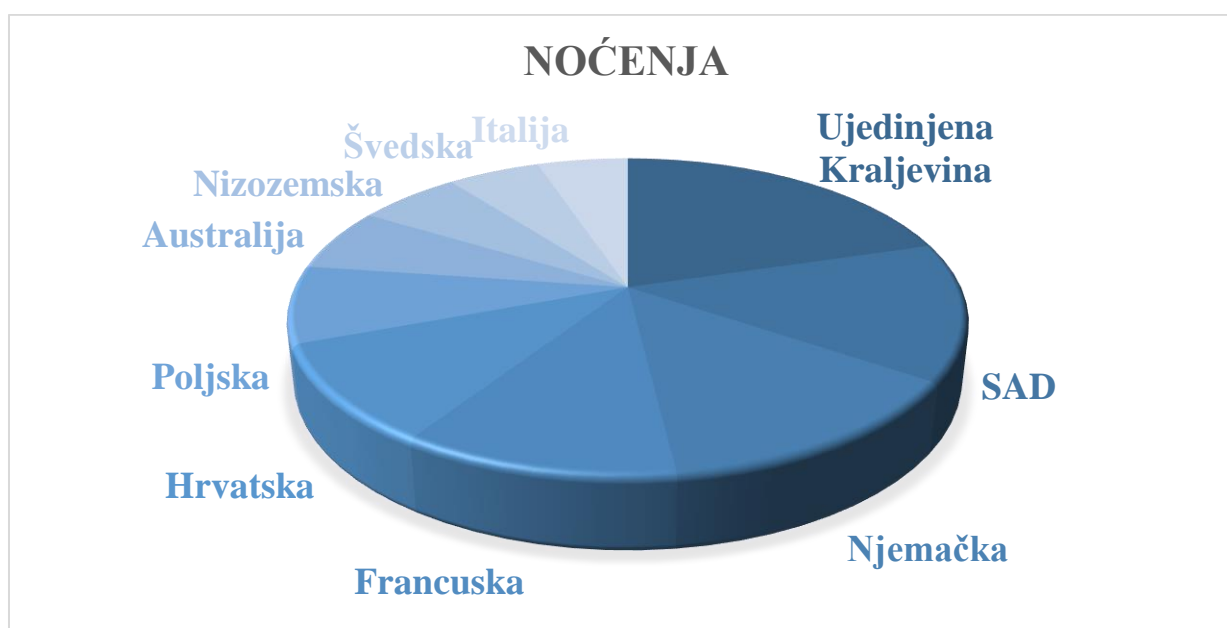
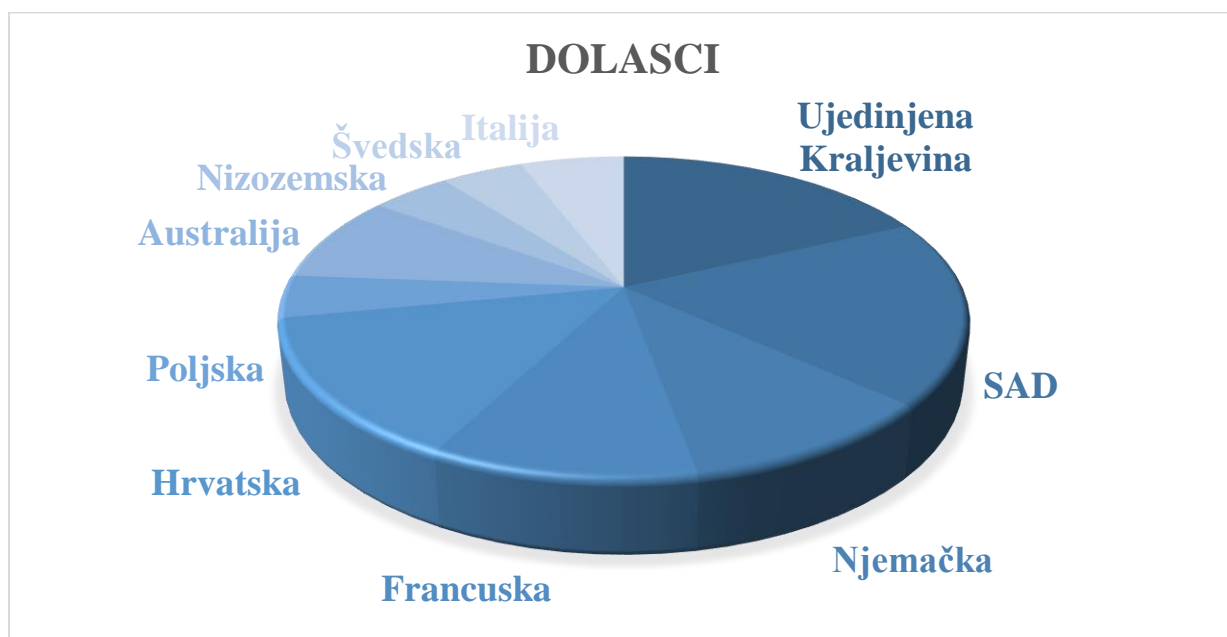
ŽUPANIJE	TURISTI		INDEX 18./17.	NOĆENJA		INDEX 18./17.
	2017.	2018.		2017.	2018.	
ZAGREBAČKA ŽUPANIJA	86.501	122.950	142,14	148.810	202.606	136,15
KRAPINSKO-ZAGORSKA	142.313	160.669	112,90	330.277	361.864	109,56
SISAČKO-MOSLAVAČKA	36.640	38.629	105,43	90.142	99.106	109,94
KARLOVAČKA ŽUPANIJA	332.991	353.264	106,09	565.298	608.366	107,62
VARAŽDINSKA ŽUPANIJA	61.257	71.150	116,15	141.512	167.776	118,56
KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA	18.537	19.591	105,69	38.814	40.124	103,38
BJELOVARSKO-BILOGORSKA	22.556	24.830	110,08	69.756	79.824	114,43
PRIMORSKO-GORANSKA	2.789.179	2.909.914	104,33	14.897.443	15.284.346	102,60
LIČKO-SENJSKA	736.284	789.330	107,20	2.647.025	2.749.230	103,86
VIROVITIČKO-PODRAVSKA	14.184	18.023	127,07	33.453	46.299	138,40
POŽEŠKO-SLAVONSKA	13.284	16.252	122,34	30.611	36.134	118,04
BRODSKO-POSAVSKA	28.614	34.500	120,57	50.791	55.775	109,81
ZADARSKA	1.559.419	1.664.467	106,74	9.218.486	9.590.846	104,04
OSJEČKO-BARANJSKA	92.239	99.025	107,36	177.677	194.904	109,70
ŠIBENSKO-KNINSKA	923.233	965.203	104,55	5.455.189	5.512.226	101,05
VUKOVARSKO-SRIJEMSKA	88.942	80.536	90,55	138.470	132.042	95,36
SPLITSKO-DALMATINSKA	3.159.851	3.474.145	109,95	16.622.717	17.561.956	105,65
ISTARSKA ŽUPANIJA	4.104.018	4.332.752	105,57	25.426.476	26.178.763	102,96
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	1.864.114	2.014.734	108,08	7.712.310	8.051.049	104,39
MEDIMURSKA ŽUPANIJA	70.337	76.415	108,64	168.146	186.736	111,06
GRAD ZAGREB	1.286.087	1.400.201	108,87	2.263.758	2.511.817	110,96
<b>UKUPNO ŽUPANIJE</b>	<b>17.430.580</b>	<b>18.666.580</b>	<b>107,09</b>	<b>86.200.261</b>	<b>89.651.789</b>	<b>104,00</b>

IZVOR: Državni zavod za statistiku



Po broju dolazaka prednjači Istarska županija s 41,6 tisuća dolazaka (rast 8,8%) i 110,7 tisuća noćenja (rast 15,0%), slijedi je Primorsko-goranska županija s 41,3 tisuće dolazaka (rast 7,0%) i 107,0 tisuća noćenja (rast 9,9%), te Splitsko-dalmatinska županija s 32,4 tisuće dolazaka (rast 40,4%) i 63,7 tisuća noćenja (rast 30,5%).

Prema podacima sustava eVisitor, na području Splita od siječnja do studenoga 2018. godine ostvareno je 863.834 dolazaka i 2.540.818 noćenja turista, što ukazuje na porast od 18% u dolascima i 16% u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Vodeća emitivna tržišta u 2018. godini su tržište Ujedinjene Kraljevine, SAD-a i Njemačke, slijede Francuska i Poljska.



Godina	hoteli	hosteli	druge vrste smještaja	kampovi	domaćinstvo	UKUPNO
2010.	2073	554	409	1230	4454	8720
2011.	2073	624	499	1230	5755	10181
2012.	2101	731	1153	1221	7503	12709
2013.	2144	773	1276	1221	10473	15887
2014.	2254	849	1255	1221	12239	17818
2015.	2576	1030	1356	1155	15399	18112
2016.	2765	1148	2534	1149	16062	23227
2017.	3180	1217	2902	1149	19535	27983
2018.	3313	1271	3289	1149	22385	31407

U 2018. godini nastavlja se trend rasta smještajnih kapaciteta, prvenstveno privatnoga smještaja. Neprekinuti rast smještajnih kapaciteta bilježi se od 2010. godine, najviše u domaćinstvu. Najznačajniji porast smještajnih kapaciteta u domaćinstvu zabilježen je u 2013. godini, što se često povezuje s Ultra Europe festivalom koji se te godine prvi put održao u Splitu. Ova manifestacija značajno je utjecala na privlačenje većeg broja turista, a time i na veću ponudu smještajnih kapaciteta. Zabilježen je i kontinuiran rast hotelskoga smještaja, no za daljnji razvoj turističkih proizvoda održivih na razini cijele godine ključan je trend rasta hotelskoga smještaja na području Splita.

Vrsta smještaja	2017.		2018.		Indeks 2016./2017.	
	Dolazak	Noćenje	Dolazak	Noćenje	Dolazak	Noćenje
Hotel	255.297	471.753	290.215	545.714	114	116
Kamp	30.196	127.470	31.722	132.933	105	104
Objekti u domaćinstvu	326.359	1.300.039	398.920	1.526.848	122	117
Druge vrste-skupina kampovi	125.057	304.053	144.514	341.507	116	112
<b>UKUPNO</b>	<b>736.909</b>	<b>2.203,315</b>	<b>865.371</b>	<b>2.547,002</b>	117	116

Ostvareni broj noćenja po vrsti smještaja prati strukturu smještajnih kapaciteta. Na području Splita u 2018. godini najveći broj noćenja ostvaren je u objektima u domaćinstvu, potom u hotelskom smještaju. Ovaj podatak ukazuje na potražnju za individualnom uslugom koja je jedna od vodećih prednosti smještaja u domaćinstvu, ali i na nedostatak hotelskoga smještaja važnoga za razvoj cjelogodišnjeg turizma.

# FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

## PRIHODI

Godišnje financijsko izvješće usklađeno je sa Zakonom i standardima u sustavu turističkih zajednica, s poslovnim knjigama TZG Splita, i pokazuje ispravno stanje.

Tijekom 2018. godine TZG Splita ostvarila je 18.937,776 prihoda i 18.937,776 kn rashoda.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2018.	OSTVARENJE	indeks
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	8.300.000	8.242.869	99
2.	Prihodi od turističke članarine	6.300.000	6.595.442	105
3.	Prihodi iz proračuna grada za gradske manifestacije	2.400.000	2.400.000	100
4.	Prihodi iz pror. Grada za Europsko rukometno prvenstvo	625.000	625.000	100
5.	Prihodi od boravišne pristojbe nautičara	180.000	186.631	104
6.	Prihodi od drugih aktivnosti	20.000	29.662	148
7.	Ostali nespomenuti prihodi (HTZ, Županijska TZ, Županija, Ministarstvo)	200.000	257.277	129
8.	Prihodi iz EU fondova	0	776	
9.	Prijenos prihoda iz prethodnih godina	1.520.000	600.119	39
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>19.545.000</b>	<b>18.937.776</b>	<b>97</b>



**RASHODI - STRUKTURA MARKETING MIXA**  
**ADMINISTRATIVNI RASHODI**

RB	RASHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2018.	OSTVARENJE	indeks
<b>1.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI (1. + 2. + 3. + 4.)</b>	<b>4.335.000</b>	<b>4.198.811</b>	<b>97</b>
<b>1.</b>	<b>Rashodi za radnike i troškovi ureda</b>			
1.1.	Rashodi za radnike - Turistički ured	2.050.000	2.038.118	99
1.2.	Troškovi Turističkog ureda	320.000	272.247	85
1.3.	Rashodi za radnike - TIC Split	1.210.000	1.179.530	97
1.4.	Troškovi TIC Split	220.000	206.783	94
1.5.	Rashodi za radnike - Lučka kapetanija (HTZ)	25.000	25.850	103
1.6.	Rashodi za radnike - TIC Stobreč	224.000	224.185	100
1.7.	Troškovi TIC <i>Stobreč</i>	40.000	40.851	102
1.8.	Rashodi za radnike - TIC Slatine	26.000	23.050	89
1.9.	Troškovi TIC Slatine	20.000	11.318	57
<b>2.</b>	<b>Rashodi za rad tijela Turističke zajednice</b>	<b>200.000</b>	<b>176.879</b>	<b>88</b>

U administrativne troškove ubrajaju se svi poslovi Ureda turističke zajednice i ostali poslovi nužni za ostvarivanje programa rada određeni zakonom i statutom Turističke zajednice. Administrativni troškovi uključuju rashode ureda turističke zajednice, troškove TIC-a i troškove rada tijela TZ. Sukladno Programu rada i financijskom planu za 2018. godinu, sredstva su utrošena za bruto plaće i ostala materijalna primanja radnika, izdatke za prijevoz i ostale rashode za radnike prikazane u Financijskom izvješću. Rashodi ureda Turističke zajednice grada Splita odnose se na provedbu i koordinaciju provedbe aktivnosti nužnih za ostvarivanje Programa rada i financijskog plana za 2018. godinu i aktivnosti vezanih za obavljanje zakonom propisanih zadaća Turističke zajednice grada Splita. Naglasci su: promoviranje turističke destinacije samostalno i putem udruženog oglašavanja; koordinacija javnog i privatnog sektora; izrada strateških i razvojnih planova turizma; redovito prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama), radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista; izdavanje turističkih promotivnih materijala; obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom, poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih i drugih manifestacija koje doprinose obogaćivanju turističke ponude; koordinacija djelovanja svih subjekata neposredno ili posredno uključenih u turistički promet; poticanje, organiziranje i provođenje akcija radi očuvanja turističkog prostora, unaprjeđivanja turističkog okruženja i zaštite okoliša, te prirodne i kulturne

baštine; poticanje, unaprjeđivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti; vođenje jedinstvenog popisa turista za područje općine ili grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka; dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području općine ili grada; provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista radi suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista; promocija turističkog proizvoda prema Godišnjem programu rada i financijskom planu.

Rashodi Turističkoga ureda u skladu su s planiranim iznosom. Za rad Turističkog vijeća i Nadzornog odbora utrošeno je 176.879 kn, odnosno 88% planiranoga iznosa.

## DIZAJN VRIJEDNOSTI

Za organizaciju događanja, i potpore događanjima i projektima utrošeno je 8.106,684 kn.

RB	RASHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2018.	OSTVARENJE	indeks
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI (1. + 2. + 3. + 4.)</b>	<b>4.335.000</b>	<b>4.198.811</b>	<b>97</b>
<b>1.</b>	<b>Rashodi za radnike i troškovi ureda</b>			
1.1.	Rashodi za radnike - Turistički ured	2.050.000	2.038.118	99
1.2.	Troškovi Turističkog ureda	320.000	272.247	85
1.3.	Rashodi za radnike - TIC Split	1.210.000	1.179.530	97
1.4.	Troškovi TIC Split	220.000	206.783	94
1.5.	Rashodi za radnike - Lučka kapetanija (HTZ)	25.000	25.850	103
1.6.	Rashodi za radnike - TIC Stobreč	224.000	224.185	100
1.7.	Troškovi TIC <i>Stobreč</i>	40.000	40.851	102
1.8.	Rashodi za radnike - TIC Slatine	26.000	23.050	89
1.9.	Troškovi TIC Slatine	20.000	11.318	57
<b>2.</b>	<b>Rashodi za rad tijela Turističke zajednice</b>	<b>200.000</b>	<b>176.879</b>	<b>88</b>
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>8.315.000</b>	<b>8.106.684</b>	<b>97</b>

## ZIMSKI AKVAREL



Na Rivi je realiziran bogat dnevni program - dječji programi, klapski nastupi, klasični kvinteti, zabavne grupe, zborovi... samo su dio programa. Održano je 15 nastupa klapa, zborova, 'klasičara', kvarteta i orkestrara, zabavnih, pop i rock koncerata s notama filmskih klasika, mjuziklom „Mamma mia“, gostima iz Zagreba, Rijeke, Šibenika, Splita, programi prilagođeni mališanima povodom sv. Nikole i sv. Lucije. Poseban program održan je i na Silvestrovo, prvi put dnevna događanja potrajala su od 10 do 16 sati. U sklopu programa na Rivi nastupila su i brojna poznata imena: Giuliano, Klapa Šufit, Grupa Dalmatino, Četiri tenora, klapa Iskon, Neno Belani Fiumensi...

I na Pjaci je vladala već poznata odlična atmosfera. Pet tjedana posjetitelji su mogli uživati u božićnim delicijama domaćih i gostujućih kuhara, cocktail majstora, vinskih kuća. Zabavni program započinjao je svaki dan u 18 sati, a najposjećenije su bile tradicionalne poslijepodnevne fešte za Badnjak i Novu godinu. Ukrašeni Đardin je i u 2018. godini ostao idealna adventska lokacija za djecu i mlade. Svakodnevno su organizirani tematski programi: nastupi crkvenih zborova i bendova duhovne glazbe koji pjesmom donose radost Božića, mladih glazbenika u suradnji s Glazbenom mladeži Split, zborova festivala CRO PATRIA, studenata Glazbene akademije Sveučilišta u Splitu...Subotom su se održavali dječji programi i paljenje adventskih svijeća uz prigodan program, a nedjeljom koncertni programi orkestrara i zborova klasične i duhovne glazbe. Posebno veselje za djecu bila je Božićna bajka Ivice i Marice - svakodnevni program u Đardinu u kojem su sudjelovala djeca s invaliditetom, a veselo

je bilo i na dočeku dječje Nove godine uz gosta iznenađenja. Trg Gaje Bulata dobio je novo ruho i postao Trg uličnih umjetnika, zabavljača i svirača gdje su se svakodnevno prodavali suveniri i ukrasi. Sedam timova (gitare, klasične i „ukulele“ violina, gitara, mandolina, klarinet, harmonika, usna harmonika) uveseljavalo je građane i goste. KUD Jedinstvo je pregrštom tradicionalnih napjeva svake subote od 11.30 do 12.30 sati na Peristilu, Pjaci, Voćnom trgu, Vestibulu utopljavao Zimski akvarel. Novost u programu Zimskoga akvarela bila je i „Božićna štorija“ u Žrnovnici od 21. do 23. prosinca, a posjetitelji su se oduševili i živim jaslicama, dječjim programima i koncertima. Ove godine i muzeji su bili obojani zimskim akvarelom. U Galeriji Meštrović „Hrvatske narodne bajke i priče“, glazba, kreativno pripovijedanje, dramske igre s puno zabave za djecu između 5 i 10 godina u projektu „Čarobni četvrtak“. Organizirani su i programi „Došašće u Muzeju grada Splita“, „Više od svjetla i soli: 200 godina hrvatskih svjetionika“ u Pomorskom muzeju i gastro događaj „Brodsko kužina na suhom“. Na Marjanu U organizaciji Prirodoslovnog muzeja i uz potporu TZ Split, na Marjanu je održana fešta „Božićna priča stare Dalmacije - kar naših didova“. U kapelici Arnira bile su izložene jaslice, djelo akademske kiparice Dijane Ive Sesartić.

TZ Split je i ove godine organizirala i sudjelovala u humanitarnim adventskim događanjima. Podržali smo akciju "Sv. Luce donosi osmijeh" koja već tradicionalno senzibilizira javnost o problemima djece iz Doma „Maestral“. Lutkarska predstava u izvedbi Gradskoga kazališta lutaka Split upriličerna je u Klinici za dječje bolesti u KBC Split. HŽ Putnički prijevoz i Turistička zajednica grada Splita i ove godine organizirali su humanitarnu vožnju ICN-vlakom 'Tin-express' na relaciji Split – Kaštel stari – Split. Tijekom vožnje Sv. Nikola je uveseljavao djecu uz prigodne poklone koje je osigurao Kraš. Program je oplemenjen i izložbom radova nagrađenih na FOTO natječaju Advent u Splitu, koji je TZ Split organizirala u suradnji s Foto klubom Split. Vrhunac ZIMSKOG AKVARELA bio je najzabavniji doček Nove godine uz nastup Jasmina Stavrosa i grupe Magazin, a ljubitelji plesa uživali su u Salsa dočeku Nove godine.

## USKRŠNJA DOGAĐANJA

Da bismo obogatili ponudu izvan turističke sezone i oplemenili prikaz kršćanske tradicije svetkovanja najvećega kršćanskog blagdana, u 2018. godini organizirali smo niz događanja povodom Uskrsa.

Primjerice, oslikavanje pisanica za sve građane na Rivi uz pomoć Sekcije umjetnika branitelja grada Splita. Zatim, također u suradnji s udrugom Sekcija umjetnika branitelja grada Splita i Centrom za odgoj i obrazovanje Juraj Bonači, Đardin smo ukrasili svjetlećim uskršnjim figurama i dekoracijama koje su izradile vrijedne ruke korisnika COO Juraj Bonači i umjetnika branitelja. Željeli smo uključiti što više ciljanih skupina, pa je tako dio programa bio posvećen posebno djeci. Dječji zbor Srdelice glazbeno scenskim uprizorenjem na jedinstven način približio nam je Križni put.



Na sam blagdan Uskrsa u 11 sati na Trgu Republike (Prokurativama), svim turistima i sugrađanima nastojali smo učiniti Uskrs

slađim uz manifestaciju Slasno uskršnje jutro. U suradnji s udrugom SKMER za naše građane i goste pripremali smo tradicionalna uskršnja jela - domaću šunku pečenu u kruhu, sirnicu, pisanice (tvrdo kuhana i obojana jaja), domaći kruh, live cooking s brojnim jelima iznenađenja. Posebno svečano bilo je na korizmenom koncertu



okteta Delmati u podrumima Dioklecijanove palače.

## SUDAMJA



Višestoljetni, i vjerojatno naš najsplitskiji blagdan svetoga Dujma ili "Fjera svetoga Duje", slavi se 7. svibnja. Posvećena je sv. Dujmu, salonitanskom biskupu, koji je živio u doba cara Dioklecijana kada je i pogubljen. Sveti Dujam slavi se kao zaštitnik grada Splita. Manifestacijom se ujedno obilježava i Dan grada Splita. Program se održava od početka do sredine svibnja, i jedan je od vodećih motiva dolaska turista u Split izvan glavne sezone. Ekonomska korist ovog događaja ogleda se u multiplikativnom efektu na cijeli turistički sektor Splita u predsezoni. Profitira prvenstveno lokalna zajednica, hotelijeri, ugostitelji i svi koji su izravno ili neizravno uključeni u pružanje turističkih usluga u.

Sudamja je jedinstven događaj koji jedini u Hrvatskoj spaja stoljetnu tradiciju, UNESCO-ov lokalitet, nematerijalnu kulturnu baštinu, glazbu, ples, sport, gastronomiju... Ovaj događaj u 2018. godini prerastao je nacionalne okvire i koncertom megapopularnog škotskog rock sastava Simple Minds i međunarodnom regatom Oxford Cambridge



privukao pozornost svjetske javnosti u predsezoni i postao glavni motiv dolaska turista.

Događanja u sklopu Sudajme održana u 2018. godini, organizirana od strane Grada Split i Turističke zajednice grada Splita, su: Turnir o' balot,, Sv. Duji Splita grada; DOMESTIC SPLIT sajam domaćih proizvoda i rukotvorina; Devetnica u čast sv. Dujma (sveta misa i propovijed), koncert duhovne glazbe Trio Exspression „When That Day Will Be Mine?“ koncert povodom Međunarodnog dana Jazza; „ Dani zdravlja na higijenskom“ Nastavni zavod za javno zdravstvo SDŽ; Proslava Međunarodnog praznika rada; Koncert klasične glazbe (Stefan Kokoškov,Bjanka Ivas i Musica mediterana); Izložba fotografija,„Veze- Connections“ 1. gimnazija Split Astor College Dover; Spli'ska abeceda –slovarica zavičajnog kraja: predstavljanje slovarice učenika OŠ Spinut; Sv.Duje - Splite moj,likovna radionica; Mala škola francuskog jezika: Sveti Duje za djecu ; Javna tribina „ Split i Poljica-neraskidive veze“; Klapa Rebatajica; Cjelovečernji koncert KUD-a „ Filip Dević“ ; Fešta sv. Križa; Dječji program „ Neka Riva u cviću pliva“; likovna radionica članica ULKU „Vlaho Bukovac“; Dan HNK Split; Otvorenje izložbe EMS„Bijelo na bijelom“; Multimedijalna radionica: Dioklecijan, palača i grad; Središnja knjižnica Marka Marulića Predavanje Roberta Kučića Obnova splitskog sporta



nakon 1. svjetskog rata, u suradnji s Muzejom sporta; Multimedijalni kulturni centar Split Izložbe u sklopu programa Urbanistička platforma - Boris Ljubičić i Davor Grünwald: HNK Split Susret dalmatinskih klapa; Koncert zabavne glazbe- nastup grupe Hologram; Gastro Get festival Sudamja; Humanitarna manifestacija „Domnius Angelus“; Izložba dječjih radova „ Da sam ja kapetan“Otvaranje izložbe „Sudamja naoposun“ Muzej grada Splita; Mali kreativci, likovna radionica: „Sveti Duje mi smo tvoja dica „; Likovna radionica: Moj Sveti Duje; Izložba Lipo cviče; Cjelovečernji koncert KUD-a „ Brodosplit“; Praznik cvijeća; HNK Split Ivo Tijardović: SPLI'SKI AKVAREL HNK Split; Multimedijalna radionica: Marjanom uzduž i poprijeko; Sudamja fest- koncert duhovne glazbe u čast sv. Dujma Splitsko-makarska



nadbiskupija; Zabavni program: nastup grupe Adriatic; Humanitarni koncert Simple Minds; Sajam Sudamje ; Međunarodna veslačka regata Sveti Duje: Utrka legendi OxfordCambridge-; „Naše slatkice- Splitska torta“; Otvaranje moćnika sv. ; Plesna skupina „ Si vas para Chile“ ; Cjelovečernji koncert KUD-a, „ Jedinstvo; Fešta spize i pića ŠKMER; Humanitarni plivački maraton od Solina do Splita „Dina za Mir“; Koncert klape Rišpet; Tradicionalna splitska tombola; Koncert za Dan Grada; Vatromet ; Mali Dan Marjana; Podizanje europske zastave povodom Dana Europe; Splitska biciklijada ; „ Splitski moti“ „Šetnjom do zdravlja od jarbola do jarbola“, Dan Marjana...

Vizija Sudamje je postati prepoznatljiva i uspješna manifestacija na međunarodnoj razini koja spajanjem tradicije i zabave posjetiteljima pruža jedinstven doživljaj. Misija našeg događaja je promicanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine bogatim programom koji će individualnim pristupom zadovoljiti ukuse najzahtjevnijih posjetitelja.

Upravo raznovrsnim programom koji u potpunosti promiče tradiciju, ostvaruje se iznimno visoka izvornost i za domaće i za strane posjetitelje. Posebnost je i sudjelovanje turista u realizaciji programa, npr. projekt *Šotobraci Splitom* u kojem turisti svladavaju korake starog Splitskog plesa i nastupaju pred prisutnim posjetiteljima. Sudamja osim ekonomskih, lokalnoj zajednici donosi niz društvenih koristi. Lokalna zajednica uživa u zabavnoj atmosferi što je

i odlična prilika za druženje obitelji, stvaranje osjećaja pripadnosti i jedinstva te jačanje zavičajnoga ponosa. Ovim događajem čuva se i revitalizira kulturna baština što doprinosi širenju kulturnih vidika lokalne zajednice i potiče stvaranje novih, izazovnih poslovnih ideja.



## KONCERTNI PROGRAM: RIVA, TRGOVI GRADA, PODRUMI

### CILI SVIT U SPLIT



Koncertnim programom na Rivi, s naglaskom na manifestaciji 'Spli'ski litnji koluri' željeli smo unaprijediti turističku ponudu i učiniti boravak turista u destinaciji još sadržajnijim. Obilje kulture, zabave, glazbe i sporta proželo se kroz više od 90 programa.

U programu Čari klasične glazbe nastupili su brojni glazbeni umjetnici i akademici, primjerice Stefan Kokoškov, Tatjana Borschagivsk, Danira Ipavec, Majda Goluža, trio Splitski solisti, Alma Mimica, Božo Jurić – Pešić, Danira Ipavec, Zoran Velić, Bjanka Ivas, Zoran Velić...

Glazbene programe uspješno su svojim plesnim točkama nadopunjavale Mažoretkinje Grada Splita. Plesom i pjesmom tradiciju Splita i Dalmacije prezentirala su i naša kulturno umjetnička društva Brodosplit, Filip Dević, Jedinstvo, i klape Šušur, Ankora, Sinj, Iskon, Ventula, Contra, Friži, Neverin, Ježinac, Marjan...

Zabavu na Rivi upotpunili su brojni zabavni bendovi i tematske večeri: disco, večer Mile Karajne, večer bluesa, latino glazba, country vikend, vikend irske i engleske glazbe.

Odlične reakcije publike izazvali su programi poput AJ CHA festivala, Splitskog ljetnog karnevala, nastupa zbora Camerata Vocale Split i Ibrice Jusića, nastupa gudačkog kvarteta Spalato.

Dio programa posvetili smo njegovanju nacionalnog identiteta: vikend posvećen Danu pobjede i domovinske zahvalnosti i Danu hrvatskih branitelja, i program u sklopu Nacionalnog susreta hrvatskih katoličkih obitelji - humanitarni koncert "Obitelji za najmanje".

Glavna misao vodilja bila je prezentacija kulturne baštine Splita ali i prikazati Split kao grad prijatelj brojnih zemalja, njihovih glazbenika i kulturno umjetničkih društava. Pa su tako u sklopu projekta Cili svit u Split nastupili KUD Bitola (Makedonija, MKC), organiziran je program uz gastro i eno ponudu Grada Maribora – Pohorja, predstavljanje Mađarske (KUD), predstavljanje Čilea, predstavljanje Zadarske Županije i Primorsko-goranske županije (Grad



Pag, otok Pag). I u završnici zabavni program *Split Grad budućnosti* s Facebook prijateljima, u skladu s tematikom Svjetskog dana turizma - turizam i digitalna transformacija.

U suradnji s KUD-om Jedinstvo ugostili smo i proslavljeni Folklorni ansambl Lindo iz Dubrovnika. Time se nastavila dugogodišnja suradnja dvaju dalmatinskih kulturnih bisera koji desetljećima zajedno neumorno čuvaju našu hrvatsku baštinu spašavajući je od zaborava.

Bio je to program posebno osmišljen za nastup u Splitu, sudjelovalo je ukupno 55 članova folklornoga ansambla i pratećeg orkestra koji je na ovom koncertu izveo niz poznatih koreografija sa svog repertoara poput Valpovačkih plesova, Dubrovačke kontradance, Istarskog baluna, Plesova iz Zaprešića i naravno njihovu najpoznatiju i najprepoznatljiviju koreografiju, dubrovačku poskočicu Lindo. Od gostovanja valja spomenuti i nastup djevojačkog zbora Mozartine. Mozartine su ugostile i Kanađanke, ženski zbor Medicine Hat College Girls' Choir koje je pratio njihov dirigent Bradley van Middelkoop.

U sklopu manifestacije 'Spli'ski litnji koluri' održan je i jedan od najposjećenijih koncerata, koncert englesko-hrvatskog sastava EverDream. Radi se o projektu nastalome na ideji njegova začetnika, klavijaturista Gilberta Gabriela, skladatelja i producenta benda TheDream Academy,

koji je surađivao s legendom Pink Floyda Davidom Gilmourom, te osvojio američku ljestvicu Top 7 USA s pjesmom 'Life in a Northern Town'. EverDream čine vokal Hannah Rose, klavijaturist i producent Gilbert Gabriel, flautistica, saksofonistica i vokal Petya Halse te klavijaturist i flautist Zvonimir Boldin. U glazbeni program uspješno je involviran sport, pa je tako na Rivi organiziran doček Dini Levačić, prvoj Hrvatici koja je preplivala La Manche.

## DANI DIOKLECIJANA

U sklopu prve Smjene straže na Peristilu učenici OŠ Pojišan ispričali su priču o nastanku našega grada i spojili prošlost i sadašnjost Splita igrokazom *Dječja turistička razglednica*. U večernjim satima, car Dioklecijan došao je na Peristil gdje se održao jednosatni program *Povratak Cara u Palaču*. U sklopu programa održana je smjena straže, obraćanje cara Dioklecijana, postrojavanje rimske legije, predstava *Neće grom u Rimljane*, ples sa vatrenom suknjom i brojna druga iznenađenja. Dani Dioklecijana postali su prepoznatljiva manifestacija i jedan od vodećih motiva dolazaka turista u Split. Kako bi svim stranim i domaćim posjetiteljima približili ugođaj antike, ne samo u 3 dana trajanja manifestacije nego i kroz cijelo ljeto, u 2018. godini Dani Dioklecijana trajali su od 18. travnja do 21. rujna. Dani Dioklecijana počeli su *Smjenom straže*, atraktivnim programom pod vodstvom Hrvatskog narodnog kazališta Split, u sklopu kojega svaki dan točno u 12 sati na carskom trgu Peristilu, sve okupljene pozdravljaju Car i Carica uz rimske pretorijance. Novost u 2018. godini je projekt *Rimski đir* u sklopu kojeg su jednom mjesečno održavane tematske večeri, rimska povorka, borbe gladijatora, atraktivni plesni nastupi. Dioklecijanova legija oživjela je antičku prošlost i kroz projekt *Živi muzej* na bedemu Cornaro, vratila nas u svakodnevni život starih Rimljana. U sklopu Dana Dioklecijana održani su i glazbeni programi; glazbu zaboravljenog Mediterana donijeli su španjolski umjetnici Emilio Villalba & Sara Marina, a posebna glazbena poslastica bio je i koncert – A PIACERE „stara i nova“ glazba za violu da gambu, na kojem je Fahmi Alqhai, izvrstan mladi španjolski gambist na stoljećima starom instrumentu oduševio posjetitelje.



## **DONACIJE I SPONZORSTVA DOGAĐANJIMA**

Ured direktorice raspisao je Javni poziv za potporu manifestacijama u 2018. koji lokalnoj zajednici omogućava uključivanje u turistički razvoj grada osiguravajući svima jednake tržišne uvjete. Predmet poziva bila je dodjela bespovratnih novčanih sredstava Turističke zajednice Grada Splita za manifestacije lokalnog, regionalnog, nacionalnog i/ili međunarodnog značaja koje bi trebale privlačiti turiste u destinaciju. Tako se potiču nove manifestacije koje doprinose razvoju turizma, valorizaciji kulturne i povijesne baštine, podizanju kvalitete i količine turističke ponude, razvoju kongresnog, kulturnog, sportskog i ostalih selektivnih oblika turizma, te povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone. Odluku o dodjeli potpora iz programa "Potpore za turističke manifestacije" u 2018. godini donijelo je Turističko vijeće na svojoj sjednici održanoj 20. ožujka 2018.godine.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita, temeljem čl. 30. Statuta Turističke zajednice grada Splita i Javnog poziva objavljenog 22. prosinca 2017., na svojoj sjednici održanoj 20. ožujka 2018. donijelo je sljedeću

**ODLUKU**

o dodjeli potpora iz programa "Potpore za turističke manifestacije" u 2018. godini

R.BR.	Ponuditelji	Naziv manifestacije	Vrijeme održavanja	Odluka o dojeljenoj financijskoj potpori
<b>CJELOGODIŠNJE</b>				
1.	Udruga Kultura Split	Art Market	01. - 12. mj.	3.000,00
2.	Kulturna ustanova galerija "KULA"	Kulturna ustanova galerija "Kula", izložbeni program u 2018.godini (7izložbi)	cjelogodišnje	20.000,00
4.	Hrvatska udruga likovnih umjetnika - Split HULU SPLIT	Izložbeni progream u salonu Galić i Dioklecijanovim podrumima	Salon Galić siječanj-prosinac Dioklecijanovi podrumi: svibanj-studeni	5.000,00
5.	KAM - HRAM	Cabaret otvorena večer performansa	6 jednodnevnih manifestacija	2.000,00
6.	KAM - HRAM	Ciklus predstava suvremenog cirkusa u Domu mladih	4 jednodnevnih manifestacija	2.000,00
7.	ŠKMER	Split Cooking Class	01.01.-31.12.	5.000,00
8.	HNK Split	City Break	1.1.-30.3. 1.10.-30.12.	20.000,00
<b>SIJEČANJ</b>				
9.	Udruga LIKOS	Međunarodna likovna radionica u prostoru Hrvatsko francuske udruge	10.1.-30.6. 10.9.-20.12.	3.000,00
10.	Fancy Flowers	Međunarodni sajam vjenčanja, ljepote i zdravlja, mama, djece i trudnica "Wedding Day"	26.-28.1.	10.000,00
<b>VELJAČA</b>				
11.	Kazališna kavana	Koncerti u Kazališnoj kavani HNK Split i koncerti ispred ulaza u HNK na trgu Gaje Bulata ispred ulaza HNK, jazz koncerti i jam session koncerti	1.2.-31.12.	5.000,00

12.	P.P. Poslovni mediji	Adriatic Gastro Show	7.-10.2.	10.000,00
13.	Gradsko kazalište lutaka Split	Ciklus koncerata Jazz u veljači	9.-22.2.	20.000,00
14.	Sajam d.o.o.	23.Međunarodni specijalizirani sajam GAST 2018	28.2.-3.3.	10.000,00
15.	KUU ROMB	Predstava Molly Sweeney	veljača i ožujak	2.000,00
16.	KUU ROMB	Godišnji program KUU Romb	valjača i ožujak	2.000,00
<b>OŽUJAK</b>				
17.	A.A.A.Umjetnička udruga	Galerija suvremene umjetnosti ART AN ARCHE	1.3.-31.12.	2.000,00
18.	Domine - organizacija za promicanje ženskih prava	100 godina ženskog pokreta u Splitu	1.3.-31.12.	2.000,00
19.	Centar Plesa	Dan žena: 5. Zumba marathon	8.3.	5.000,00
20.	3PSPLIT	3PSplit 2018: Zeleno poduzetništvo	9.-10.3.	2.000,00
21.	Glazbeni centar "Papandopuline"	Glazbeni seminar za djecu i mlade i turiste	9.-11.03.	2.000,00
22.	IPA Splitsko- dalmatinske	Međunarodna znanstvenika konferencija "Sigurnost povijesnih gradova - izazovi turizma"	16.-17.3.	5.000,00
23.	Udruga za fantastiku, igre i znanstvene fantastike F&ST	FantaSTikon -konvencija fantastike, igre i znanstvene fantastike	16.-18.3.	5.000,00
24.	VERBUM	Dani kršćanke kulture 2018.	17.-27.3.	10.000,00
25.	Udruga Pričigin	Festival pričanja priča Pričigin 2018	20.-24.3.	15.000,00
26.	GUU Artemis	7. Dana Bacha u Splitu	21.-25.03.	5.000,00
<b>TRAVANJ</b>				
27.	Ri-cerca Mercato	Konferencija vrhunskih vinskih znalaca	5.4.	10.000,00
28.	Karaman koncert	Split Sushi festival	8-10.4.	5.000,00
29.	Profectus sajmovi	CROATIA BOAT SHOW	11.-15.4.	10.000,00
30.	Julius Meinl Bonfati	Julius Meinl Barista Championship	13.4.-14.4.	2.000,00
31.	ŠKMER	Split Gourmet Expo	13.4.-14.4.	10.000,00
32.	Sveučilište u Splitu Građevinski fakultet	50 Godina Splita 3 - ulice, kvartovi, stanovnici	17.4.-29.6.	10.000,00
33.	Atletski sportski klub "ASK" Split	"5.Uskršnji međunarodni miting"	21.4.	3.000,00



34.	Osnovna škola Grohote	Ča-more-judi: pjesnička smotra čakavske poezije učenika SDŽ	21.-28.4.	2.000,00
35.	Podzemna kontrola	Ego free festival	27.-29.4.	10.000,00
36.	Udruga Dalmatinko	Dalmatinko cup 2018 - međunarodni nogometni turnir za djecu	27.4.-1.5.	10.000,00
37.	Promocija ronjenja	POGLED U PLAVO	28.-29.04.	20.000,00
38.	JU RERA	Dani kulinarske baštine	druga polovica travnja	5.000,00
39.	Klaster udruga mreža	"Dalmatinska štorija"	travanj-lipanj; rujan-listopad	2.000,00
<b>SVIBANJ</b>				
40.	I.gimnazija	Izložba fotografija s temom "Veze"/"Connections"	2.5.	2.000,00
41.	ŠPK Amber	Splitski moti - Plesom protiv nasilja	4.5.	15.000,00
42.	Splitski sveučilišni sportski savez	17. Međunarodna veslačka regata Sveti Duje	4.5.-7.5.	10.000,00
43.	Plesni klub Vruća čokolada	"Vruća čokolada"	6.5.-7.5.	2.000,00
44.	Triatlon klub Split	Humanitarna akcija "Dina za mira"	7.5.	2.000,00
45.	Hrvatski resauratorski zavod	Izložba i međunarodni znanstvenostručni skup "Drvene romaničke vratnice splitske katedrale- istraživanje, restauriranje i zaštita"	7.5. -8.6.	2.000,00
46.	Sportska udruga gluhih Splitsko-dalmatinske županije	Turnir "Sveti Duje" "Božićni turnir gluhih"	7.5.- 16.12.	2.000,00
47.	Društvo prijatelja kulturne baštine Split	Znanstveno-stručni skup: Splitski gradonačelnici od pohrvaćenja splitske Općine do kraja Prvog svjetskog rata (1882.-1918.)	10.5.	3.000,00
48.	KUU Splitgrafik - Split	Splitgraphic međunarodni bijenale grafike	10.-26.5.	5.000,00
49.	DUMP	DUMP Days 2018	11.-12.5.	10.000,00
50.	JU Marjan	Dan Marjana	12.5.	5.000,00
51.	Green Retreat	Gourmet Streetfood Split 2018.	17.5.-3.6.	25.000,00

52.	Klub mladih Split	Battle4Split 2018 - regionalno eSport natjecanje	18.-20.5. 25.-27.5.	5.000,00
53.	Dani Dioklecijana	Montura - Split Fashion Destination	19.5.	20.000,00
54.	Slobodna Dalmacija	VINSKI PODRUM	25. i 26.5.	30.000,00
55.	X!X! Kreativna agencija	Split Spot Festival	26. - 27.5.	10.000,00
56.	Udruga Shift	SHIFT konferencija 2018.	31.5.-1.6.	30.000,00
57.	Pozitivna sila	Ulične cirkuske forme	svibanj, kolovoz i rujan	5.000,00
<b>LIPANJ</b>				
58.	Run Croatia	Split Glow Run 2018.	1.6.	2.000,00
59.	Very important person agency	MGF Awards, My global fashion awards	6.-7.6.	5.000,00
60.	FMFS	11. Festival mediteranskog filma Split	7.6.-16.6.	20.000,00
61.	Scardona glazbena produkcija	NAŠA BILA STORIJA	15.6.	15.000,00
62.	Udruga Matejuška	Pučka fešta Dani Matejuške	14.-16.6.	15.000,00
63.	Udruga Dalmatinko	Rat vratara 2018- međunarodni turnir nogometnih vratara	15.-16.6.	5.000,00
64.	Bukovac gornji	Koncert djevojačkpg zbora Mozartine	16.6.	2.000,00
65.	Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet	Međunarodna ljetna škola 2018.: od pametnih k inteligentnim gradovima	18.-22.6.	10.000,00
66.	Lions klub Dioklecijan	3000 balona prijateljstva	23.6.	2.000,00
67.	MNK Dani Radunice	Dani Radunice	24.-30.6.	15.000,00
68.	FESB	Splitech 2018 - 3.međunarodna konferencija o pametnim i održivim tehnologijama	26.-29. 6.	10.000,00
69.	Wolfman	5. EVO RUKE! ( Revija urbane kulture )	29.6.-9.9.	40.000,00
70.	Trail i trekking klub Strka	Marjan Trail 2018	30.6.	2.000,00
71.	IKS Festival	IKS festival 2018	lipanj i srpanj	15.000,00
<b>SRPANJ</b>				

72.	Tomića stine	"Ribarsko selo, Split kakav je nekad bio!	1.7.-1.9.	2.000,00
73.	Joga u svakodnevnom životu	Ljetna joga na Bačvicama	2.7.-30.8.	2.000,00
74.	Anamarija	Summer sea polo	14.7.	5.000,00
75.	Kazalište "Hotel Bulić"	Umjetnička organizacija Kazalište Hotel Bulić	15.7.-30.8.	3.000,00
76.	Udruga Schola Cantorum Split	Festival: SING (in) Split	16.-22.7.	5.000,00
77.	Ritam produkcija	San Sustipanske Noći 2018	17.-18.7.	20.000,00
78.	Wolfman	8. Split Blues Festival	19.7-21.7.	20.000,00
79.	KSP SPLIT	4 Ljetne noćne izložbe pasa	26.7.-29.7.	10.000,00
80.	Makedonski kulturni centar	Dani Makedonske kulture - Ilinden 2018	26.7.-30.7.	10.000,00
81.	Klub daljinskog plivanja Split	Plivački maraton Vis-Split	27.-30.7.	2.000,00
82.	Udruga Livingstone	Prijatelji mora - igre - izložba na otvorenom	28.7.-3.8.	5.000,00
<b>KOLOVOZ</b>				
83.	Udruga mladih za promicanje aktivizma "AKTIVIST"	SPLIT AKTIV FEST	11.-12.8.	2.000,00
84.	Šahovski klub Brda Split	Split chess open 2018.	11.-19.8.	3.000,00
85.	Apostrof komunikacije	Festival AJ CHA posvećen Dinu Dvorniku	16.8.-18.8.	30.000,00
86.	Piano Projekt	Piano Loop Festival	16.-25.8.	10.000,00
87.	Biljke i svirke	Biljke i svirke	17.-19.8.	5.000,00
88.	Triatlon klub Split	20.Marjanski đir-otvoreno prvenstvo Splita i (KUP) Hrvatske u olimpijskom triatlonu	24.-26.8.	2.000,00
89.	Udruga MAG	9. MAGfestival, međunarodni festival komorne glazbe	30.8.-9.9.	10.000,00
90.	Cigar club Mareva	Cigar smoking world championship	31.8.-1.9.	10.000,00
<b>RUJAN</b>				
91.	PIK Mornar	PLAVI SVIT	22.9.-28.10.	3.000,00
92.	Etnografski muzej	Festival "A Love Supreme"	23.9.	5.000,00

93.	JK I abud Split	87. Mrdujska regata/Mrduja Optimist Kup	27.-30.9.	15.000,00
94.	ŽARK Split	Memorijalni rukometni turnir "Dragica Mijač"	jesen	2.000,00
<b>LISTOPAD</b>				
95.	Centar za odgoj i obrazovanje "Juraj Bonači"	I mi to možemo	1.10.-15.10.	5.000,00
96.	A.A.A.Umjetnička udruga	31.Adria Art Annale, manifestacija suvremene umjetnosti	1.10.-15.10.	2.000,00
97.	Međunarodni festival novog filma	23. Splitski filmski festival/Međunarodni festival novog filma - STFF/MFNF	4.-12.10.	20.000,00
98.	JU RERA	Naše slatkice	10.10.	5.000,00
99.	Vita in motus	Dalmatian Throwdown 2018.	12.-14.10.	3.000,00
100.	UDMKD	Međunarodna konferencija i poslovna radionica SPLITB2B	17.-20.10.	10.000,00
101.	Udruga Matejuška	Fešta sv. Luke	18.10.	3.000,00
102.	I.gimnazija	Mjuzikl "Our House"	25.-27.10.	2.000,00
103.	Udruga splitskih gitarista Gitara ST	Međunarodni gitaristički festival "6. Dani klasične gitare"	29.10.-4.11.	5.000,00
104.	Foto klub Split	Festival fotografije	31.10.-10.11.	10.000,00
105.	Hrvatska udruga likovnih umjetnika - Split HULU SPLIT	40.Splitski salon "Umjetnost preživljavanja"	listopad	5.000,00
<b>STUDENI</b>				
106.	Mavena	Ispod bine - sound art festival	8.-11.11.	5.000,00
107.	Muzej hrvatskih arheoloških spomenika	5.Međunarodnih festival Arheološkog filma- MFAF	7.-9.11.	15.000,00
108.	FISCSALIS	25.INTERSTAS 21.ITF/CRO 16.KEA-CRO	7.-10.11.	2.000,00
109.	Brešan d.o.o.	Crno-bijelo, u boji izložba 60 renomiranih hrvatskih umjetnika	15.11.-15.12.	5.000,00
110.	Euro gastro festival	Splitsko klizalište - Ledena Bajka	15.11. - 31.12.	50.000,00

111.	Splitski sportski savez gluhih	Proslava 70.obljetnice sporta gluhih grada Splita i Splitsko- dalmatinske županije	30.11.-1.12.	3.000,00
<b>PROSINAC</b>				
112.	Glazbena mladež Split	22. Međunarodni zborski festival CRO Patria	1.12.- 2.12.	20.000,00
113.	JK Zenta	25.Božićna regata Krstaša	15.12.-16.12.	2.000,00
114.	Karaman koncert d.o.o.	Humanitarni malonogometni turnir 4 kafića	26.12.	5.000,00
115.	Košarkaški klub Split	Košarkaški Turnir europskih prvaka	27.-29.12.	10.000,00
116.	Centar Plesa	Salsa Split Silvester Nights	29.12.-1.1.	20.000,00

## URED DIREKTORICE



Tijekom 2018. godine direktorica je organizirala i rukovodila radom i poslovanjem turističkog ureda s ciljem ostvarenja Programa rada Turističke zajednice grada Splita za 2018. godinu, a koji je temeljen na strateškim razvojnim dokumentima s naglaskom na Strateški marketinški plan destinacije Split. Direktorica je koordinirala suradnju ureda s glavnim uredom HTZ-a, MINT-a i ostalim institucijama poput HGK, inozemnih institucija poput ITT-a (Institute of Travel and Tourism) te brojnih obrazovnih institucija i udruženja poput fakulteta Splitskog sveučilišta, UHPA-e, SKAL-a.

Ured direktorice ostvario je uspješnu suradnju s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije kroz projekte edukacije ključnih dionika, suorganizaciju više od 90 studijskih putovanja novinara i agenata, zajedničkim koordinacijskim sastancima na kojima se raspravljalo o gorućim temama turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji i Splitu.

Što se tiče suradnje s lokalnim turističkim zajednicama, spominjemo projekt Welcome desk u Zračnoj luci Split. Suradnju s lokalnim turističkim zajednicama ostvarujemo i kroz brojne manifestacije i kongrese. Valja istaknuti našu potporu Međunarodnom kongresu antičkih gradova, i uspješnu suradnju s TZ Solin.

Ured direktorice aktivno je sudjelovao u izradi strateških dokumenata poput *Plana unapređenja gastronomske ponude u hotelima i restoranima i razvoj Gastronomskog turizma grada Splita*, te istraživanju tržišta kroz projekt *Tajni gost*.

Stvaranjem pretpostavki za njihovu realizaciju, Ured direktorice podržao je više od 30 stručnih i znanstvenih radova, a plodna i uspješna suradnja nastavljena je sa svim kulturnim

institucijama na području Splita, od kojih je osobito važno istaknuti suradnju s HNK Split, Muzejom grada Splita i Galerijom Meštrović.

U 2018. godini ured direktorice uspješno je informirao javnost o radu Turističke zajednice i surađivao s lokalnim, nacionalnim i inozemnim medijima od kojih naglašavamo sljedeće: Slobodna Dalmacija, Jutarnji list, Večernji list, 24 sata, Dalmatinski portal, UT magazin, Putovanja za dvoje, Poslovni dnevnik, Radio Dalmacija, TV Dalmacija, TV Jadran, Kanal 5, Mreža TV – HRT, NOVA TV, RTL. Tijekom 2018. direktorica Turističkog ureda zastupala je Turističku zajednicu na brojnim nacionalnim i internacionalnim skupovima izuzetno važnima za razvoj i održivi rast turizma u gradu Splitu.

Ured direktorice u 2018. godini dao je potporu razvoju novih projekata poput Sight Run



aplikacije, Dišpet ture, Eko tura... U sklopu Svjetskog dana turizma s temom Turizam i digitalna transformacija, ured direktorice organizirao je besplatne VR ture.

Uz dodjelu financijskih sredstava, Ured direktorice podršku sportskim, kulturnim, gastronomskim, zdravstvenim

manifestacijama osnažuje i tiskovnim konferencijama i objavom putem naših promotivnih kanala. Ističemo sljedeće manifestacije: Ultra music festival, 18. Splitski polumaraton, Dioklecijanova amfora, Međunarodna veslačka regata Sveti Duje, SHIFT konferencija, EVO RUKA! (Revija urbane kulture), Live Museum Split, Festival mediteranskog filma Split, San Sustipanske Noći 2018, Festival AJ CHA posvećen Dinu Dvorniku, MAGfestival, međunarodni festival komorne glazbe, Splitski filmski festival/Međunarodni festival novog filma - STFF/MFNF, Međunarodni zborni festival CRO Patria...



Direktorica je prezentirala Split na najvažnijim turističkim sajmovima WTM London i ITB Berlin. Valja istaknuti i ostale prezentacije Splita na kojima je Direktorica u suradnji s Gradom Splitom predstavljala turističku ponudu Splita, poput prezentacije u Mariboru, Ljubljani i Zagrebu.

Ured direktorice podržao je organizaciju brojnih kongresa ali poticao domaćinstvo budućih konferencija. Tijekom 2018. godine ostvarena su inspeksijska putovanja organizatora ITT konferencije, jednog od najznačajnijih susreta turističkih stručnjaka iz Velike Britanije.



ITT je glavna organizacija u turističkoj branši u Velikoj Britaniji koja okuplja profesionalce iz svijeta turizma. Osim niza događanja koje organiziraju tijekom godine, poput raznih poslovnih susreta i edukacija, ujedno imaju veliki godišnji kongres, koji se održava krajem svibnja ili u lipnju na nekoj atraktivnoj lokaciji. Dosadašnji domaćini bili su: Tel Aviv, Malta, Abu Dhabi, Barbados, Venecija, Dubai, itd. U konkurenciji s Dubrovnikom, Split je izabran za mjesto održavanja konferencije, a domaćini su Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko- dalmatinske županije i Turistička zajednica grada Splita.



Grad Split je uz potporu Ureda direktorice u Dječjem gradu na Marjanu, organizirao Kick off događaj za predstavljanje EU projekta 'Marjan 2020 - brdo prošlosti, oaza budućnosti'. Projekt je ukupno vrijedan oko 26,6 milijuna kuna, a do 2020. godine biti će obnovljena zapuštena posjetiteljska infrastruktura i poboljšana pristupačnost Park-šumi Marjan. Glavni cilj projekta je valorizacija, zaštita, održivost i broj posjetitelja Marjana kroz povećanje broja ključnih sadržaja, revitalizaciju i stavljanje u funkciju postojećih građevina i površina.



Osim spomenutoga, važno je istaknuti kontinuiranu suradnju s brojnim veleposlanstvima i konzulatima, radi promocije Splita i očuvanja kvalitete boravka i sigurnosti turista u destinaciji. Valja spomenuti suradnju s veleposlanstvima Španjolske, Kraljevine Belgije, Irske, Velike Britanije, kantona Sarajevo, Indije, Japana.

U suradnji s predsjednikom TZ-a, Ured direktorice pripremao je materijale za rad tijela TZ-a (Vijeće i Skupštinu). Direktorica je sudjelovala u radu Nadzornog odbora, te provodila odluke turističkog vijeća. Prema odluci Skupštine TZ-a tijekom godine odobravalala je potpore brojnim manifestacijama, projektima, skupovima koji unaprjeđuju i promiču splitski turizam. U 2018. godini, u sklopu sjednice Skupštine turističke zajednice, prvi put pod inicijativom ureda Direktorice održane su Godišnje turističke nagrade za turističke djelatnike Splita.

Od brojnih studijskih putovanja novinara koje je podržao Ured direktorice, valja istaknuti domaćinstvo studijskog posjeta fotoreportera meksičkog dopisništva Agence France-Presse (AFP), Salvadorac Yuri Cortez, kojeg su hrvatski nogometaši srušili prilikom slavlja nakon postignutog gola protiv Engleske na Svjetskom prvenstvu u Rusiji.



Valja spomenuti da je je dugogodišnji rad i trud prepoznat i od strane struke pa su tako U sklopu B2B poslovnog susreta, dodijeljene su godišnje nagrade Simply the best u 5 kategorija (1. Ugostiteljstvo; 2. Manifestacije; 3. Putničke agencije 4. Novi projekti, 5. Osoba). U kategoriji Manifestacije Kulturno-povijesnih sadržaja nagrada Simply the best dodijeljena je manifestaciji Sudamja, za kreativan razvoj manifestacije koja je spaja običaje, tradiciju i današnji život, te svojim sadržajima dodatno unapređuje atraktivnost turističke ponude Splita, posebno u vrijeme prije sezone. U kategoriji Osoba nagrađena je Alijana Vukšić, direktorica Turističke zajednice Grada Splita za dugogodišnji rad u sustavu turističkih zajednica, iskazanu kreativnost i ostvarenu suradnju s lokalnom zajednicom na razvoju novih turističkih sadržaja koji su Split pozicionirali među najatraktivnije hrvatske turističke destinacije.



## Incentivi i promidžbeni alati

CITY BREAK projekt je alat kojim gostima u pred i posezoni nastojimo ponuditi povoljan proizvod koji će nas plasirati na tržište konkurentnih CITY BREAK destinacija. U CITY BREAK 2017. godine uključili smo besplatna vođenja, besplatne karte za predstave iz bogatog opusa HNK Split, gratis karte za subotnje koncerte te Split Card kojom je u program uključen i javni prijevoz. Split Card je kartica s dodanom vrijednošću kojom smo i 2018. godine našim posjetiteljima nudili niz pogodnosti. Osim besplatnog ulaza i(li) popusta za kulturne ustanove, turističke i ugostiteljske objekte, Split Card nudi i povoljniju cijenu transfera javnim prijevozom. Uslugu Split Card kartice u 2018. godini koristilo je gotovo 2.000 turista. Budućnost svake turističke destinacije je u praćenju trendova na svjetskom turističkom tržištu i osluškivanju potreba gostiju, te se upravo edukacijama namijenjenim turističkim djelatnicima koje smo organizirali u 2018. godini, podiže kvaliteta usluge u destinaciji. Održane su edukacije na brojne teme poput edukacije o 'Content marketingu'.



Kako izraditi strategiju za vlastiti smještajni objekt, te koji su najnoviji marketinški alati za privlačenje gostiju u njihove smještajne objekte, znanja su koja su polaznici ove edukacije usvojili, poučeni primjerima najboljih svjetskih kampanja. Posebne edukacije bile su organizirane i za privatne iznajmljivače, a tebe koje su se obrađivale bile su: priprema smještaja za iznajmljivanje; prezentacija objekta; načini oglašavanja; s Google-om do maksimalne dobiti; upravljanje komentarima; administracija privatnog smještaja. Kroz ciklus edukacija novost je bila i edukacija o mogućnostima umrežavanja i podizanja kvalitete kroz difuzne hotele. Jedna od najpopularnijih edukacija za turističke djelatnike je i već tradicionalni tečaj engleskog jezika. U 2018. godini, osim samostalnih edukacija, suorganizacijom smo podržali i edukacije pod organizacijom Turističke zajednice Splitsko- dalmatinske županije kako bi zajedničkim ankažmanom educirali o nekim od najvažnijih tema poput održivog razvoja i eko certificiranja objekata.

1.2.	<b>Incentivi i promidžbeni alati</b>			
	Split Card kartica	40.000	38.896	97
	City Break	100.000	100.548	101
2.	<b>Potpore podizanju kvalitete turističke ponude</b>	100.000	101.096	101

## KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	1.555.000	1.521.090	98
1.	<b>Online komunikacije</b>			
1.1.	Internet oglašavanje	300.000	297.343	99
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	200.000	201.005	101
2.	<b>Offline komunikacije</b>			
2.1.	Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	550.000	519.341	94
2.2.	Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku i TV oglašavanje)	50.000	49.460	99
2.3.	Odnosi sa javnošću	40.000	40.121	100
2.4.	Brošure i ostali tiskani materijali	350.000	349.536	100
2.5.	Suvenir i promo materijali	50.000	49.259	99
2.6.	Info table / Info table-smeđa signalizacija	15.000	15.025	100

Pojavom društvenih mreža razvoj interneta svakako je ušao u novu fazu, a na Facebooku se dogodila internetska 'supernova' koja dubinski mijenja metode marketinške komunikacije prebacujući težište s klasičnog oglašavanja na sofisticiranije PR područje. Važnost i vrijednost Facebooka i Instagrama, ali i Twittera, Youtubea i ostalih mreža u promociji turističkih proizvoda i usluga prvenstveno je u izravnom kontaktu s potencijalnim turistima. U 2018. U 2018. godini pojačali smo prisutnost Splita na društvenim mrežama, a naši glavni ciljevi su bili: godini naši glavni ciljevi su bili:

- povećati popularnost stranice
- povećati stupanj interakcije korisnika sa sadržajem
- kvalitetno se prezentirati na društvenim mrežama

U 2018. godini društvene mreže bile su usklađene s komunikacijskom strategijom

- prema broju kvalitetnih interakcija sa sadržajima, evidentno je efikasno upravljanje budžetima
- ne ostaje sve na društvenim mrežama – porast noćenja i dijeljenja oduševljenja nakon posjete

U nastavku grafički prikazi realizacije:

---

# FACEBOOK: Visit Split

## KPI 1 - Broj pratitelja

- kontinuirani rast (01.01. - 31.12.) = **rast za 17%**, postignut isključivo organskim putem



---

# FACEBOOK: Visit Split

## KPI 2 - Organski doseg objava

- usklađenost različitih tipova objava s komunikacijskom strategijom
- rast prosječnog dosega kroz vrijeme

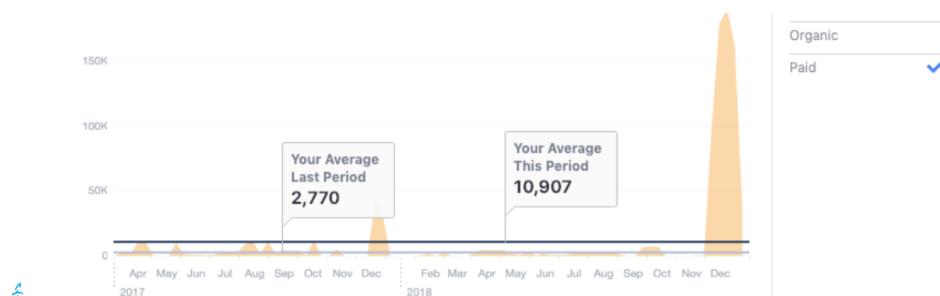


---

# FACEBOOK: Visit Split

## KPI 3 - Plaćeni doseg objava

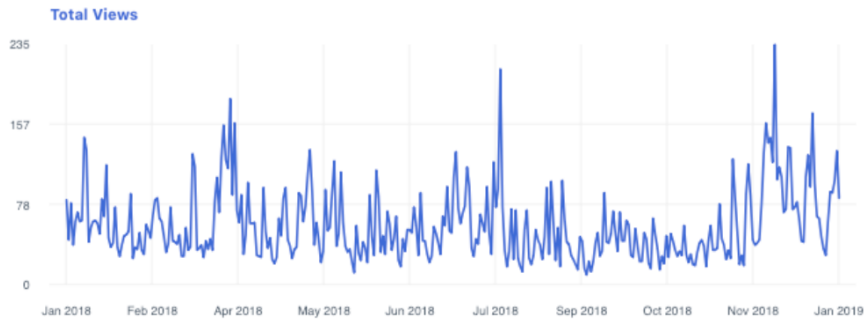
- ulaganje u doseg **manifestacija** u gradu Splitu (Marulićevi dani, Sudamja, Splitsko ljeto, Splitski litnji koluri, Noći Dioklecijana, Zimski akvarel...)



# FACEBOOK: Visit Split

## KPI 4 - Broj pregleda stranice

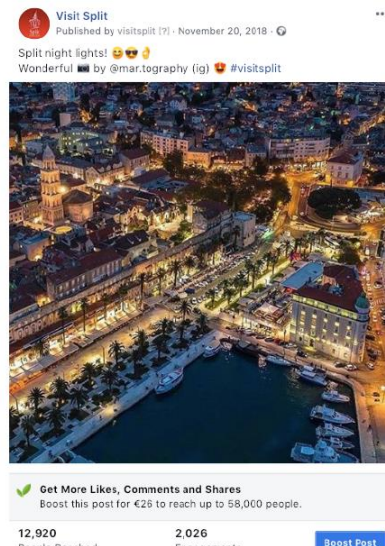
- **rast** prosječnih pregleda kroz godinu te u vrijeme aktivnih kampanja



## Vrste objava

### a) Zabavne

- veći angažman fanova
- veći doseg objava
- pozicioniranje u svijesti fanova



## Vrste objava

### b) Promocija manifestacija

- veliki broj pregleda
- veliki broj reakcija
- veliki doseg
- podizanje svijesti o manifestaciji



## c) Split Attractions

Posebne atrakcije Splita:

- npr. **Dioklecijanova straža** (kampanja za cijelo vrijeme trajanja manifestacije)
- npr. **Šotobraco Splitom** (najave + video kampanja)

Rezultat: oduševljenje i građana i turista, dijeljenje dojmova u komentarima itd.

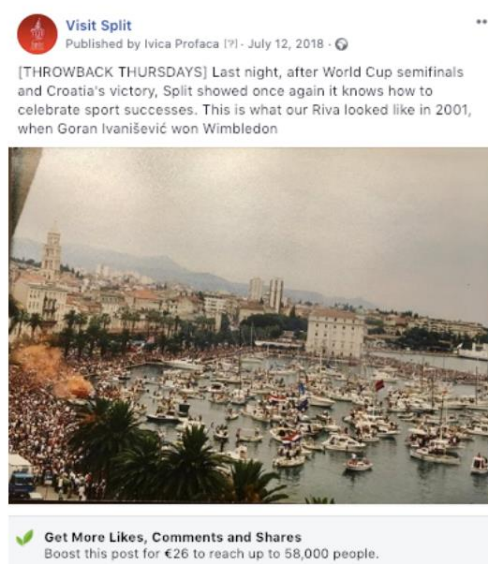


## Vrste objava

### d) Throwback Thursdays

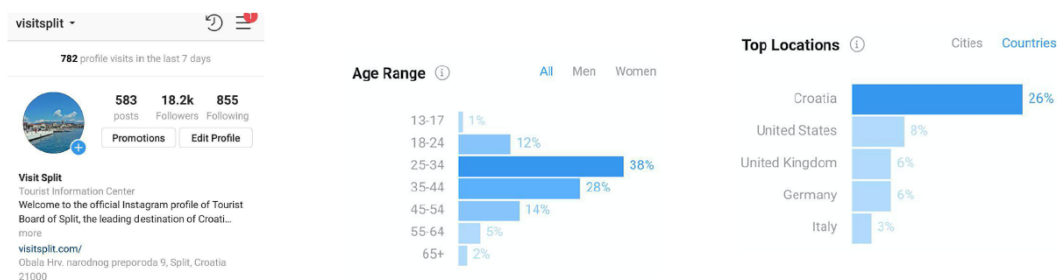
Stare fotografije i videa Splita!

*(Apel na emocije)*





# INSTAGRAM: #visitsplit



- rast broja followera za **64%** u odnosu na 2017.

Showing All posted in the past 1 year sorted by Likes



Objave s rekordnim brojevima likeova su iz 2018.

Kontinuirani rast:

- broja fanova (**64%**)
- angažmana fanova (**50%**)
- doseg objava (**100%**)

Showing All posted in the past 1 year sorted by Reach



Svaka objava dosegne minimalno 40% fanova!

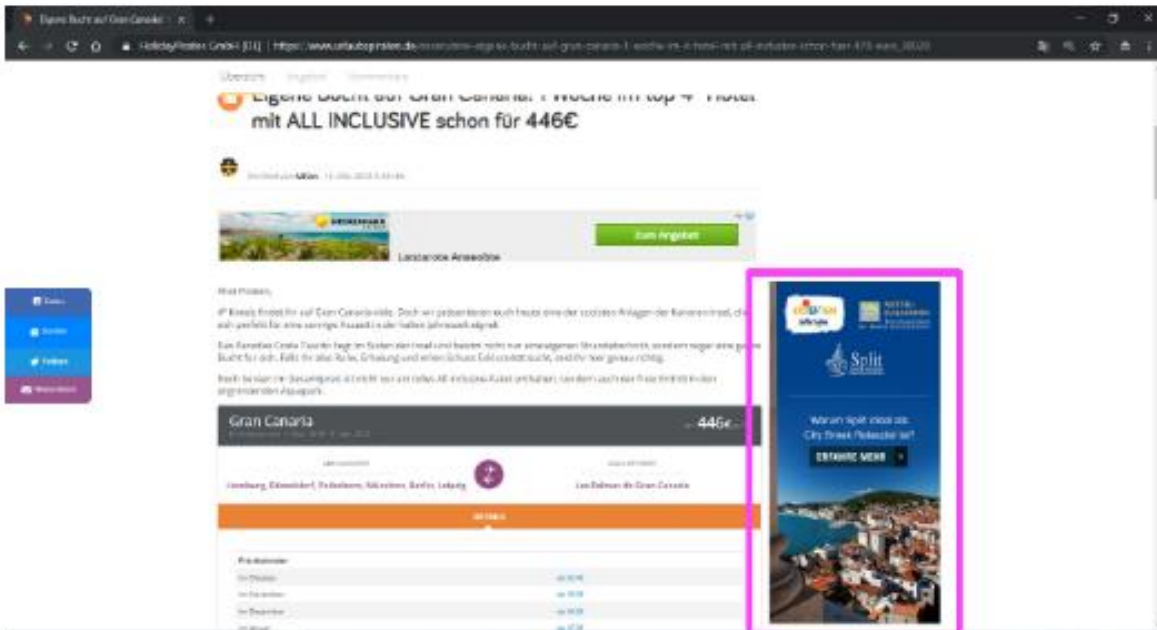
**Kako?**

- zanimljivi opisi fotografija
- korištenje popularnih i tematskih hashtagova
- poticanje na interakciju

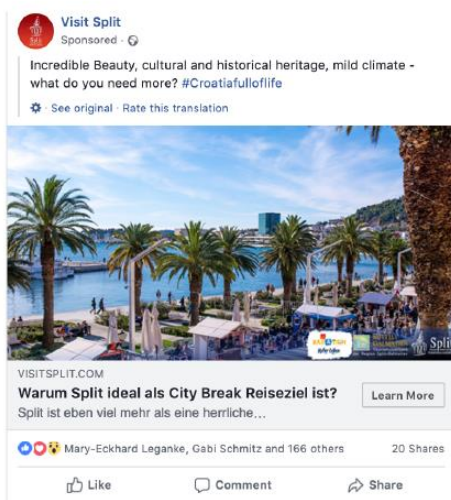
- **Online objave**

U periodu od kraja ožujka do kraja travnja grad Split je putem digitalnih kanala realizirao promociju destinacije na tržištima u Skandinaviji, radi podizanja svijesti o destinaciji te poticanja skandinavskih turista na dolazak u predsezoni. U promociji su korištena tri digitalna medijska kanala/proizvoda – Facebook, Mobilno oglašavanje te Content oglašavanje na portalu The Local. Budžeti između kanala raspodijeljeni su na sljedeći način: Content 75%, Mobile 20%, Facebook 5%. Content oglašavanje realizirano je na vodećem skandinavskom portalu na engleskom jeziku – TheLocal. Uz objave na norveškoj i švedskoj verziji tog portala, dodatno je gratis objavljen članak i u Danskoj. Više od 12.500 čitatelja je pročitalo objavljeni multimedijски sadržaj o Splitu, s prosječnim vremenom zadržavanja na objavi od 3:37 minuta što ukazuje na iznimnu zainteresiranost te vrlo kvalitetan sadržaj te kontekst objave. Uz to je članak objavljen na Facebooku pa je više od 1500 ljudi preko Facebooka ostvarilo interakciju sa sadržajem. Oni čitatelji koji su otišli i korak dalje sa sadržaja prema stranicama TZ Splita, na njima su se zadržavali više od 3 minute, potvrđujući visok interes te relevantnost medijskog ciljanja. S obzirom na činjenicu da je Skandinavija svjetska regija broj 1 u pogledu korištenja mobilnih uređaja, mobilno oglašavanje je nezaobilazan kanal promocije na tim tržištima. Stranicama TZ Splita pristupilo je više od 4500 posjetitelja preko ovog kanala digitalne promocije (10 posto gratis klikova uključeno) koji su se na stranicama zadržali gotovo minutu, što je za konzumaciju s mobilnih uređaja izvrstan rezultat. I konačno putem Facebooka, kao najvažnije socijalne mreže ostvaren je dodatni doseg kampanje na više od 60.000 korisnika, od kojih je njih 2275 preko oglasa došlo na stranice TZ Splita. Možemo zaključiti da su kroz medijski mix ostvareni ciljevi kampanje.





Skandinavija je jedna od najskupljih regija pa su turisti s tog područja svim tržištima iznimno zanimljivi. Kampanja je generirala veliku posjećenost kako na stranicama medija tako i na web stranicama TZ Spita, uz visok stupanj interakcije/konzumacije samog sadržaja koji promovira Split kao poželjnu destinaciju.



### **Offline komunikacije**

Jedan od glavnih ciljeva hrvatskoga turizma definiran Strategijom razvoja turizma do 2020., je smanjenje sezonalnosti i povećanje broja turističkih dolazaka i noćenja u vremenu pred i posezone. U skladu s tim, naša je TZ u suradnji s drugima iz turističkoga sektora i 2018. godine provodila program udruženog oglašavanja. Važnost udruživanja radi ostvarivanja zajedničkog cilja prepoznali su brojni turistički subjekti poput agencije Toto travel, kampa Stobreč, hotela Luxe, Radisson Blu, Atrium, Park, Biberon, avio prijevoznika Croatia airlines, Jet2.com.

Tijekom 2018. godine financirali smo i poticali objavu brojnih novinskih članaka o poslovanju TZG Split da bismo promovirali grad. U nastavku je popis dnevnih novina, časopisa, radijskih postaja, portala i televizija s kojima smo realizirali tiskovno oglašavanje manifestacija i turističkih proizvoda grada Splita.

- **Brošure i ostali promotivni materijali**

Novost u 2018. godini je klasterka brošura kojom se turistička ponuda Splita nadopunjuje s obližnjim destinacijama čineći jedinstvenu turističku destinaciju pod nazivom Splitska rivijera. U 2018. nastavili smo tiskati brošure i promotivne materijale. Dio tiskanih materijala distribuiran je i putem turističkih informativnih centara, gospodarskih i sportskih organizacija, sportskih klubova, državnih institucija, udruga i ostalih organizatora kulturnih, sportskih i drugih događanja u Splitu i inozemstvu. Procesi izrade, nabave i organizacije dotiskanja promidžbenih materijala usklađeni su s Programom rada te zakonskom regulativom. U 2018. godini nastavili smo tiskati i ažurirati sljedeće promotivne materijale: magazin Visit Split, Plan grada, malu i veliku Image brošuru. Podržali smo tiskanje i distribuciju vodiča Eat in Split, Use it mape, i turističke novine Discover Split.



# SPLIT RIVIERA

Uzmite od Mediterana - ono najbolje!

Take the best of what the Mediterranean has to offer! Prenez le meilleur de la Méditerranée!

Gönnen sie sich das Beste des Mittelmeers! | Prendi il meglio del Mediterraneo!

HR

Kroz specijalji spis UNESCO-ov zaštićene graditeljske baštine i raskošni tradiciji, slikoviti plaža umršenih u bistru plavetnilu Jadrana i kulturnih poistota koje su tek točka na » izvanom i gotovo filmikom osnažu avadobice onoga kraja, Splitka rivijera nuđi ono najbolje od Mediterana.

Pridodamo li nizu rječnih pitoreskih mjesta, od Marina, preko Segeta, Trogira, Okruqa, Kaštele, Solina, Šolte, Omiša, Podstrane, Dugog Rata i Omisla, doza adrenalina i avanture u zadivljućem kanjonu rijeke Cetina, kao i niz glasnih ambasadora dalmatinske kuhine, od nadeleto poznate i omiljene peke, pa do patiscada, soparnika i rožata, Splitka Rivijera bez sumnje pruži jednako nezaboravno putovanje svim Vašim osjetilima.

EN

Through the striking blend of UNESCO's protected architectural heritage and the splendour of tradition, of postcard perfect beaches immersed in the clear blue of the Adriatic Sea and cultural delights that only bring an additional splash of colour to the movie-like old-time atmosphere of the region's everyday life, the Riviera of Split offers the very best of the Mediterranean.

Add to the strand of its picturesque places, from Marina, Seget, Trogir, Okrug, Kaštel, Solin, Split, the island of Šolta, Podstrana, Dugi Rat and Omis, a dose of adrenaline and adventure in the fascinating Cetina river canyon, and spice it all up with a number of famous ambassadors of Dalmatian cuisine, from the well-known culinary favorite peka, to the patiscada stew, the soparnik pie and the delicious local version of crme caramel - rožata, and the Riviera of Split is bound to treat all your senses to an unforgettable journey.

FR

Grâce à la combinaison saisissante du patrimoine architectural protégé par l'UNESCO et de la splendeur de la tradition, des plages pittoresques immergées dans le bleu limpide de l'Adriatique et des délices culturelles qui caractérisent l'ambiance originale, presque filmique de la vie quotidienne de cette région, la Riviera de Split offre le meilleur de la Méditerranée.

Si l'on ajoute à un certain nombre de ses endroits pittoresques Marina, Seget, Trogir, Okrug, Kaštel, Solin, Split, l'île de Šolta, Podstrana, Dugi Rat et Omis, une dose d'adrénaline et d'aventure dans le canyon étonnant du fleuve de Cetina ainsi que de nombreux ambassadeurs célèbres de la cuisine dalmate, la fameuse peka préparée, la patiscada, le soparnik et la rožata, la Riviera de Split offre sans aucun doute un voyage inoubliable à tous vos sens.

DE

Durch die verlockende Mischung aus geschütztem architektonischen UNESCO-Erbe und der Pracht der Tradition, aus malerischen Stränden, eingetaucht in das kristallklare Blau der Adria und kulturellen Köstlichkeiten, die nur einen zusätzlichen Farbtupfer in die fast filmhafte Atmosphäre des authentischen Alltagslebens der Region bringen, bietet die Riviera von Split das Beste des Mittelmeers.

Fügen Sie zu der Reihe ihrer pittoresken Orte, von Marina, Seget, Trogir, Okrug, Kaštel, Solin, Split, der Insel Šolta, Podstrana, Dugi Rat und Omis, eine Dosis Adrenalin und Abenteuer in der atemberaubenden Schlucht des Cetina-Flusses hinzu, und wirzen Sie den Mix mit einer Reihe von berühmten Botschaftern der dalmatischen Küche, von der beliebten Peka, dem Patiscada-Schmorbraten, dem geschützten Mangolikuchen Soparnik und Rožata, der leckeren lokalen Variante von Crème caramel, und Ihre Reise durch die Riviera von Split wird bestimmt zu einem Fest für alle Sinne.

IT

Con la combinazione sorprendente del patrimonio architettonico protetto dall'UNESCO e dello splendore della tradizione, delle spiagge pittoresche immerse nel blu cristallino dell'Adriatico e delle delizie culturali che caratterizzano l'atmosfera originale, quasi filmica di tutti i giorni di questa regione, la Riviera di Split offre il meglio del Mediterraneo.

Se si aggiunge a una serie di luoghi pittoreschi, Marina, Seget, Trogir, Okrug, Kaštel, Solin, Split, l'isola di Šolta, Podstrana, Dugi Rato e Omis, una dose di adrenalina e d'avventura nella splendida canyon del fiume di Cetina, così come un certo numero di ambasciatori famosi della cucina dalmata, la famosa peka preferita, la patiscada, il soparnik e la rožata, la Riviera di Split offre senza dubbio un indimenticabile viaggio a tutti i vostri sensi.



Marina | Seget | Okrug | Trogir | Šolta | Kaštela  
Solin | Split | Podstrana | Dugi Rat | Omis

## DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	700.000	690.961	99
1.	Sajmovi i posebne prezentacije	400.000	395.907	99
2.	Studijska putovanja (novinari, agenti)	300.000	295.054	98

Iako je važnost interneta u industriji putovanja danas golema i dalje koristimo sajamske prezentacije kao vrlo važno mjesto susreta ponude i potražnje, odnosno susreta turističke ponude našega grada s potencijalnim turističkim agentima, investitorima, avio-prijevoznicima.

Svake godine u ožujku međunarodna turistička industrija susreće se na ITB Berlin. ITB Berlin je vodeći svjetski turistički sajam koji iz godine u godinu okuplja najvažnije dionike u turizmu. Jedan svijet, jedna industrija, jedan sajam! Sajam, koji je mjesecima unaprijed rezerviran skoro



u potpunosti, još se jednom potvrdio kao pouzdan ekonomski pokazatelj i trendsetter budućnosti – s otprilike 110.000 posjetitelja iz Njemačke i inozemstva, ITB Berlin je vodeći svjetski turistički sajam. Glavni razlog dobrih pokazatelja u industriji turizma je pozitivna ekonomska klima u eurozoni koja je prema vodećim gospodarskim institucijama najbolja od prijelaza u drugo tisućljeće. Od 7. do 11. ožujka 2018., više od 10.000 tvrtki i organizacija iz 186 zemalja i regija izložilo je svoje proizvode posjetiteljima u 26 dvorana na izložbenoj lokaciji u Berlinu.

Ovogodišnji sajam posjetilo je 109.000 registriranih poslovnih posjetitelja, odnosno kupaca i

čak tisuću akreditiranih novinara. Pozornost je bila usmjerena na partnersku regiju Mecklenburg-Vorpommern. Tijekom pet dana trajanja sajma, njemačka savezna država izložila je široku paletu turističkih proizvoda. S baltičkom obalom i poznatom regijom Lakeland, Mecklenburg-Vorpommern jedno je od najtraženijih i najatraktivnijih turističkih tržišta Njemačke.

Turistička zajednica grada Splita i Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije sudjelovali su kao suizlagači na štandu Hrvatske turističke zajednice. Prvi put 2018. godine svi su izlagači na svojim štandovima imali tablete s promotivnim video zapisima, što je svakako pospješilo promotivne učinke. Velik interes pokazali su agenti iz Njemačke, koja je naše respektabilno emitivno tržište, ali i zemlje u regiji (Češka, Slovenija i Crna Gora), te Indija i Kina s azijskoga tržišta. Dobili smo veliki broj novih ponuda za suradnju, primjerice s World Festival Association, za osmišljavanje novih proizvoda izvan sezone (Creative Tourism Network), kreiranje aplikacije za 3D walking toure (Smart Guide), povezivanje s aviokompanijama i kreiranje novih mapa grada za njemačko tržište (Germanwings).

Uprilичeno je mnogo poslovnih sastanaka na kojima su sudjelovale turističke agencije i hoteli Maestral, Eklata, Hotel Park, Adriatic 4 You. Dijelili smo Meetings Split, brošuru grada Splita, mapu grada, Welcome magazin, Discover Split travel guide, brošuru s pregledom manifestacija u gradu, nove mape Split für Anfänger, vodič za županiju – Reiseführer Mittel Dalmatien, popis županijskih agencija koje nude posebne/drugačije programe, županijske karte, Gastronomieführer, nautičke karte... Dani vikenda bili su otvoreni za široku publiku, zabilježili smo odličnu posjećenost. Posjetitelji su se najviše zanimali za nove trendove predstavljene na sajmu. Kao glavni motivi putovanja profiliraju se odmor na moru uz dodatne usluge kao što su biciklizam, ronjenje, tenis, wellness, zdravstveni turizam te raznorazne gastro i kulturne ture; jedrenje, obiteljski odmor, razgledavanje i kultura, sportski turizam. Raste potražnja za sportskim turizmom, posebice hotela s vlastitim nogometnim ili teniskim terenima, interes iskazuju i poslovni partneri i gosti. U odabiru smještaja dominiraju hoteli i privatni smještaj, a među mlađom populacijom kamping turizam. Najčešći načini dolaska u destinaciju su osobnim automobilom i zrakoplovom.

Dosta posjetitelja zanimalo se za opće informacije o gradu Splitu kao i samoj regiji, tražili su popis hotela, biciklističkih staza, karte grada, regije i Hrvatske. Velik broj upita odnosio se na nadolazeće manifestacije, osobito u ljetnom periodu jer mnogi vrijeme dolaska usklađuju upravo s određenim manifestacijama. Najviše zainteresiranih bilo je iz Njemačke, Austrije, Velike Britanije i drugih zemalja EU. ITB Berlin potvrdio je status platforme na kojoj se bez

iznimke raspravlja o svim važnim trendovima i aktualnim pitanjima vezanima za budućnost industrije turizma.

U 2018. godini TZG Split zakupom prostora i upućivanjem informatora sudjelovala je na najvećim turističkim sajmovima WTM London i ITB Berlin. Na Međunarodnom sajmu turizma (World Travel Market - WTM) održanom u razdoblju 5.11.2018. - 7.11.2018. Turistička zajednica grada Splita (TZGS) i Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (TZSDŽ) zajedno su se predstavile na štandu Hrvatske turističke zajednice. Međunarodni turistički sajam bio je vrlo dobro posjećen, tijekom sva tri dana izlaganja zapaženo je veliko zanimanje za grad Split i Splitsko-dalmatinsku županiju. Zainteresirani posjetitelji našeg štanda mogli su dobiti opće turističke informacije o Republici Hrvatskoj, Splitsko-dalmatinskoj županiji i gradu Splitu, te pisane materijale za lakše snalaženje u destinaciji, poput karata Republike Hrvatske, regionalnih karata srednje Dalmacije, karata Splita, brošura o prirodnim ljepotama i kulturnoj

baštini i image brošura na engleskom jeziku. Što se tiče pisanih materijala, podijeljeno je najviše image brošura, Welcome magazina i brošure Meetingsplit. Osim pisanih materijala, posjetitelji su dobili i konkretne informacije važne za bolju organizaciju boravka u Splitu i cijeloj županiji. Na



sajmu su, na našem štandu, održani i poslovni sastanci kojima su uz nas, djelatnike TZSDŽ-a i TZGS-a, nazočili predstavnici brojnih turističkih agencija i hotela s područja županije: Kredenca d.o.o, Go Adventure d.o.o., Adriatic Travel, Atrium-hotel grupa d.o.o. i Private Tours Croatia d.o.o... Održani su i sastanci s predstavnicima inozemnih turističkih agencija i online



platformi za prodaju avanturističkih izleta i drugih turističkih paket aranžmana, zatim s blogerima, urednicima web turističkih magazina i ostalima koji su iskazali interes za Split i cijelu županiju.

Studijska putovanja organizirana su najvećim dijelom u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije. Posebno ističemo studijska putovanja u periodu pred i posezone. Na putovanjima smo u potpunosti dostupni novinarima i agentima, upoznajemo ih s atraktivnim, receptivnim i komunikativnim elementima ponude u Splitu. Studijska putovanja i potpora novinarima, agentima i TV kućama, rezultirala su brojnim člancima i TV reportažama o Splitu i Dalmaciji. Dodatne pogodnosti kojima podržavamo kongrese i studijska putovanja su besplatna stručna vođenja i klapsko pjevanje, čime inozemnim agentima i novinarima omogućavamo doživljaj destinacije kroz kulturnu baštinu grada Splita. U 2018. zabilježen je porast interesa inozemnih novinara i blogera za Splitom u podsezoni, posebno za vrijeme trajanja manifestacije Zimski akavrel-adventske i božićne svečanosti u Splitu.



## INTERNI MARKETING

<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>30.000</b>	<b>29.456</b>	<b>98</b>
1.	Edukacija	25.000	24.456	98
2.	Nagrade i priznanja	5.000	5.000	100

U 2018. godini poticali smo ulaganje u najvažniji kapital - znanje i edukaciju djelatnika, s naglaskom na edukaciji djelatnika za vođenje i prijavu projekata financiranih od strane Europske unije. Zakonske promjene omogućit će turističkim zajednicama da samostalno prijavljuju projekte, što je snažno utjecalo na donošenje odluka o edukaciji.

## POSEBNI PROGRAMI

<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>1.550.000</b>	<b>1.347.465</b>	<b>87</b>
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena			
1.1.	Stobreč i Žrnovnica	300.000	306.986	102
1.2.	Slatine	200.000	199.368	100
2.	Razvoj i unaprijeđenje turističkih proizvoda	300.000	294.857	98
3.	Projekti turist. valorizacije (tvrđava Gripe, Fontana)	450.000	245.663	55
4.	Unaprijeđenje prometne povezanosti van sezone	300.000	300.591	100
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO - PLANOVI RAZVOJA TURIZMA</b>	<b>125.000</b>	<b>124.375</b>	<b>100</b>

### Poticanje i pomaganje razvoja turizma na turistički nerazvijenim područjima

I 2018. godine nastavili smo razvijati nedovoljno turistički valorizirana područja Slatine, Stobreč i Žrnovnicu. Turistička zajednica grada Splita podržala je navedene destinacije većim brojem projekata. Organizirali smo manifestaciju *Slatinske fraje* s ukupno 13 koncerata; svjetlećom signalizacijom i dodatnim radovima obnovili info centar, financijski podržali ulaganje u hortikulturu radi boljih uvjeta boravka turista i lokalnog stanovništva, podržali organizaciju zimskoga zabavnog programa. U Stobreču smo novčano pomogli proslavu sv. Lovre, omogućili sustav navodnjavanja, osigurali „Pametnu klupu“ radi uvođenja digitalizacije i smart city rješenja i na slabije razvijenim područjima.

U 2018. godini kroz brojne projekte utjecali smo na razvoj i unaprijeđenje turističkih proizvoda. U 2018. godini naglasak je bio na proizvod kulturnog turizma izvan turističke sezone. Posebno valja istaknuti hrvatske narodne bajke i priče, glazba, kreativno pripovijedanje, dramske igre u puno zabave za djecu između 5 i 10 godina, kroz projekt „Čarobni četvrtak“ pod organizacijom Galerije Meštrović. U društvu veličanstvenih skulptura našeg velikog kipara Ivana Meštrovića, za vrijeme adventa, hrvatske narodne bajke i priče, glazba, kreativno pripovijedanje, dramske

igre i puno zabave oduševilo je djecu između 5-10 godina. Podržali smo i poseban projekt pod vodstvom Muzeja grada Splita - „Došašće u Muzeju grada Splita“. Tijekom prosinca u Gotičkoj dvorani Muzej grada Splita pripremili smo bogat kulturni program u kojem se moglo uživati svim osjetilima: u skulpturi Jaslice Ljubice Dragojević Buble, u Diorami: Božićno jutro u splitskom tinelu, u prikazu Badnje večeri u pučkoj kući, u raznim kulturno-znanstvenim razgovorima, koncertima i radionicama. Podržali smo i zimski program u Pomorskom muzeju kroz izložbu: „Više od svjetla i soli: 200 godina hrvatskih svjetionika“ i gastro događaj „Brodsko kužina na suhom“ . Na Marjanu u organizaciji Prirodoslovnog muzeja uz našu potporu, održana je fešta pod nazivom 'Božićna priča stare Dalmacije - kar naših didova'.

U 2018. kulturni turizam razvijali smo i kroz sport kroz aplikaciju Sight Run. To je aplikacija koja povezuje trčanje i turističko razgledavanje, a dostupna je za mobitele s operativnim sustavima Android i OS. Ona omogućava gostu koji se prvi put nalazi u određenoj destinaciji da trčeći razgleda destinaciju u kratkom vremenu bez prethodne pripreme. Funkcionira putem GPS-a, vodi korisnika kroz grad i daje mu objašnjenja o atrakcijama pored kojih prolazi ili priča priču o toj destinaciji. Prednost aplikacije je da trkači ne moraju gledati u mobitel kuda se kreću, već dobivaju navigacijske upute. Dobro je što ne treba wi-fi, a potrebne su mu samo slušalice. Korisnik pokrene aplikaciju na startnoj točki stavi slušalice i prepusti se trčanju. Naravno, može stati, fotografirati se, pogledati nešto ako ga zanima jer aplikacija prati korisnika.



Na području TZ Split su planirane, projektirane i upravo se izvode sljedeće cikloturističke staze: 120. Game of Thronesa startom u Splitu-Riva, Bačvice, Zenta, Duilovo, Stobreč, Žrnovnica, Mravince, Tvrđava Klis, izvor Jadra, Salona, Dujmovača, Brda, Marjan 121. Marjan FF sa startom u Splitu-Riva, Zapadna obala, Kašuni, vrh Marjana, Bene, Institut, Zapadna obala, Riva 122. Preko Mosora sa startom u Žrnovnici, Srinjine, Gata, Omiš, Dugi Rat, Podstrana, Žrnovnica 123. Zvezdarnica sa startom u Žrnovnici, Kučine, Zvezdarnica, Žrnovnica 124. Slatine FF sa startom u Slatinama i krugom po otoku Čiovo Ukupna duljina staza je cca 140km i velika većina je cestovnog tipa a Zvezdarnica je MTB dok su Marjan i Slatine mješovite. Vrstu i tip je uvjetovala konfiguracija terena i postojeće zatečeno stanje u prostoru. Sve staze će biti kompletno označene u 2019. godini. TZ Split se nalazi na dvije biciklističke karte: Splitska rivijera istok i Zapad. Splitska rivijera istok je upravo na završnoj provjeri prije tiska.

Jedan od ciljeva za 2018. godinu bio je utjecati na dugoročno unaprijeđenje zračne povezanosti kroz promociju postojećih zračnih linija i poticanje njihove popunjenosti, te unaprijeđenjem lokalne povezanosti izvan glavne turističke sezone. Jedna od provedenih kampanja je i Cobranding kampanja koja omogućuje partnerima koji tako surađuju da zajednički promoviraju svoje proizvode i podijele učinke takve aktivnosti.

Tijekom travnja/svibnja 2018 u suradnji s Expediom, jednom od vodećih globalnih travel platformi TZ grada Splita i Croatia Airlines zajednički su realizirali kampanju u Njemačkoj.

Croatia Airlines promovirala je svoje letove iz njemačkih gradova prema Splitu, a grad Split promovirao se kao savršena mediteranska city destinacija za posjet u predsezoni. U medijskome dijelu promotivne aktivnosti bile su izrada posebnog landing pagea na Expediji, banneri u velikom broju različitih formata, te teksta i fotografija u sklopu tzv. „Brand Takeovera“ na Expedia webu u Njemačkoj.

Uz ravnomjernu 50:50 investiciju, isporučeno je ukupno 1,5 miliona impresija oglasa te ostvarena 902 klika. Prosječno vrijeme zadržavanja na stranici bilo je odličnih 1:33 minute.

Prema pokazateljima Expedie, za vrijeme trajanja kampanje ostvaren je rast noćenja s njemačkoga tržišta od 11,8% te porast prodaje aviokarata od 3,8%, pa su time uz branding/awareness ciljeve ostvareni i prodajni rezultati i za Croatia Airlines i za pružatelje usluge smještaja u gradu Splitu. Dakle, ovakva suradnja omogućuje sinergijske učinke dvaju subjekata u ciljanoj promociji te zajedničke učinke uz podjelu troškova. S ciljem bolje povezanosti Splita u prosincu, proveli smo zajedničku online kampanju u suradnji s Croatia

Airlines, kroz koju su promovirani zimski letovi za Split i „Zimski akvarel - adventske i božićne svečanosti u Splitu“

U suradnji s tvrtkom Promet Split d.o.o., TZ Split financirala je za svoje sugrađane besplatne adventske linije. Da bi se poboljšala prometna povezanost u gradu Splitu tijekom manifestacije „Zimski akvarel - adventske i božićne svečanosti u Splitu“, zajedno s HŽ Putničkim prijevozom organizirali smo građanima Splita, Solina, Kaštela i Trogira svake subote i nedjelje besplatnu povratnu vožnju do centra grada.

**PLANOVI RAZVOJA- PLAN UNAPREĐENJA GASTRONOMSKE PONUDE  
U HOTELIMA I RESTORANIMA I RAZVOJ  
GASTRONOMSKOG TURIZMA GRADA SPLITA**

Institut za turizam iz Zagreba potpisao je ugovor s Turističkom zajednicom Grada Splita za izradu Plana unapređenja gastronomske ponude u hotelima i restoranima i razvoj gastronomskog turizma grada Splita. Plan se izrađuje za pet godina, odnosno obuhvaća razdoblje od 2019. do 2024. godine. S obzirom na to da je dugoročna orijentacija razvoja turizma grada Splita na podizanju kvalitete turističkih proizvoda i usluga, ostvarivanju većeg ekonomskog efekta od turizma kroz produljenje turističke sezone te na stvaranju većih ekonomskih i društvenih koristi lokalnoj zajednici, unapređenje gastronomske ponude u hotelima i restoranima, odnosno razvoj cjelokupnog gastronomskog turizma grada Splita jedna je od ključnih aktivnosti u postizanju ovih ciljeva. Potreba za planom je izražena kroz činjenicu da se rast ponude gastronomije u Splitu događa kao odraz rasta potražnja, i to ponajprije turističke. Taj porast ponude još uvijek nije podržan sustavnim aktivnostima kojima bi se osigurao njegov cjelovit i obuhvatan razvoj gastronomske ponude komplementaran cjelokupnom turističkom razvoju grada. Ključna uloga gastronomije u bogaćenju turističke ponude i prilagođavanju tržišnim trendovima prepoznata je i na nacionalnoj razini. U Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (NN55/13) gastronomski proizvod je izdvojen kao jedan od vodećih turističkih proizvoda Hrvatske, a preporuke za njegov razvoj uključuju usmjerenje prema izvornosti, podizanje kvalitete ljudskih potencijala, stvaranje prepoznatljivosti te razvijanje različitih oblika ponude doživljaja gastronomske i enološke posebitosti i tradicije. Uz planove u turizmu gastronomski razvoj podržava i Ministarstvo poljoprivrede kroz mjere povećanja kvalitete namirnica, jačanje zaštite poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda oznakama kvalitete, unapređenja ekološkog sustava te udruživanja proizvođača definirane njihovim strateškim planom za razdoblje 2018. – 2020. Gastronomska scena u gradu Splitu posljednjih se godina ubrano razvija i mijenja. Međutim, bez obzira na rast broja restorana razvoju gastronomije potrebno je pristupiti sustavno i planski te primijeniti destinacijski koncept razvoja gastronomije. To bi značilo da gastronomiju gosti mogu doživjeti na ulici, na izletima, u smještajnim objektima, u aspektima uređenja destinacije, u razgovoru s domaćinima. Time bi se stvorili preduvjeti da Split postane prepoznatljiv i privlačan turistima čija su putovanja u cjelosti ili djelomično motivirana gastronomijom, ali i onima koji dolaze iz drugih razloga ali uživaju u gastronomskoj i enološkoj ponudi koja im bogati cjelokupni doživljaj. Konačno, razvoj gastronomije u Splitu, kao glavnom gradu i odredištu srednje

Dalmacije, trebao bi biti u stanju potaknuti razvoj ovog proizvoda i na razini županije gdje je, kao i kada je u pitanju grad Split, produljenje sezone jedno od glavnih strateških ciljeva turističkog razvoja. Sukladno projektnom zadatku plan se temelji na temelji na niz analiza. U sljedećem poglavlju, daje se kratak pregled globalnih kretanja u gastronomiji i gastronomskom turizmu, a potom se u trećem poglavlju iznose primjeri dobre prakse, dok četvrto poglavlje kroz identifikaciju ključnih faktora uspjeha predstavlja svojevrsnu sintezu nalaza provedenih analiza. Najobuhvatnije četvrto poglavlje sadrži nalaze analize ponude grada Splita i to posebno gastronomske i enološke ponude, kao i osnovnih preduvjeta za brži razvoj gastronomskog turizma – kadrove i lokalne dobavljače. Kroz analizu snaga, slabosti, prilika i prijetnji identificirani su ključni faktori na koje je potrebno strateški utjecati, pretočeni u viziju, razvojna načela i strateške ciljeve u sedmom poglavlju. U svrhu provedbe strategije, definiran je akcijski plan s četrnaest aktivnosti grupirane u četiri strateška područja, od upravljanja razvojem gastronomske ponude, preko razvoja samog proizvoda, njegove promocije i kontinuirane edukacije dionika.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2018.	OSTVARENJE	indeks
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	8.300.000	8.242.869	99
2.	Prihodi od turističke članarine	6.300.000	6.595.442	105
3.	Prihodi iz proračuna grada za gradske manifestacije	2.400.000	2.400.000	100
4.	Prihodi iz pror. Grada za Europsko rukometno prvenstvo	625.000	625.000	100
5.	Prihodi od boravišne pristojbe nautičara	180.000	186.631	104
6.	Prihodi od drugih aktivnosti	20.000	29.662	148
7.	Ostali nespomenuti prihodi (HTZ, Županijska TZ, Županija, Ministarstvo)	200.000	257.277	129
8.	Prihodi iz EU fondova	0	776	#DIV/0!
9.	Prijenos prihoda iz prethodnih godina	1.520.000	600.119	39
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>19.545.000</b>	<b>18.937.776</b>	<b>97</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA	REPLAN 2018.	OSTVARENJE	indeks
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI (1. + 2. + 3. + 4.)</b>	<b>4.335.000</b>	<b>4.198.811</b>	<b>97</b>
<b>1.</b>	<b>Rashodi za radnike i troškovi ureda</b>			
1.1.	Rashodi za radnike - Turistički ured	2.050.000	2.038.118	99
1.2.	Troškovi Turističkog ureda	320.000	272.247	85
1.3.	Rashodi za radnike - TIC Split	1.210.000	1.179.530	97
1.4.	Troškovi TIC Split	220.000	206.783	94
1.5.	Rashodi za radnike - Lučka kapetanija (HTZ)	25.000	25.850	103
1.6.	Rashodi za radnike - TIC Stobreč	224.000	224.185	100
1.7.	Troškovi TIC Stobreč	40.000	40.851	102
1.8.	Rashodi za radnike - TIC Slatine	26.000	23.050	89
1.9.	Troškovi TIC Slatine	20.000	11.318	57
<b>2.</b>	<b>Rashodi za rad tijela Turističke zajednice</b>	<b>200.000</b>	<b>176.879</b>	<b>88</b>
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>8.315.000</b>	<b>8.106.684</b>	<b>97</b>
	<b>Organizacija, potpore i donacije manifestacijama, incentivi i promidžbeni alati</b>			
<b>1.</b>	<b>Manifestacije</b>			
1.1.	Donacije i sponzorstva događanjima	1.000.000	920.000	92
	Nova godina - adventska događanja	1.500.000	1.441.814	96
	Karneval	300.000	300.000	100
	Uskršnja događanja	100.000	99.213	99
	Sudamja	500.000	500.534	100
	Splitski festival	500.000	500.000	100
	Koncertni program: Riva, trgovi grada, Podrumi	1.000.000	999.476	100
	Cili svijet u Split	100.000	100.007	100
	Dani Dioklecijana	500.000	458.276	92
	Splitsko ljeto	100.000	100.000	100
	Smjena straže	300.000	300.000	100
	Festival Ultra Europe	200.000	200.000	100
	Festival klapa na Peristilu	50.000	50.000	100
	Mali Split	100.000	100.000	100
	Praznik cvijeća	100.000	100.000	100
	Europsko rukometno prvenstvo	625.000	625.000	100
	Ured direktora - potpore projektima	100.000	71.824	72
	Ostale potpore (iz viška prihoda prošle godine)	600.000	600.000	100



	Potpore po odluci vijeća TZ	400.000	400.000	100
1.2.	<b>Incentivi i promidžbeni alati</b>			
	Split Card kartica	40.000	38.896	97
	City Break	100.000	100.548	101
2.	<b>Potpore podizanju kvalitete turističke ponude</b>	100.000	101.096	101
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>1.555.000</b>	<b>1.521.090</b>	<b>98</b>
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije</b>			
1.1.	Internet oglašavanje	300.000	297.343	99
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	200.000	201.005	101
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije</b>			
2.1.	Udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	550.000	519.341	94
2.2.	Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku i TV oglašavanje)	50.000	49.460	99
2.3.	Odnosi sa javnošću	40.000	40.121	100
2.4.	Brošure i ostali tiskani materijali	350.000	349.536	100
2.5.	Suveniri i promo materijali	50.000	49.259	99
2.6.	Info table / Info table-smeđa signalizacija	15.000	15.025	100
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>700.000</b>	<b>690.961</b>	<b>99</b>
1.	Sajmovi i posebne prezentacije	400.000	395.907	99
2.	Studijska putovanja (novinari, agenti)	300.000	295.054	98
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>30.000</b>	<b>29.456</b>	<b>98</b>
1.	Edukacija	25.000	24.456	98
2.	Nagrade i priznanja	5.000	5.000	100
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>445.000</b>	<b>445.973</b>	<b>100</b>
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	10.000	10.000	100
2.	Istraživanje tržišta	5.000	5.000	100
3.	Suradnja sa domaćim i međunarodnim institucijama	20.000	19.844	99
4.	Banka fotografija/video/ dizajn / pripreme u izdavaštvu	200.000	200.773	100
5.	Medija plan	200.000	200.119	100
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav	10.000	10.237	102
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>1.550.000</b>	<b>1.347.465</b>	<b>87</b>
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena			
1.1.	Stobreč i Žrnovnica	300.000	306.986	102
1.2.	Slatine	200.000	199.368	100
2.	Razvoj i unaprijeđenje turističkih proizvoda	300.000	294.857	98
3.	Projekti turist. valorizacije (tvrđava Gripe, Fontana)	450.000	245.663	55
4.	Unaprijeđenje prometne povezanosti van sezone	300.000	300.591	100
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO - PLANOVI RAZVOJA TURIZMA</b>	<b>125.000</b>	<b>124.375</b>	<b>100</b>
<b>IX.</b>	<b>TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)</b>	<b>2.490.000</b>	<b>2.472.961</b>	<b>99</b>
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>19.545.000</b>	<b>18.937.776</b>	<b>97</b>