

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU I REALIZACIJI  
PROGRAMA RADA  
TZ SPLITSKO – DALMATINSKE ŽUPANIJE  
ZA 2024. GODINU

SREDNJA  
DALMACIJA

**Split, ožujak 2025. godine**

Prihvaćen i usvojen na II redovnoj sjednici  
Skupštine TZ Splitsko – dalmatinske županije,  
održanoj dana 27.ožujka 2025. godine

---

Split

## U V O D

Kako bi se na učinkovit način informirala nadležna tijela o radu i financijskom poslovanju Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije, napravljeno je godišnje izvješće o realizaciji i izvršenju programa rada za 2023. godinu. Godišnje financijsko izvješće sadržava podatke o izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka, izdacima njihovog izvršenja, izdacima za poslovanje turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice, ostvarenju prihoda po izvorima, financijskom rezultatu poslovanja, usporedbu financijskog plana i njegovog ostvarenja s obrazloženjem odstupanja, analizu i ocjenu izvršenja programa, te procjenu učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma. Godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizi i ocjeni ostvarenja programa i financijskog plana sadrži i :

- podatke o ostvarivanju postavljenih ciljeva,
- prati postavke plana,
- usporedbe planiranog i ostvarenog

Izvješće se temelji na knjigovodstvenoj evidenciji TZ Splitsko – dalmatinske županije, kao i podacima koje prikupljaju i obrađuju turistički uredi turističkih zajednica gradova, općina i mjesta Splitsko – dalmatinske županije. Temeljem Izvješća TZ Splitsko - dalmatinske za 2023. godinu prezentirani su ukupno ostvareni rezultati turističkog prometa u razdoblju od mjeseca siječanj - prosinac, ukupno ostvareni prihodi te evidencija rashoda koji su bili potrebni za izvršavanje i realizaciju programa rada Turističke zajednica Splitsko – dalmatinske županije u 2023. godini. U definiranju strategije turističke zajednice polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica, koji su definirani u čl. 9 Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, pa je sukladno tome rad turističkih zajednica usmjeren u tri glavna pravca djelovanja:

- **poticanje i iniciranje razvoja i unapređivanje** postojećeg **turističkog proizvoda**, iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda na način da upravljaju destinacijom,
- **promocija turističkog proizvoda područja**, sukladno sustavu promicanja turizma i njegovim posebnim i općim zadacima,
- **razvijanje svijesti o gospodarskim, društvenim i dr. učincima turizma**, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda područja, osobito zaštite okoliša i baštine.

# 1. TURISTIČKI PROMET

## 1.1. Turistički promet na razini Hrvatske

Hrvatska je u prošloj godini dodatno učvrstila svoju poziciju kao jedna od najpoželjnijih europskih destinacija, a navedeno osim rezultata turističkog prometa dokazuju i drugi pokazatelji, poput prihoda od turizma. Svim ostvarenim turističkim rezultatima u 2024. godini, uključujući i financijske pokazatelje, sektor može biti zadovoljan, jer po svim parametrima ostvarena je još jedna uspješna godina. Ono što posebno veseli je što je najizraženiji rast napravljen upravo u pred i posezoni čime Hrvatska postaje destinacija cjelogodišnjeg turizma. Važni reformski procesi koji se provode na nacionalnoj razini te snažna financijska podrška ulaganju u javni i privatni turistički sektor temelj su za nastavak uspješnosti i konkurentnosti hrvatskog turizma.

### DOLASCI I NOĆENJA turista HRVATSKA, svi smještajni kapaciteti

	DOLASCI, I - XII			NOĆENJA, I - XII			
	2024	2023	24/23	2024	2023	24/23	% noć.
<b>UKUPNO</b>	21.346.584	20.613.497	104	108.735.364	107.752.645	101	100,00
<b>Domaći</b>	3.046.245	2.823.602	108	13.362.992	13.063.619	102	12,29
<b>Strani</b>	18.300.339	17.789.895	103	95.372.372	94.689.026	100	87,71

Izvor: eVisitor

Prema podacima sustava eVisitor obrađenim na dan 3. siječnja 2025., u razdoblju siječanj-prosinac 2024. broj dolazaka stranih turista iznosio je 18,30 mil. (indeks 102,83 u usporedbi s razdobljem siječanj-prosinac 2023.), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 3,05 mil. (indeks 107,78). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 95,37 mil. noćenja stranih turista (indeks 100,71), kao i 13,36 mil. noćenja domaćih turista (indeks 102,24). Sveukupni strani i domaći broj dolazaka u razdoblju siječanj-prosinac iznosio je 21,35 mil., što je 4 posto više u odnosu na prethodnu godinu, a istovremeno je zabilježeno 108,74 mil. sveukupnih noćenja, što je za 1 posto više u usporedbi s 2023. godinom. Tijekom razdoblja siječanj-prosinac, većina noćenja zabilježena je u komercijalnim smještajnim objektima (87%), nekomercijalni smještajni objekti u ukupnim noćenjima sudjeluju s udjelom od 10%, dok na promet u nautičkom charteru otpada 3%. U komercijalnom segmentu, hotelski je smještaj ostvario je 27% prometa, dok je obiteljski smještaj ostvario 42%, a kamping segment 22% prometa.

Tijekom razdoblja siječanj-prosinac najveći udjel u ukupnim noćenjima ostvarilo je njemačko tržište, a zatim slijede tržišta Hrvatske, Slovenije i Austrije. Tijekom razdoblja siječanj-prosinac Istra je u nacionalnim okvirima zabilježila najveći apsolutni broj noćenja, ispred Splitsko-dalmatinske županije i Kvarnera. Tako je u Istri ostvareno 30 milijuna noćenja, a zatim slijede Splitsko-dalmatinska županija sa 20,7 milijuna noćenja, Kvarner sa 18,2 milijuna noćenja, Zadarska županija sa 15,4 milijuna noćenja, Dubrovačko-neretvanska županija sa 9,1 milijun noćenja, Šibensko-kninska županija sa 6,6 milijuna noćenja i Ličko-senjska županija sa 3,4 milijuna noćenja. Gledano prema destinacijama najviše noćenja tijekom 2024. ostvareno je u Dubrovniku, Rovinju, Splitu, Poreču i Umagu.

Odlični rezultati koje je Hrvatska u 2024. godini ostvarila po pitanju turističkog prometa prelili su se i na financijske pokazatelje. Što se tiče financijskih pokazatelja, prema podacima Hrvatske narodne banke (HNB) u prvih devet mjeseci 2024. godine, prihodi stranih turista iznosili su 13 milijardi i 188,7 milijuna eura što predstavlja rast od 1,7 posto u odnosu na isto razdoblje 2023. godine, odnosno prihodovano je 224 milijuna eura više. Prema podacima Porezne uprave u 2024. godini ukupno je u djelatnostima vezanim za turizam fiskalizirano računa u vrijednosti 7 milijardi i 299 milijuna eura, odnosno 11,5% više nego u istom razdoblju 2023. godine. Također, u navedenom razdoblju je u tim djelatnostima izdano 431 milijun računa, odnosno 5% više nego u istom razdoblju protekle godine.

## **1.2. Turistički promet na razini Splitsko – dalmatinske županije**

Povećana potrošnja u turističkom sektoru i stabilni rezultati potvrđuju da Splitsko - dalmatinska županija i dalje privlači pažnju i nudi izvanredna iskustva. Sa zadovoljstvom se može zaključiti da je u jedanaest turističkih mjeseci Splitsko-dalmatinska županija zadržala status druge najposjećenije turističke regije u zemlji, odmah iza Istre, sa odličnom pred i posezonom koja je imala dvoznamenkasti rast u odnosu na lanjsku godinu. Tijekom 2024. godine Splitsko – dalmatinsku županiju je prema podacima iz sustava eVisitor posjetilo 3,8 milijuna gostiju koji su ostvarili 18,5 milijuna noćenja u komercijalnom smještaju. To je rast od 5% u dolascima i 3% u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Uzimajući u obzir cjelokupni promet uključujući nekomercijalni smještaj i nautiku (charter) ostvareno je 4,1 milijuna dolazaka i 20,7 milijuna noćenja.

Najveći rast turističkog prometa ostvaren je u razdoblju pred i posezone (siječanj – svibanj, listopad – prosinac) i to 12% u dolascima i 11% u noćenjima, dok je tijekom ljetne sezone, odnosno u razdoblju od lipnja do rujna ostvaren rast dolazaka od 3,5% i noćenja od 1,5%. U razdoblju pred i posezone dominirala su tržišta Njemačke, Hrvatske, UK-a, BiH, Francuske i SAD-a. Najveći broj noćenja u 2024. godini ostvaren je u objektima u domaćinstvu (10,6 milijuna), što je za 2% više u odnosu na prošlu godinu. Istovremeno je u hotelima zabilježeno 5 milijuna noćenja, što je za 5% više u usporedbi s 2023. godinom.

Na području Splitsko-dalmatinske županije najveći promet u dolascima i noćenjima imala je Splitska rivijera, a zatim slijedi Makarska rivijera. Gledajući ukupna ostvarenja turističkog prometa u pogledu dolazaka turista, udio Splitske rivijere u 2024. godini iznosio je 54%, Makarske rivijere 27%, otoka Hvara 8%, otoka Brača 7,5%, Visa 1% i Zagore 1%. Istovremeno, gledajući ukupna ostvarenja turističkog prometa u pogledu noćenja turista, udio Splitske rivijere iznosio je 47%, a Makarska rivijera ostvarila je udio od 32%. Gledajući ostvarenja turističkog prometa prema odredištima Srednje Dalmacije, u svim oblicima smještaja (komercijalni i nekomercijalni smještajni kapaciteti plus charter), najveći broj dolazaka turista registriran je na području gradova Splita, Makarske, Trogira, Hvara i Omiša. Među top destinacijama na području regije Srednje Dalmacije gledajući realizirana noćenja u razdoblju od siječnja do prosinca 2024. godine ubrajaju se Split, Makarska, Omiš i Seget.

#### **TURISTIČKI PROMET PO PODRUČJIMA SDŽ (siječanj – prosinac 2024.)**

DESTINACIJE	DOLASCI turista		NOĆENJA turist	
	UKUPNO	Index 24/23	UKUPNO	Index 24/23
1	2	3	4	5
<b>SPLITSKA RIVIJERA</b>	<b>2.038.669</b>	<b>107</b>	<b>8.621.561</b>	<b>100</b>
Marina	45.897	101	354.574	99
Seget	145.044	105	791.577	104
Okrug	100.631	105	668.713	103
Trogir	151.408	103	617.519	103
Kaštela	131.194	110	709.750	108
Solin	36.225	107	112.828	97
Split	1.038.114	109	3.100.604	105
Podstrana	130.368	107	623.028	102
Dugi Rat	68.083	106	455.899	105
Omiš	175.771	106	1.057.093	105
Šolta	15.934	101	129.976	100
<b>MAKARSKA RIVIJERA</b>	<b>1.035.637</b>	<b>103</b>	<b>5.983.113</b>	<b>102</b>

Brela	116.008	99	662.662	101
Baška Voda	165.426	101	1.005.260	100
Makarska	317.990	105	1.687.606	103
Tučepi	153.883	105	833.177	103
Podgora	83.403	101	537.614	100
Živogošće	47.020	103	322.710	102
Gradac	86.369	102	536.794	102
Igrane	16.729	96	111.383	101
Drvenik	48.809	102	285.907	103
<b>DALMAT. ZAGORA</b>	<b>53.736</b>	<b>113</b>	<b>278.560</b>	<b>110</b>
Šestanovac	1.768	97	15.490	101
Dugopolje	3.045	110	17.114	110
Sinj	17.199	122	40.173	119
Trilj	4.635	112	23.610	109
Imota	22.662	116	163.487	109
Vrgorac	3.218	125	15.113	114
Vrlika	1.209	49	3.573	67
<b>OTOK BRAČ</b>	<b>283.332</b>	<b>104</b>	<b>1.755.336</b>	<b>104</b>
Milna	20.590	101	146.879	100
Supetar	87.978	106	572.947	104
Postira	28.976	100	190.212	100
Pučišća	6.441	103	37.907	104
Sutivan	15.148	100	113.421	101
Bol	111.437	106	592.817	107
Selca	12.762	99	101.153	98
<b>OTOK HVAR</b>	<b>316.816</b>	<b>101</b>	<b>1.442.086</b>	<b>97</b>
Jelsa	59.706	96	424.366	95
Vrboska	17.164	92	125.232	86
Stari Grad	42.723	103	222.081	100
Hvar	197.223	104	670.407	101
<b>OTOK VIS</b>	<b>45.363</b>	<b>101</b>	<b>268.709</b>	<b>102</b>
Vis	27.895	100	163.759	102
Komiža	17.468	102	104.950	103
<b>OPĆINE BEZ TZ</b>	<b>19.149</b>	<b>100</b>	<b>139.726</b>	<b>99</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>3.792.702</b>	<b>105</b>	<b>18.489.091</b>	<b>103</b>

Izvor: sustav eVisitor (podaci bez nautike)

Zbog rastuće inflacije i geopolitičkih preslagivanja koja su potaknula rat u Ukrajini, strateško privlačenje gostiju bilo je pravi izazov. Međutim, Splitsko-dalmatinska županija uspjela se marketinški pozicionirati pred konkurencijom i ostvariti jako dobre rezultate te zadržati titulu tražene i popularne destinacije na inozemnim tržištima.

Na većini inozemnih tržišta zabilježeni su odlični turistički rezultati, a sa većine dalekih tržišta u odnosu na prošlu godinu bilježi se povećanje prometa, a što daje naslutiti kako se u budućnosti može očekivati povratak velikog interesa i s dalekih tržišta. Pored SAD-a, koji je za hrvatski turizam najvažnije daleko tržište s kojeg se ostvaruje najveći promet, svjedočimo i povećanju broja turista iz Južne Koreje, Kine, Japana i Kanade. Odlična povezanost Zračne luke Sveti Jeronim u Kaštelima sa brojnim zračnim lukama Europe dovela je u 2024. nove goste, a po brojnosti prednjačili su Nijemci, Poljaci, turisti iz BiH, i UK-a, turisti iz SAD-a i Francuzi. Tradicionalno najjača tržišta ostvarila su u većini slučajeva bolje rezultate u odnosu na prošlu godinu, izuzev Njemačke i Češke s kojih je zabilježen određeni pad. Dobra prometna povezanost čini važan dio ukupne ponude svake destinacije pa će se u tom smislu nastaviti usko surađivati s strateškim partnerima s kojima će se i u idućem razdoblju provoditi zajedničke promotivne i marketinške kampanje.

#### TOP 10 STRANIH TURISTA prema zemlji prebivališta (I-XII 2024)

Zemlja	Dolasci	Noćenja	Indeks dolasci	Indeks noćenja
<b>Poljska</b>	329.539	2.310.586	<b>104</b>	<b>103</b>
<b>Njemačka</b>	363.486	2.216.971	<b>96</b>	<b>94</b>
<b>Češka</b>	168.804	1.248.772	<b>92</b>	<b>91</b>
<b>BiH</b>	259.340	1.167.777	<b>121</b>	<b>117</b>
<b>UK</b>	250.766	1.164.969	<b>105</b>	<b>105</b>
<b>Slovenija</b>	117.709	769.754	<b>101</b>	<b>100</b>
<b>Slovačka</b>	101.760	733.644	<b>99</b>	<b>98</b>
<b>Francuska</b>	174.393	693.870	<b>107</b>	<b>106</b>
<b>Švedska</b>	110.320	635.722	<b>104</b>	<b>106</b>
<b>SAD</b>	237.948	619.510	<b>110</b>	<b>109</b>

Izvor: sustav eVisitor (podaci bez nautike)

U 2024. godini u Srednjoj Dalmaciji najveći broj noćenja sa stranih tržišta ostvarili su u komercijalnom smještaju Poljaci (2,3 milijuna), Nijemci (2,2 milijuna), Česi (1,2 milijuna), turisti iz BiH (približno 1,2 milijun) i Ujedinjene Kraljevine (približno 1,2 milijun).



## 2. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

### 2.1. OSTVARENI PRIHODI

Pregled ukupnih prihoda u 2024. godini u -eur

RB	PRIHODI	Plan 2024	Rebplana 2024	Realizacija 2024	Udio %	Real./ repla.
1.	IZVORNI PRIHODI	<b>3.865.000</b>	<b>4.380.000</b>	<b>4.267.700</b>	<b>58,96</b>	<b>97</b>
1.1.	Turistička pristojba	3.065.000	3.460.000	3.372.108	46,59	97
1.2.	Članarina	800.000	920.000	895.592	12,37	97
2.	PRIHODI IZ PRORAČUNA	<b>26.550</b>	-	-	-	-
3.	PRIHODI OD SUSTAVA TZ	<b>50.000</b>	<b>95.000</b>	<b>90.213</b>	<b>1,25</b>	<b>95</b>
4.	PRIHODI IZ EU FONDOVA	-	-	-	-	-
5.	PRENESENI PRIHOD iz pret. godine	<b>3.000.000</b>	<b>2.850.566</b>	<b>2.850.566</b>	<b>39,38</b>	<b>100</b>
6.	OSTALI prihodi	<b>20.000</b>	<b>29.000</b>	<b>29.880</b>	<b>0,41</b>	<b>103</b>
	<b>UKUPNO PRIHODI</b>	<b>6.961.550</b>	<b>7.354.566</b>	<b>7.238.359</b>	<b>100,00</b>	<b>98</b>

Sukladno čl. 59. Zakona o TZ i promicanju hrvatskog turizma, prihodi TZ Splitsko – dalmatinske županije su:

- **turistička pristojba**, sukladno posebnom propisu
- **članarina**, sukladno posebnom propisu
- **prihodi iz proračuna** jedinica lokalne i područne samouprave
- **prihodi od drugih aktivnosti (sufinanciranja ustroja TZ)**
- **fondova** Europske unije i drugih fondova.

Financijski plan TZ Splitsko – dalmatinske za 2024. godinu temeljio se na ukupnim prihodima od 6.961.550 eur, od čega je temeljni prihod bio planiran u iznosu od 3.961.550 eur, a razliku je predstavljao prijenos viška prihoda iz prethodne godine. Financijski plan TZ Splitsko – dalmatinske bazira se na prihodima od turističke pristojbe, članarine, prihoda iz proračuna Županije, prihoda od sustava TZ, prihoda iz fondova EU, ostalih prihoda i prenesenog viška prihoda. Obzirom je tijekom godine došlo do odstupanja od programa rada, TZ donijela je izmjene i dopune programa rada, koje su usvojene na I redovnoj sjednici Skupštine i I redovnoj sjednici Turističkog vijeća TZ Splitsko - dalmatinske. Temeljem izmjena i dopuna programa za 2024. planiralo se povećanje prihoda po gotovo svim stavkama, posebice stavkama turističke pristojbe i članarine, tj. ostvarenje od 7.354.566 eur ukupnih prihoda, a na koncu obračunskog razdoblja zabilježeno je ukupno 7.238.359 eur ukupnih prihoda, što je za 2% manje u usporedbi s planiranim sredstvima temeljem rebalansa plana i programa.

Od toga temeljni ostvareni prihod iznosi 4.387.793 eura, a ostatak predstavlja preneseni višak prihoda iz proteklog razdoblja. Ukupni prihod ostvaren u 2024. godini je za 15% veći u odnosu na ukupne prihode ostvarene u 2023. godini i to prvenstveno zbog uspješne turističke sezone, ali i izvrsnih rezultata pred i posezone. Uzimajući u obzir razne nestabilnosti na tržištima, politička previranja i ratne sukobe, ostvareni rezultati turističke sezone pokazatelj su snage i prepoznatljivosti, kako Hrvatske kao turističke destinacije tako i regionalnih destinacija. U konačnici zadržan je kontinuitet i ponovno ostvaren jedan od najboljih turističkih rezultata, a što je utjecalo i na bolji financijski rezultat u odnosu na prvobitno planirani. Turističku sezonu obilježili su izazovi, a to su prije svega ratna zbivanja u okruženju i svijetu, utjecaj inflacije izazvane raznim faktorima i dizanjem cijena te porast troškova života u emitivnim zemljama i u Hrvatskoj, što je utjecalo na budžete ljudi za putovanja. Stoga je i nadalje prisutno razdoblje racionalnog usklađenja svih aktivnosti, djelovanja i postupanja na svim razinama jer se nije moglo znati u kojem smjeru će se kretati turističke brojke. U 2024. godini u odnosu na 2023. godinu zabilježen je najveći porast prihoda iz osnove turističke pristojbe i članarine. Gledajući strukturu realiziranih prihoda Zajednice u 2024., najveći udio pripada prihodima od turističke pristojbe i članarine, te prenesenom prihodu iz prethodne godine.

Pojašnjenje pojedinih stavki realiziranih prihoda je sljedeće;

### **2.1.1. IZVORNI PRIHODI - turistička pristojba**

Prihodi od turističke pristojbe plaćaju su se temeljem čl. 59 Zakona o TZ i sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi. Turističke zajednice turističku pristojbu koriste za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada. Godina 2024. što se tiče naplate turističke pristojbe bolja je u usporedbi s prošlom godinom, kao i prvobitno planiranim sredstvima, poglavito uslijed rasta turističkog prometa, otvaranja novih smještajnih objekata, dužeg boravka gostiju u destinacijama i određenih povećanja visine turističke pristojbe. Zbog svega navedenoga prihodi od turističke pristojbe su u konačnici veći u odnosu na planom predviđena sredstva. Tako je iz osnove cjelokupne pristojbe u 2024. ostvareno ukupno 3.372.108 eura, što je za 10% više u odnosu na prvobitno planirana sredstva, 3% manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna programa i 19% više u odnosu na realizirana sredstva iz prošle godine.

Pri tome su prihodi od turističke pristojbe – paušal i po noćenju realizirani u iznosu od 2.998.958 eura, a prihodi od turističke pristojbe u nautici u iznosu od 373.151 eura. Prihodi od turističke pristojbe sudjeluju sa 47 posto udjela u ukupno realiziranim prihodima u 2024. godini. Na područjima gdje nisu osnovane turističke zajednice općine ili grada, uplaćena sredstva turističke pristojbe raspoređuju se regionalnoj turističkoj zajednici (11 općina na području SDŽ).

Tabela:

**Pregled prihoda od uplaćene TP** po TZ gradova, općina i mjesta za 2024. godinu i usporedba s 2023. godinom – 15% TZŽ

**PRIHODI od turističke pristojbe**  
(ukupno po TZ gradova, općina, mjesta i područja – 15%)

Rd. br.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTIČKA PRISTOJBA – 2024	TURISTIČKA PRISTOJBA – 2023	INDEKS 24/23
1.	<b>TZ Baška Voda</b>	126.983,64	122.966,67	103
2.	<b>TZ Brela</b>	91.328,54	80.960,10	113
3.	<b>TZ Bol</b>	83.476,94	81.540,67	102
4.	<b>TZ Drvenik</b>	35.767,40	34.151,75	105
5.	<b>TZ Dugi Rat</b>	64.900,78	57.123,80	114
6.	<b>TZ Dugopolje</b>	2.137,22	1.744,37	123
7.	<b>TZ Gradac</b>	70.598,81	77.238,19	91
8.	<b>TZ Hvar</b>	126.489,15	113.652,73	111
9.	<b>TZ Igrane</b>	18.789,66	17.771,53	106
10.	<b>TZ Imota</b>	27.239,93	16.119,39	169
11.	<b>TZ Jelsa</b>	71.988,23	61.963,25	116
12.	<b>TZ Kaštela</b>	102.981,30	94.994,82	108
13.	<b>TZ Komiza</b>	26.057,74	13.239,04	197
14.	<b>TZ Makarska</b>	227.669,21	218.978,41	104
15.	<b>TZ Marina</b>	54.452,01	51.644,48	105
16.	<b>TZ Milna</b>	32.220,33	19.162,87	168
17.	<b>TZ Omiš</b>	154.416,14	135.966,08	114
18.	<b>TZ Okrug</b>	97.257,59	86.597,96	112
19.	<b>TZ Pučišća</b>	6.084,54	6.295,99	97
20.	<b>TZ Podstrana</b>	99.097,46	84.956,39	117
21.	<b>TZ Podgora</b>	76.465,14	68.329,19	112
22.	<b>TZ Postira</b>	28.141,59	25.473,38	110
23.	<b>TZ Supetar</b>	103.809,67	74.119,10	140
24.	<b>TZ Split</b>	567.338,30	397.649,95	143

25.	<b>TZ Sinj</b>	6.563,49	4.775,46	137
26.	<b>TZ Sutivan</b>	17.982,81	17.704,59	102
27.	<b>TZ Seget</b>	99.342,34	92.849,27	107
28.	<b>TZ Stari Grad</b>	45.443,32	35.550,89	128
29.	<b>TZ Selca</b>	15.248,89	15.556,96	98
30.	<b>TZ Solin</b>	17.504,18	15.688,83	112
31.	<b>TZ Šestanovac</b>	2.625,71	2.400,80	109
32.	<b>TZ Šolta</b>	23.943,49	21.351,06	112
33.	<b>TZ Trilj</b>	2.410,33	2.574,54	94
34.	<b>TZ Trogir</b>	124.588,39	86.630,93	144
35.	<b>TZ Tučepi</b>	107.354,06	103.497,34	104
36.	<b>TZ Vis</b>	45.798,36	23.227,76	197
37.	<b>TZ Vrgorac</b>	1.260,27	1.457,84	86
38.	<b>TZ Vrboska</b>	24.712,55	25.019,22	99
39.	<b>TZ Vrljika</b>	647,13	945,10	68
40.	<b>TZ Živogošće</b>	48.912,91	44.324,39	110
41.	Područja bez TZ	118.927,96	116.911,69	102
	<b>UKUPNO po TZ</b>	<b>2.998.957,51</b>	<b>2.553.106,78</b>	<b>117</b>
	TP – nautičari	373.150,52	270.522,89	138
	<b>UKUPNO TP</b>	<b>3.372.108,03</b>	<b>2.823.629,67</b>	<b>119</b>

#### Napomena:

U Hrvatskoj je s početkom 2016. uveden sustav eVisitor kao jedinstveno i središnje mjesto prijave i odjave turista, a sustav je iznimno važan i za obračun te kontrolu naplate turističke pristojbe. Prema podacima iz sustava eVisitor sa stanjem na dan 25.02.2025. godine, zaduženje za sve obveznike na razini TZ Splitsko – dalmatinske županije u bruto iznosu je 21.339.262,53 eur. Od toga je do spomenutog datuma uplaćeno 20.644.446,36 eur. Također, postoji neuplaćeni dio duga iz prethodnih razdoblja koji trenutačno za područje TZ Splitsko – dalmatinske županije iznosi 3.058.720,60 eur. Temeljem svega navedenoga potraživanja po osnovi turističke pristojbe za TZ Splitsko – dalmatinsku iznose 3.753.536,77 eura bruto. Istovremeno zaduženje za sve obveznike na razini TZ Splitsko – dalmatinske županije u neto iznosu sa stanjem na dan 25.02.2025. godine iznosilo je 3.100.134,85 eur. Od toga je do spomenutoga datuma uplaćeno 2.998.374,82 eura. Neuplaćeni dio duga iz prethodnih razdoblja za područje TZ Splitsko – dalmatinske županije iznosi neto 398.142,91 eura. Sukladno navedenome potraživanja po osnovi turističke pristojbe za TZ Splitsko – dalmatinsku iznose neto 499.902,94 eura.

## 2.1.2. IZVORNI PRIHODI – članarina

Prihodi od članarine plaćaju se temeljem čl. 59 Zakona o TZ i promicanju hrvatskog turizma te temeljem Zakona o članarinama u turističkim zajednicama. Pravna i fizička osoba koja ima svoju poslovnu jedinicu na području lokalne turističke zajednice koja je osnovana sukladno zakonu kojim se uređuje sustav TZ, koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavlja djelatnost koja ima korist od turizma odnosno na čije prihode turizam ima utjecaj, plaća članarinu turističkoj zajednici. 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. Od 2020. godine uvedena je i obveza plaćanja godišnjeg paušalnog iznosa članarine za fizičke osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu. Nadzor nad naplatom 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. Troškovi evidencije, obračuna i naplate članarine iznose 3 % od naplaćene članarine.

Temeljem godišnjeg programa rada TZ Splitsko – dalmatinske za 2024. godinu planirao se neznatno veći iznos prihoda od članarine u odnosu na izmjene plana za 2023. godinu, odnosno planirao se prihod u iznosu od 800.000 eura. Međutim, sukladno podacima Porezne uprave o boljoj fiskalizaciji očekivali su se u konačnici i bolji ostvareni prihodi gospodarskih djelatnosti koje su obveznici plaćanja turističke članarine, a što je na kraju i utjecalo na pozitivni trend rasta i prihoda od članarine u usporedbi s planiranim sredstvima. Sagledavajući sve navedene faktore, posebice utjecaj inflatornih faktora, godina 2024. što se tiče naplate članarine bolja je u usporedbi s prošlom godinom. U konačnici je iz osnove članarine u 2024. godini ostvareno ukupno 895.592 eura što je za 10 posto više u odnosu na ostvarene prihode članarine iz prethodne godine, 11 posto više u odnosu na prvobitno planirana sredstva i 3 posto manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna programa. Prihodi od članarine sudjeluju sa 12 posto udjela u ukupno realiziranim prihodima turističke zajednice u 2024. godini.

Tabela:

**Pregled prihoda od uplaćene članarine** po TZ gradova, općina, mjesta i područja za 2024. godinu i usporedba s 2023. godinom – 15% TZŽ

**PRIHODI od ČLANARINE**

(ukupno po TZ gradova, općina, mjesta i područja – 15%)

RE. BR.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	ČLANARINA – 2024	ČLANARINA – 2023	INDEX 24/23
1.	TZ Baška Voda	15.329,09	13.580,21	113
2.	TZ Brela	11.303,51	11.238,83	101
3.	TZ Bol	12.754,30	12.101,28	105
4.	TZ Drvenik	3.511,69	2.640,42	133
5.	TZ Dugi Rat	30.628,19	24.462,37	125
6.	TZ Dugopolje	37.961,45	36.539,10	104
7.	TZ Gradac	8.052,69	8.722,84	92
8.	TZ Hvar	33.388,39	29.786,91	112
9.	TZ Igrane	2.016,50	2.136,41	94
10.	TZ Imota	12.426,65	9.589,64	130
11.	TZ Jelsa	9.938,10	8.397,49	118
12.	TZ Kaštela	61.774,28	49.658,72	124
13.	TZ Komiza	3.963,83	3.450,76	115
14.	TZ Makarska	53.416,03	47.911,35	112
15.	TZ Marina	7.382,73	6.790,38	109
16.	TZ Milna	3.352,84	3.297,31	102
17.	TZ Omiš	32.453,03	42.259,31	77
18.	TZ Okrug	12.342,22	11.625,56	106
19.	TZ Pučišća	1.350,71	1.563,70	86
20.	TZ Podstrana	20.540,46	19.193,63	107
21.	TZ Podgora	8.717,32	8.188,86	106
22.	TZ Postira	4.037,34	3.593,97	112
23.	TZ Supetar	15.028,04	12.982,09	116
24.	TZ Split	331.781,34	273.515,56	121
25.	TZ Sinj	15.361,22	12.034,38	127
26.	TZ Sutivan	2.886,06	2.776,14	104
27.	TZ Seget	15.378,57	13.203,09	116
28.	TZ Stari Grad	9.546,66	8.483,26	113
29.	TZ Selca	3.029,95	3.051,68	99
30.	TZ Solin	34.677,70	31.465,46	110
31.	TZ Šestanovac	1.547,73	1.277,64	121
32.	TZ Šolta	5.172,44	5.010,53	103
33.	TZ Trilj	2.634,45	2.340,24	113
34.	TZ Trogir	33.396,65	32.121,52	104
35.	TZ Tučepi	14.082,13	12.740,67	111
36.	TZ Vis	7.612,88	6.810,85	112

37.	<b>TZ Vrboska</b>	997,73	890,79	112
38.	<b>TZ Vrgorac</b>	10.506,43	10.024,10	105
39.	<b>TZ Vrljka</b>	1.938,03	1.250,48	155
40.	<b>TZ Živogošće</b>	3.372,70	3.879,85	87
<b>U K U P N O</b>		<b>895.592,06</b>	<b>811.831,94</b>	<b>110</b>

Najveći iznos naplate članarine u 2024. godini zabilježen je na području gradova Splita, Kaštela, Makarske i Solina te općine Dugopolje. Ukupno ostvareni prihodi turističke pristojbe i članarine u 2024. godini iznose **3.894.549,57 eura (bez nautike), što je za 16% više u odnosu na prošlu godinu.**

#### Rekapitulacija prihoda TP i Č po TZ u 2024.g. – 15% TZŽ

RE. BR.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTIČKA PRISTOJBA	ČLANARINA	UKUPNO	UDIO %
1.	<b>TZ Baška Voda</b>	126.983,64	15.329,09	142.312,73	<b>3,65</b>
2.	<b>TZ Brela</b>	91.328,54	11.303,51	102.632,05	2,63
3.	<b>TZ Bol</b>	83.476,94	12.754,30	96.231,24	2,47
4.	<b>TZ Drvenik</b>	35.767,40	3.511,69	39.279,09	1,01
5.	<b>TZ Dugi Rat</b>	64.900,78	30.628,19	95.528,97	2,45
6.	<b>TZ Dugopolje</b>	2.137,22	37.961,45	40.098,67	1,03
7.	<b>TZ Gradac</b>	70.598,81	8.052,69	78.651,50	2,02
8.	<b>TZ Hvar</b>	126.489,15	33.388,39	159.877,54	<b>4,10</b>
9.	<b>TZ Igrane</b>	18.789,66	2.016,50	20.806,16	0,53
10.	<b>TZ Imota</b>	27.239,93	12.426,65	39.666,58	1,02
11.	<b>TZ Jelsa</b>	71.988,23	9.938,10	81.926,33	2,10
12.	<b>TZ Kaštela</b>	102.981,30	61.774,28	164.755,58	<b>4,23</b>
14.	<b>TZ Komiža</b>	26.057,74	3.963,83	30.021,57	0,77
15.	<b>TZ Makarska</b>	227.669,21	53.416,03	281.085,24	<b>7,22</b>
16.	<b>TZ Marina</b>	54.452,01	7.382,73	61.834,74	1,59
17.	<b>TZ Milna</b>	32.220,33	3.352,84	35.573,17	0,91
18.	<b>TZ Omiš</b>	154.416,14	32.453,03	186.869,17	<b>4,80</b>
19.	<b>TZ Okrug</b>	97.257,59	12.342,22	109.599,81	2,81
20.	<b>TZ Pučišća</b>	6.084,54	1.350,71	7.435,25	0,19
21.	<b>TZ Podstrana</b>	99.097,46	20.540,46	119.637,92	3,07
22.	<b>TZ Podgora</b>	76.465,14	8.717,32	85.182,46	2,19
23.	<b>TZ Postira</b>	28.141,59	4.037,34	32.178,93	0,83
24.	<b>TZ Supetar</b>	103.809,67	15.028,04	118.837,71	3,05
25.	<b>TZ Split</b>	567.338,30	331.781,34	899.119,64	<b>23,09</b>
26.	<b>TZ Sinj</b>	6.563,49	15.361,22	21.924,71	0,56
27.	<b>TZ Sutivan</b>	17.982,81	2.886,06	20.868,87	0,54

28.	<b>TZ Seget</b>	99.342,34	15.378,57	114.720,91	2,95
29.	<b>TZ Stari Grad</b>	45.443,32	9.546,66	54.989,98	1,41
30.	<b>TZ Selca</b>	15.248,89	3.029,95	18.278,84	0,47
32.	<b>TZ Solin</b>	17.504,18	34.677,70	52.181,88	1,34
33.	<b>TZ Šestanovac</b>	2.625,71	1.547,73	4.173,44	0,11
34.	<b>TZ Šolta</b>	23.943,49	5.172,44	29.115,93	0,75
35.	<b>TZ Trilj</b>	2.410,33	2.634,45	5.044,78	0,13
36.	<b>TZ Trogir</b>	124.588,39	33.396,65	157.985,04	4,06
37.	<b>TZ Tučepi</b>	107.354,06	14.082,13	121.436,19	3,12
38.	<b>TZ Vis</b>	45.798,36	7.612,88	53.411,24	1,37
39.	<b>TZ Vrboska</b>	1.260,27	997,73	2.258,00	0,06
40.	<b>TZ Vrgorac</b>	24.712,55	10.506,43	35.218,98	0,90
41.	<b>TZ Vrljka</b>	647,13	1.938,03	2.585,16	0,07
42.	<b>TZ Živogošće</b>	48.912,91	3.372,70	52.285,61	1,34
43.	<b>Područja bez TZ</b>	118.927,96	-	118.927,96	3,05
<b>U K U P N O*</b>		<b>2.998.957,51</b>	<b>895.592,06</b>	<b>3.894.549,57</b>	<b>100,00</b>

\*podaci bez nautike

Raspodjela prihoda od turističke pristojbe i članarine u sustavu turističkih zajednica – TZŽ 15%, pri čemu se najveći obujam prihoda od turističke pristojbe i članarine u 2024. godini realizirao na području sljedećih TZ-a;

- Split – udio od 20% u ukupnim izvornim prihodima
- Makarska - udio od 7% u ukupnim izvornim prihodima
- Omiš – udio od 5% u ukupnim izvornim prihodima
- Kaštela i Hvar– udio oko 4%

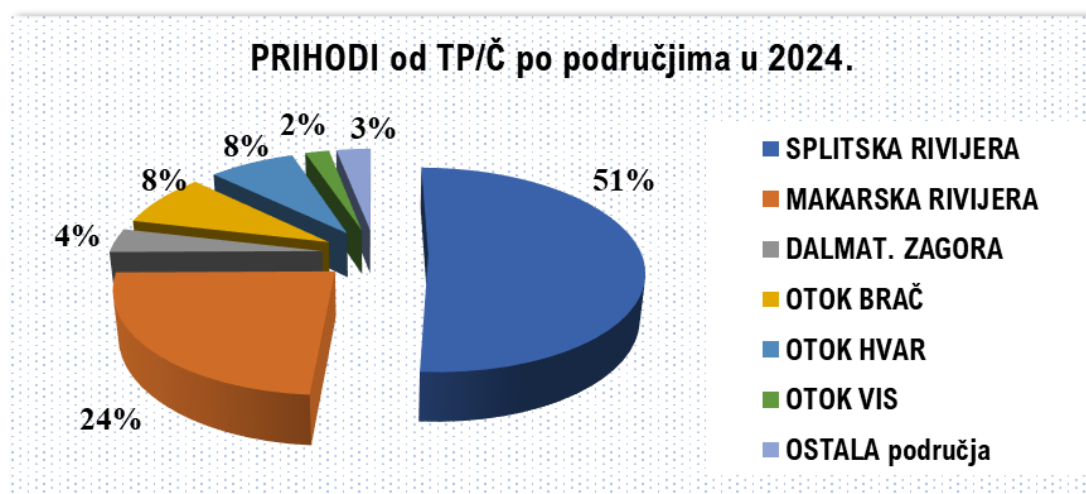
Tablica: **Raspodjela PRIHODA TP i Č po destinacijama u 2024. – 15%TZŽ**

Izvor: ured TZ SDŽ, Split

<b>DETINACIJSKA PODRUČJA</b>	<b>PRIHODI TP/Č - 2024</b>	<b>PRIHODI TP/Č - 2023</b>	<b>Index 24/23</b>	<b>UDIO – %</b>
<b>SPLITSKA RIVIJERA</b>	1.991.349,59	1.634.759,70	122	51,13
<b>MAKARSKA RIVIJERA</b>	923.671,03	879.257,01	105	23,72
<b>DALMAT. ZAGORA</b>	148.712,32	146.307,87	102	3,82
<b>OTOK BRAČ</b>	329.404,01	279.219,73	118	8,46
<b>OTOK HVAR</b>	299.051,85	261.754,31	114	7,68
<b>OTOK VIS</b>	83.432,81	46.728,41	178	2,14
<b>OSTALA područja bez TZ</b>	118.927,96	116.911,69	102	3,05
<b>UKUPNO</b>	<b>3.894.549,57</b>	<b>3.364.938,72</b>	<b>116,00</b>	<b>100,00</b>



Struktura ostvarenih prihoda u 2024. godini po destinacijskim područjima unutar Županije, ukazala je da se najveći obujam naplate turističke pristojbe i članarine ostvario na području Splitske rivijere i to u iznosu nešto manjem od 2 milijuna eura što je za 22% više naplate u usporedbi s prošlom godinom. Istovremeno udio Splitske rivijere u ostvarenim prihodima na razini Županije iznosi u 2024. godini 51%. Na drugom mjestu slijedi područje Makarske rivijere, koje sa zabilježenim uplatama u iznosu od 924 tisuće eura, a što je za 5% više naplate u usporedbi s 2023. godinom, ostvaruje učešće od 24% u prihodima TZ Splitsko – dalmatinske županije. Otok Brač sa evidentiranim prihodima u iznosu od oko 329 tisuća eura, što predstavlja udio od 8,5% na razini regije, zauzima treće mjesto po ukupnom obujmu naplate pristojbe i članarine u 2024. godini. Sa nešto manjim udjelom zastupljen je i otok Hvar koji je u 2024. ostvario iznos od gotovo 300 tisuća eura naplate pristojbe i članarine, a što je za 14% više u usporedbi s prošlom godinom.



## 2.2. Prihodi iz PRORAČUNA

Spomenuta sredstva proračuna u najvećoj mjeri predstavlja potpora Splitsko – dalmatinske županije za realizaciju dijela programa rada TZ Splitsko - dalmatinske. Sve sufinancirane aktivnosti obavljaju se u zajedničkoj suradnji s UO za pomorstvo i turizam Županije, a doznačena sredstva Turistička zajednica SDŽ pravda cijelovitim izvješćem o korištenju sredstava. Planom je bilo predviđeno da će se iz proračuna doznačiti 26.550 eura, ali izmjenama i dopunama sredstva su svedena na nulu, obzirom više ne postoji potreba za prijenosom sredstava.

## 2.3. Prihodi od SUSTAVA TZ (sufinanciranja)

Program rada podrazumijeva ostvarenje određenih pretpostavki na svim razinama sustava turističkih zajednica, te definira određene zadatke koji se odnose na poduzimanje zajedničkih tržišnih aktivnosti u promidžbi. Prihodi od sustava turističkih zajednica koji su planirani u iznosu od 50.000 eura predstavljaju prihodi višeg ili nižeg ustroja sustava TZ za zajedničke promotivne aktivnosti i izmjenama i dopunama programa povećana su na iznos od 95.000 eur. Riječ je o prihodima višeg ili nižeg ustroja sustava TZ za zajedničke promotivne nastupe (sajmovi, prezentacije...), sufinanciranje projekata iz višeg ustroja, ostale potpore, participacije i sl. koje se provode na svim razinama sustava, sukladno odlukama, sporazumima i drugim načinima suradnje. Ova vrsta prihoda u konačnici je realizirana u iznosu od 90.213 eura, što je za 5 posto manje u odnosu na izmjene i dopune programa. Temeljem konačnog obračuna za 2024. godinu, prihodi od sustava TZ sudjeluju sa 1,25 posto udjela u ukupnim prihodima turističke zajednice.

### Rekapitulacija prihoda od sustava TZ:

<b>TURISTIČKE ZAJEDNICE</b>	<b>Iznos TR</b>
<b>Hrvatska turistička zajednica</b>	<b>3.405</b>
- refundacija jedne kotizacije za sudjelovanje na Danima hrvatskog turizma na ime direktorice – finalist u kategoriji Gastro događaj godine	
- refundacija troškova za održanu prezentaciju u Munchenu	
<b>TZ Zadarske županije</b>	<b>7.745</b>
- refundacija 1/5 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam BTRAVEL Barcelona	
- refundacija 1/3 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam MAP Paris	
- refundacija 1/3 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam MATKA Helsinki	
<b>TZ Šibensko - kninske županije</b>	<b>2.981</b>
- refundacija 1/5 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam BTRAVEL Barcelona	
- refundacija 50% troškova rent a cara za sajam ITB Berlin	
<b>TZ Ličko – senjske županije</b>	<b>3.051</b>
- refundacija 1/5 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam BTRAVEL Barcelona	
- refundacija 1/3 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam MAP Paris	
<b>TZ Dubrovačko – neretvanske županije</b>	<b>7.516</b>
- refundacija 1/5 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam BTRAVEL Barcelona	
- refundacija 1/3 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam MATKA Helsinki	
<b>Sustav TZ SDŽ – Splitska rivijera – Trogir, Kaštela, Solin, Seget, Marina, Split, Podstrana, Šolta, Omiš, Okrug, Dugi Rat,</b>	<b>38.420</b>
- refundacija troškova tiskanja promotivnih materijala cikloturizma	

<b>TZ grada Splita</b>	<b>10.662</b>
- refundacija 50% troška nastupa na sajmu ITB Berlin	
- refundacija 50% troška nastupa na sajmu TRAVEL New York	
- refundacija 50% troška nastupa na sajmu FITUR Madrid	
- refundacija 50% troška nastupa na sajmu ATM Dubai	
<b>TZ grada Zagreba</b>	<b>5.393</b>
- refundacija troškova nastupa na sajmu B TRAVEL Barcelona i otpreme materijala	
<b>TZ grada Trogira</b>	<b>11.040</b>
- refundacija troškova reprezentacije za organizaciju studijskog putovanja agenata	
- LOT poljski agenti	

## 2.5. PRENESENI prihod iz prethodne godine

Višak prihoda iz prethodne godine evidentira se na posebnom računu – višak prihoda, a u slučaju negativnog rezultata iskazuje se manjak prihoda. Temeljem izvješća o realizaciji programa rada TZ Splitsko – dalmatinske iz prijašnjih godina utvrđen je višak prihoda na kraju obračunskog razdoblja, koji trenutačno iznosi 2.850.566 eura (u bruto bilanci 2.688.664 eur zbog različitog načina prikazivanja troška amortizacije i troška nabave sredstava u financijskim izvješćima koje podnosi ured TZ SDŽ), te je prenesen u 2024. godinu kao višak iz prethodne godine i sudjeluje sa 39% u ukupnim prihodima turističke zajednice. Ured TZ Splitsko - dalmatinske kontinuirano na kraju obračunskog razdoblja bilježi višak prihoda nad rashodima, koji je u zadnje četiri godine značajno veći u odnosu na prijašnja razdoblja.

## 2.6. OSTALI prihodi

Ostali prihodi realizirani su u iznosu od 29.880 eura i predstavljaju kamate – prihode od pozitivnih tečajnih razlika, povrat sredstava temeljem dugoročnog najma vozila, prihode od refundacija po osnovi plaćanja zaštitarske službe i ostale nespomenute prihode od pravnih i fizičkih osoba.

## 2.2. OSTVARENE AKTIVNOSTI PO VRSTAMA

Rashodi aktivnosti proizlaze iz realizacije usvojenog godišnjeg Programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2024. godinu, kao i Izmjena i dopuna godišnjeg programa rada TZ Splitsko – dalmatinske za 2024. godinu, koji je izvršavao ured TZ Splitsko – dalmatinske županije. Struktura izdataka i rashoda, a temeljem Metodologije i upute za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju programa rada koja je bila podloga za izradu godišnjeg programa rada uključuje sljedeće stavke – *istraživanje i strateško planiranje, razvoj turističkog proizvoda, komunikacija i oglašavanje, destinacijski menadžment, članstvo u strukovnim organizacijama, administrativni poslovi i rezerva.*

Godina 2024. je još jedna u nizu specifičnih turističkih godina, koja je po svojim obilježjima drukčija od prethodnih, sa svojim uobičajenim oscilacijama i trendovima. S obzirom na nikada jaču turističku tržišnu utakmicu i velika sportska događaja (EURO2024 i Olimpijske igre) ljetni dio turističke godine odvijao se u izazovnim okolnostima. Vršni ljetni mjeseci dosegli su svojevrsni maksimum s obzirom na potražnju ovisno od destinacije do destinacije. Pri tome posebno treba uzeti u obzir činjenicu da je uz održano Europsko prvenstvo u nogometu u Njemačkoj i Olimpijske igre u Francuskoj, bio primjetan i trend rasta broj smještajnih kapaciteta, odnosno ponuda koje su nadmašivale trenutni rast potražnje. Ipak, ono što je bilo od najvećeg značaja je rast prometa u razdoblju predsezona i sezone s čime je sektor izrazito zadovoljan i na što je hrvatska turistička politika strateški orijentirana kako bi se dugoročno imao održiv razvoj turizma. U svakom slučaju, 2024. bila je još jedna zahtjevna godina, a s oporavkom drugih destinacija koje su se vraćale na turističko tržište borba za svakog gosta postajala je još intenzivnija. S obzirom na sve trendove i pojave koje su posljednjih godina zahvatile sektor putovanja na globalnoj razini, realizirani turistički promet predstavlja uspjeh i rezultat s kojim turistički sektor može biti zadovoljan. U konačnici se može ustvrditi da su turističku sezonu obilježili izazovi, a cilj je bilo poduzimati aktivnosti kako bi se zadržala stečena pozicija, ali uz daljnje prilagođavanje ukupne turističke ponude, poboljšanje kvalitete turističkog proizvoda, iznalaženje izvornih vrijednosti i prepoznatljivosti turističke destinacije. Naglasak je stavljen na promociju na domaćem tržištu te na odabranim stranim tržištima, s najvećim potencijalom doprinosa turističkom rezultatu u specifičnim okolnostima.

**Ukupni rashodi ostvareni u 2024. godini iznose 5.298.925 eura (u bruto bilanci 5.310.231 eur), što je u skladu s planiranim rashodima temeljem izmjena i dopuna plana, a što je i za 54% više u odnosu na rashode iz 2023., čime se potvrđuje značajan opseg provedenih aktivnosti u 2024.**

U nastavku je pregled realiziranih aktivnosti po vrstama u 2024. godini;

## 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
<b>1.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>151.250</b>	<b>96.240</b>	<b>123.988</b>
1.1.	Izrada strateških i akcijskih dokumenata	125.000	55.000	49.125
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	20.000	35.000	68.625
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	6.250	6.240	6.238

**ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE** uključuje stavke izrade strateških i akcijskih dokumenata, istraživanja i analize tržišta te mjerenja učinkovitosti promotivnih aktivnosti. TZ Splitsko – dalmatinska za potrebe istraživanja i strateškog planiranja koristi razne dostupne i relevantne izvore informacija, podataka i analiza, kontinuirano provodi vlastite analize turističkog prometa i resursa te po potrebi provodi ciljana tržišna istraživanja. Rashodi predmetne stavke planirani su u iznosu od 151.250 eura, a temeljem izmjena i dopuna programa, iznos sredstava je smanjen na 96.240 eura. Rashodi aktivnosti “Istraživanje i strateško planiranje” realizirani su u konačnici u iznosu od 123.988 eura, što je za 29 posto više u odnosu na sredstva planirana temeljem izmjena i dopuna programa i sudjeluju sa 2,3 posto u strukturi ukupno realiziranih aktivnosti.

### 1.1. IZRADA STRATEŠKIH I AKCIJSKIH DOKUMENATA

#### Opis i cilj aktivnosti:

TZ Splitsko – dalmatinske županije usvojila je u 2018. godini Glavni plan turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017. - 2027.) sa strateškim i operativnim planom marketinga turizma Županije. Vođena željom da stvori strateški okvir integralnog turističkog razvoja ovog područja do 2030. godine, TZ Splitsko-dalmatinske županije u suradnji s lokalnim TZ-ima s područja Zagore – Vrlika, Sinj, Trilj i Dugopolje te općinama Hrvace, Otok, Muć i Klis inicirala je i u konačnici izradila Strategiju razvoja turizma Dalmatinske zagore - splitskog zaleđa u suradnji s Ekonomskim fakultetom Sveučilišta u Splitu i Institutom za turizam u Zagrebu.

U studiji se, polazeći od temeljnih preduvjeta održivog razvoja turizma i analize aktualnog stanja te sagledavanjem svih relevantnih tržišnih trendova, definiraju interne snage i slabosti te prilike i prijetnje iz okruženja za razvoj turizma u Dalmatinskoj zagori – splitskom zaleđu. Dalje, postavljaju se glavna načela razvoja, vizija i misija te strateški ciljevi, što osigurava okvir za djelovanje dionika u turizmu. Nastavno na usvojenu Strategiju, TZ Splitsko–dalmatinska u suradnji s Ekonomskim fakultetom u Splitu i Institutom za turizam potpisala je ugovor o izradi Akcijskoga plana razvoja Dalmatinske zagore – splitskog zaleđa.

Slika: Potpisivanje Ugovora za izradu Akcijskog plana kojem su prisustvovali **Ivana Vladović**, direktorica TZ SDŽ, **Vinko Muštra**, dekan Ekonomskog fakulteta, **Damir Krešić**, ravnatelj Instituta za turizam, **Stipe Čogelja**, zamjenik župana SDŽ kao i predstavnici grada Trilja, općina Klis, Dicmo, Otok, Hrvace te predstavnici TZ-ova Sinja, Dugopolja i Vrlike.



Strategijom je napravljena sveobuhvatna analiza stanja Zagore, dok su Akcijskim planom, koji je završen u lipnju 2024. godine, definirane konkretne mjere i aktivnosti za turistički razvoj Zagore. Akcijski plan služi kao alat za mobilizaciju resursa, usmjeravanje investicija i koordinaciju među različitim dionicima. Plan je strukturiran u pet ključnih segmenata koji zajedno čine sveobuhvatni okvir za operacionalizaciju strategije razvoja. Segmenti uključuju uvod s osvrtom na SWOT analizu, definiranu viziju i ciljeve razvoja, načela razvoja, prioritete i mjere, plan aktivnosti koji sistematizira projekte determinirane od strane lokalnih zajednica uključenih u izradu Akcijskog plana, praćenje i evaluaciju, te zaključke i preporuke.

Temeljem Zakona o turizmu, koji je stupio na snagu 2024. godine, turističke zajednice dobivaju novu ulogu u upravljanju destinacijom i to kroz nastavak njihove transformacije u organizacije za upravljanje destinacijom, koje osim marketinške potpore imaju i ulogu okupljanja i koordinacije dionika s ciljem integriranog upravljanja destinacijom u smjeru održivosti.

Alati koji se turističkim zajednicama daju u upravljanju destinacijom, vezani su uz izradu planova upravljanja destinacijom i upravljanje turističkim tokovima. Splitsko-dalmatinska županija, sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) koji je na snazi od 1.1.2024. godine, ima obvezu donošenja Plana upravljanja destinacijom. Sadržaj Plana upravljanja definiran je spomenutim Zakonom, a među ostalim uključuje i praćenje pokazatelja razvoja i održivosti turizma što podrazumijeva uspostavljanje baze pokazatelja kako bi se isti mogli kontinuirano pratiti i time stvarati informacijska podloga za donošenje odluka vezanih uz aktivnosti upravljanja razvojem turizma u destinaciji. Plan upravljanja destinacijom, kao planski dokument, sadrži analizu stanja i popis resursne osnove, pokazatelje održivosti na razini destinacije, mjere i aktivnosti potrebne za ostvarenje razvojnog smjera, prijedlog smjernica i preporuka za razvoj destinacije te popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije. Dana 15.10. 2024. godine TZ Splitsko – dalmatinske županije potpisala je sa Institutom za turizam Ugovor za izradu sljedećeg:

- Plan upravljanja destinacijom Splitsko-dalmatinske županije za razdoblje 2026. – 2029. godine i predstavljanje Plana predstavničkom tijelu (Skupštini SDŽ)
- Smjernice za marketing destinacije
- Uspostavljanje baze pokazatelja za praćenje razvoja i održivosti turizma

#### **Realizirane aktivnosti u 2024. godini;**

##### **❖ Izrada AKCIJSKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA DALMATINSKE ZAGORE – SPLITSKO ZALEĐE**

Izvođači: Ekonomski fakultet Split i Institut za turizam Zagreb

Trošak aktivnosti: 25.000 eur

##### **❖ Izrada PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM SDŽ**

###### **✓ 1. rata (definiranje metodologije i izrada 1. faznog izvještaja)**

Izvođači: TZ Splitsko - dalmatinska i Institut za turizam Zagreb

Trošak aktivnosti: 24.125 eur

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, lokalne TZ i općine s područja Zagore, Institut za turizam Zagreb, Ekonomski fakultet Split

#### **Realizacija:**

**49.125,00 eur**

## 1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

### Opis i cilj aktivnosti:

S ciljem sagledavanja stanja, kretanja i tendencija u razvoju ponude i potražnje, kao i drugih podataka relevantnih za razvoj i promociju turizma Srednje Dalmacije u cjelini ili njegovih pojedinih segmenata, TZ Splitsko – dalmatinska u suradnji s relevantnim institucijama, po potrebi, provodi istraživanja tržišta. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, u suradnji s Institutom za turizam, provela je u 2024. godini **istraživanje „Analiza domaće turističke potražnje u Splitsko-dalmatinskoj županiji“**, kako bi saznala što motivira domaće turiste i kako najbolje iskoristiti potencijal koji oni donose, a sve s ciljem dubinskog razumijevanja navika i stvarnih ili percipiranih prepreka domaćih turista za posjete županiji, prije svega izvan glavne ljetne sezone. Istraživanje kombinira analizu dostupnih sekundarnih izvora podataka s provedbom primarnih istraživanja kako bi se osigurala neophodna podloga za razvoj turističkih proizvoda i definiranje strategije komunikacije za domaće turističko tržište, posebice izvan glavne ljetne sezone. Nakon uvodnog poglavlja, u drugom se poglavlju detaljno analiziraju veličina i obilježja domaće turističke potražnje na razini cijele Hrvatske, pružajući uvid u broj putovanja, višednevnih i jednodnevnih, i noćenja ostvarenih u komercijalnim i nekomercijalnim oblicima smještaja prema regijama i tipovima smještaja. Slijedeći isti obrazac, treće poglavlje se fokusira specifično na veličinu i obilježja domaće turističke potražnje Splitsko-dalmatinske županije. Dodatno se analiziraju posebnosti putovanja u županiji izvan glavne ljetne sezone u usporedbi s ljetnom sezonom. Četvrto poglavlje istražuje potencijal domaćeg tržišta za putovanja u županiju, koristeći rezultate provedenih fokus grupa i kvantitativnog istraživanja stavova i motivacija domaćih turista koji od siječnja 2023. do lipnja 2024. godine nisu bili na privatnom putovanju u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Peto poglavlje pruža perspektive organizatora putovanja, razmatrajući njihova mišljenja i percepcije o domaćem tržištu i potrebama turista. U šestom poglavlju analiziraju se strana iskustva i prakse usmjerene na poticanje domaćeg turizma, s ciljem identifikacije strategija koje bi mogle biti primjenjive u lokalnom kontekstu. Zaključno poglavlje sintetizira ključne nalaze istraživanja i nudi konkretne preporuke za turističke strategije kako bi se potaknula veća potražnja domaćih posjetitelja, posebno tijekom razdoblja izvan glavne turističke sezone. Izvještaj obuhvaća i priloge u kojima se nalaze cjeloviti rezultati provedenih kvantitativnih istraživanja. Istraživanje je dostupno na stranicama TZ Splitsko – dalmatinske [www.dalmatia.hr](http://www.dalmatia.hr).



Trošak realizacije cjelokupne aktivnosti u 2024. godini iznosi 68.625 eura, što je gotovo dvostruko više u odnosu na sredstva planirana temeljem izmjena i dopuna programa, obzirom je predmetno istraživanje tijekom izrade nadopunjavano s novim vrstama informacijama i vrstama istraživanja, a sve kako bi se dobio kvalitetan i cjelovit dokument.

**U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirano je sljedeće;**

**❖ Istraživački projekt „ ANALIZA DOMAĆE TURISTIČKE POTRAŽNJE u Splitsko – dalmatinskoj županiji“**

Izvođač: Institut za turizam Zagreb

Trošak aktivnosti: 68.625 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, Institut za turizam

**Realizacija:**

**68.625,00 eur**

### **1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI**

**Opis i cilj aktivnosti:**

Navedena stavka podrazumijeva uspostavljanje djelotvornog mehanizma mjerenja i nadzora učinkovitosti provedenih promotivnih aktivnosti na svim razinama TZ. U 2024. godini provodilo se praćenje i analiza medijskih i online objava te općenito analiza postignutih komunikacijskih rezultata u pogledu organizacije i provedbe promotivnih aktivnosti. U skladu s navedenim, utrošena su planirana sredstva sukladno izmjenama i dopunama programa, kroz ugovorno reguliranu suradnju s jednom od agencija specijaliziranih za pregled i analizu svih medijskih objava.

Realizirana aktivnost;

✓ **aplikacija za praćenje online medija – Plus Plan**

Trošak aktivnosti: 6.238 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, agencija

**Realizacija:**

**6.237,60 eur**

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

S ciljem stvaranja novih motiva dolazaka i boljeg pozicioniranja turističkih proizvoda na tržištu, TZ Splitsko - dalmatinska je kroz vlastite programme, kao i suradnju sa sustavom turističkih zajednica i ključnim dionicima turističkog sektora provodila aktivnosti vezane uz unaprjeđenje kvalitete i tržišne pozicije postojećih kao i razvoj novih turističkih proizvoda. TZ Splitsko – dalmatinske županije u 2024. godini nastavila je i s programima podrške razvoju turističkih događanja te podršku programima nositelja razvoja selektivnih oblika turizma (sustav TZ, strukovna udruženja, klasteri, DMK). Za realizaciju svih aktivnosti predmetne stavke planirala su se programom rada sredstva u iznosu od 1.740.000 eura, međutim izmjenama i dopunama programa, iznos planiranih sredstva je smanjen na 1.636.100 eura, a u konačnici realizacija iznosi 1.629.525 eura, što je gotovo istovjetno planiranim rashodima temeljem izmjena i dopuna programa i sudjeluju sa 30,7% u ukupnoj strukturi realiziranih aktivnosti.

### 2.1. IDENT. I VREDNOVANJE RESURSA I STRUK. PROIZVODA

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
2.	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>1.740.000</b>	<b>1.636.000</b>	<b>1.637.524</b>
2.1.	<b>Identi. i vrednova. resursa i struk. turističkih proizvoda</b>	<b>250.000</b>	<b>323.600</b>	<b>323.600</b>
2.1.1.	Pozivni natječaj za sustav TZ na području Županije	250.000	323.600	323.600

#### Opis i cilj aktivnosti:

Razvojem selektivnih oblika turizma, omogućilo bi se produženje turističke sezone i dodatni razvoj turizma, posebice u pogledu obogaćivanja turističke ponude novim proizvodima i sadržajima. Sezonski karakter turizma, kao temeljno uporište i izvorište uniformiranosti turističkog prometa, u isto je vrijeme i ključni razlog opravdanosti i potrebe razvoja selektivnog turizma u smislu razvoja novih proizvoda i privlačenja novih segmenata potencijalnih turista. Razvoj selektivnih oblika turističke ponude jedan je od značajnijih sredstava poboljšanja i prevladavanja negativnih obilježja suvremenog turizma u cjelini. Krivulja sezonalnosti ukazuje da se još uvijek većina prometa ostvaruje od lipnja do rujna, te je najviše motivirana dominantnim proizvodom sunca i mora. Upravo zbog navedenih razloga, TZ Splitsko – dalmatinska planira, provodi i potiče razvoj selektivnih oblika turističke ponude na području Splitsko – dalmatinske županije.

S ciljem poticanja, kreiranja i razvoja selektivnih oblika turističke ponude u vidu razvoja novih proizvoda, a sve s ciljem obogaćivanja turističke ponude i stvaranja novih doživljaja i atrakcija, TZ Splitsko – dalmatinska već kontinuirano provodi pozivni natječaj za sustav TZ gradova, općina i mjesta. Sredstva potpore odobravala su se za razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista, razvoj, obnovu i unapređenje javne turističke infrastrukture, osnivanje interaktivnih centara te razvoj svih selektivnih oblika turističke ponude na području Županije. TZ Splitsko – dalmatinska nakon donošenja odluke o visini odobrene potpore sklapala je ugovor o potpori s pojedinom TZ kojim se uredio način korištenja potpore, način praćenja realizacije projekata, isplata potpore i druga pitanja vezana za realizaciju projekata. Za predmetni natječaj bila su predviđena sredstva u iznosu od 250.000 eura, ali izmjenama i dopunama programa, zbog velikog broja prijavljenih projekata, iznos sredstava je povećan na 323.600 eura, što je u konačnici i realizirano.

#### Pregled odobrenih projekata po TZ-ima

Naziv TZ	PROGRAM – PROJEKT	Odobreno €
TZ općine SELCA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>digitalizacija sadržaja kulturnog turizma u funkciji razvoja destinacije</b>	4.000,00
TZ općine MILNA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>prikaz Bbracere od željeza u sklopu tematske staze maritimne baštine</b>	5.000,00
TZ općine SUTIVAN	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje izletišta na „Veloj lokvi“ u Sutivanu</b>	15.000,00
TZ općine SUTIVAN	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>interpretacija i valorizacija antičkog brodoloma u Sutivanu (slikovnica za djecu, edukacije i specijalizirana brošura)</b>	6.000,00
TZ grada SUPETRA	Razvoj, obnova i unapređenje javne tur. infrastrukture – „ <b>Supetarske gustirne – oltari života Supetra“ na kulturnoj ruti „Dir s Rendićem“</b>	12.000,00
TZ grada SUPETRA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>vidikovci i prirodni Photo Point na tematskim stazama „Maslinovi puti“ i „Otkrivajući Mirca“</b>	4.000,00
TZ općine POSTIRA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje plaže PRJA</b>	4.000,00
TZ općine BRELA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje šetnice Obala kneza Domagoja (zaštita, orezivanje, obuka i očuvanje breljanskih značajnih stabala)</b>	3.000,00
TZ općine BRELA	Unapređenje kvalitete ključnih turističkih proizvoda u destinaciji – <b>OUTDOOR destinacija Brela</b>	8.000,00
TZ grada MAKARSKA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista/ <b>kulturni i eno gastro turizam – MAESTRALE – novi vjetar skrivene Makarske</b>	12.000,00

TZ općine BAŠKA VODA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>uređenje plaža općine Baška Voda</b>	12.000,00
TZ općine PODGORA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>razvoj outdoor destinacije „From sea to the mountain“ – II. Faza</b>	15.000,00
TZ općine PODGORA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>Podgorski totemi</b>	7.000,00
TZ grada SOLINA	Kulturni turizam – <b>tematska dječja ruta SALONA PLAY</b>	6.000,00
TZ općine ŠOLTA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje dječjeg igrališta sa spravama u Maslinici</b>	10.000,00
TZ općine ŠOLTA	Razvoj kulturnog turizma – <b>Proširena stvarnost u turizmu – „Tajne šoltanskog podmorja“ AR aplikacija</b>	5.000,00
TZ općine JELSA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>poučna staza Grapčeva špilja – Humac</b>	20.000,00
TZ mjesta DRVENIK	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>uređenje plaže Platina i pristupne šetnice</b>	13.000,00
TZ DRVENIK (nositelj klastera)	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>brendiranje klastera Makar. rivijera i izrada zajedničke brošure i videa</b>	30.000,00
TZ grada SPLITA	Razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje promotivnih aktivnosti – <b>izrada turističke karte kružne „Perunove staze“ (4 tematske staze)</b>	3.000,00
TZ općine GRADAC	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>uređenje plaže i šetnice Gradac – Vodice</b>	10.000,00
TZ općine GRADAC	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>unapređenje turističke ponude općine Gradac (ulaz u mjesto, oslikavanje autobusnih stanica, cvjetnjaci i mozaik klupe...)</b>	15.000,00
TZ mjesta VRBOSKA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>uređenje suhozida na glavnom ulazu u Starogradsko polje AGER</b>	4.000,00
TZ općine MARINA	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>tematski park „Bunari“</b>	8.000,00
TZ općine MARINA	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje tematske biljne staze „Put Grote“</b>	8.000,00
TZ mjesta ŽIVOGOŠĆE	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje šetnice Živogošće Porat – Mala Duba – plaža Velika Duba (II)</b>	20.000,00
TZ mjesta ŽIVOGOŠĆE	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje izletišta i vidikovca Suzina (II faza) i vidikovca Ploča</b>	7.000,00
TZ grada OMIŠA	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje vidikovca na Gradcu</b>	15.000,00
TZ općine PODSTRANA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>postavljanje 16 kabina za presvlačenje i zaštitinih ograda za sigurnost kupaca duž cijelog obalnog pojasa općine</b>	6.000,00
TZ općine PODSTRANA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje outdoor staze „Perun Adventure“</b>	7.000,00
TZ općine BOL	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>uređenje i otvaranje novoga TIC-a TZ općine Bol</b>	7.000,00

<b>TZ grada STAROGA GRADA</b>	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>pješačko rekreativna staza kroz Starogradsko polje HORA TOUR</b>	3.600,00
<b>TZ općine PUČIŠĆA</b>	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>digitalizacija tematsko – pješačke staze „Život Škarpelina“</b>	6.000,00
<b>TZ mjesta IGRANE</b>	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>nabavka novoga samonaplatnog parkirališnog sustava sa LPR kamerama i blagajnom s kartičnim plaćanjem</b>	10.000,00
<b>TZ općine KOMIŽA</b>	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista (KULTURNI TURIZAM) – <b>revitalizacija RIBARSKE ULICE</b>	4.000,00
<b>TZ općine KOMIŽA</b>	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista (AKTIVNI TURIZAM) – <b>uređenje staza na otoku Biševu</b>	4.000,00
<b>UKUPNO ODOBRENO</b>		<b>323.600,00</b>

### Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska i lokalne TZ SDŽ

### Realizacija:

**323.600,00 eur**

## 2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TUR. PROIZVODA

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>			
<b>2.2.</b>	<b>Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda</b>	<b>500.000</b>	<b>382.500</b>	<b>385.434</b>
2.2.1.	Aktivni turizam Srednje Dalmacije	100.000	57.000	56.548
2.2.2.	Kulturni turizam Srednje Dalmacije	30.000	61.500	63.200
2.2.3.	Enogastronomija Srednje Dalmacije	300.000	225.000	227.317
2.2.4.	Nautički turizam Srednje Dalmacije	70.000	39.000	38.369

Unutar stavke SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA planirana su sredstva u iznosu od 500.000 eura, te su izmjenama i dopunama programa smanjena na iznos od 382.500 eura. Akcent aktivnosti bio je na proizvodima koji zadovoljavaju potrebe vođene specifičnim turističkim motivima, među koje spadaju aktivni turizam, kulturni turizam, enogastronomija i nautički turizam. Rashodi aktivnosti navedene stavke u konačnici iznose 385.434 eura, što je za 1% više u usporedbi s izmjenama i dopunama programa.

## 2.2.1. Aktivni turizam

---

### Opis i cilj aktivnosti:

U Glavnom planu razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije aktivni turizam prepoznat je kao jedan od proizvoda s visokom atraktivnošću i konkurentnošću. Činjenica je da je popularnost aktivnog turizma na turističkom tržištu posljednjih godina u evidentnom rastu, što je posljedica sve izraženije brige o zdravlju, razvoja posebnih interesa kod turista i općenito želje za 'avanturom'. S obzirom na to da je orijentacija Splitsko-dalmatinske županije podizanje kvalitete turističkih proizvoda i usluga, produljenje sezone i ravnomjernost razvoja u cijelom području Županije, razvoj aktivnog turizma predstavlja jedan od bitnih pravaca koji treba razvijati i koji tome može značajno pridonijeti. Od brojnih oblika aktivnog turizma, u 2024. godini akcent aktivnosti ureda TZ Splitsko – dalmatinske bio je na razvoju i unapređenju segmenta cikloturizma. Zadnjih nekoliko godina razvoju cikloturizma TZ Splitsko - dalmatinska dala prioritet te je sustavno izgrađivana infra i suprastruktura za cikloturizam. S obzirom na sve veći značaj cikloturizma za cijelu Županiju i pojedinih njenih destinacija/rivijera, a neovisno o činjenici da je Županija već učinila više nego značajan iskorak u trasiranju/osuvremenjivanju postojećeg sustava biciklističkih staza, potrebno je i dalje pojačano ulagati u ovaj projekt. Akcent aktivnosti tijekom 2024. godine bio je na *unapređenju razvoja proizvoda cikloturizma na području Splitske rivijere i klastera Dalmatinske zagore*. Naime trenutačno se odvijaju aktivnosti revidiranja cjelokupnog dosadašnjeg projekta, izrađuju se nove staze, kreiran je novi unificirani pravilnik kao i standardi obilježavanja svih staza na području Županije. U četiri postojeća turistička klastera konstantno se ulažu značajna sredstva kako bi se cikloturistička ponuda unaprijedila i postala još konkurentnija.

S ciljem poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, TZ Splitsko – dalmatinska sufinancirala je u 2024. godini turističkim zajednicama gradova, općina i mjesta organiziranje i provođenje akcija čišćenja podmorja, rijeka i jezera na području Županije, a koje su provodile samostalno i u suradnji sa raznim udrugama, ronilačkim klubovima i drugim subjektima. Trošak realizacije cjelokupne aktivnosti u 2024 godini iznosi 56.548 eura, što sukladno planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna programa.

**U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirano je sljedeće;**

**❖ Sufinanciranje projekta razvoja CIKLOTURIZMA na području DALMATINSKE ZAGORE – Splitskog zaleđa;**

Četiri TZ-a s područja Dalmatinske zagore – Vrlika, Sinj, Trilj i Dugopolje te općine Dicmo, Klis, Otok i Hrvace provode projekt razvoja cikloturizma u suradnji sa poduzećem Spot d.o.o. iz Varaždina temeljem potpisanoga ugovora u 2022. godini koji uključuje sljedeće aktivnosti: razvoj infrastrukture, razvoj usluga te brendiranje i promocija.

Trošak aktivnosti: 28.000 eur

**❖ Organizacija i realizacija studijskog putovanja za djelatnike sustava TZ s naglaskom na proizvod CIKLOTURIZMA –**

bike destinacije južni Tiro (Italija), u razdoblju od 17. - 20.10. 2024.

Nositelj organizacije i provedbe: Top Sport Events i TZ SDŽ

Trošak aktivnosti: 8.548 eur

**❖ Sufinanciranje lokalnim TZ-ima na području Splitsko – dalmatinske županije AKCIJE ČIŠĆENJA podmorja, rijeka i jezera;**

**Pregled odobrenih akcija:**

Naziv TZ	AKCIJA ČIŠĆENJA	Odobreno
TZ grada SPLITA	<b>Akcija čišćenja podmorja EKO SUBADVENT 2024</b> Gradsko kupalište Jadran – 14.12. 2024	2.600 eur
TZ općine MILNA	<b>Akcija čišćenja podmorja MILNARSKE VALE</b> Uvala Milna – 11.05. 2024	1.000 eur
TZ grada KAŠTELA	<b>Akcije čišćenja podmorja KAŠTELA 2024</b> Akvtorij kaštelanskog zaljeva – svibanj/lipanj 2024	1.200 eur
TZ općine DUGI RAT	<b>Akcija čišćenja podmorja ČUVAJMO MORE</b> Akvtorij općine Dugi Rat – 25.05. 2024	1.000 eur
TZ općine BAŠKA VODA	<b>Akcija čišćenja podmorja općine BAŠKA VODA</b> Plaže na području općine (10 plaža) – 30.09. – 5.10. 2024	3.200 eur
TZ općine PODGORA	<b>Akcija čišćenja podmorja ZELENA I PLAVA ČISTKA</b> Podgora i Drašnice - 19.05. 2024	650 eur
TZ grada MAKARSKA	<b>Akcija čišćenja podmorja u Makarskoj</b> Priobalni pojas – 11.05., 1.06., 21.10. 2024	1.600 eur
TZ općine BOL	<b>Akcija čišćenja podmorja SUB ECO BOL 2024</b> Podmorje općine Bol - 1.05. 2024	2.000 eur
TZ grada TROGIRA	<b>Eko akcija čišćenja podmorja</b> Obalno područje luke Trogir - 27.04. 2024	2.700 eur
TZ općine GRADAC	<b>Manifestacija “Dani podmorja Gradac”</b> Čišćenje podmorja općine Gradac – 18.05. 2024	850 eur
TZ mjesta DRVENIK	<b>Akcija čišćenja podmorja</b> Drveničke uvale - 5.05. 2024	1.600 eur

TZ općine JELSA	EKO AKCIJA čišćenja podmorja Zavala I Ivan Dolac – 2. i 3.11. 2024	1.600 eur
UKUPNO odobreno		20.000 eur

### Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ SDŽ, lokalne TZ, Top Sport Events i Spot d.o.o.

### Realizacija:

56.547,84 eur

## 2.2.2. Kulturni turizam Srednje Dalmacije

### Opis i cilj aktivnosti:

Razvoj kulturnog turizma jedan je od prioriteta aktivnosti ureda TZ Splitsko – dalmatinske. Kulturni turizam razvija se u svrhu produljena sezone, pozicioniranja Županije kao i cjelokupnom ekonomskom razvoju, a temelji se na kvalitetnom upravljanju i suradnji ključnih dionika. Tijekom 2024. godine ured TZ Splitsko – dalmatinske županije nastavio je s realizacijom niza aktivnosti s ciljem unapređenja kulturne turističke ponude, pri čemu su utrošena sredstva sukladno izmjenama i dopunama programa. Naglasak aktivnosti bio je na realizaciji cijelog niza projekata s ciljem predstavljanja kulturne baštine Splitsko – dalmatinske županije, ali poseban naglasak bio je na promociji kulturnih potencijala područja Dalmatinske zagore. Na inicijativu Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, a uz podršku turističkog sektora, prvi put je u 2023. godini od mjeseca travnja krenula „**Zelena linija**“, turistička autobusna linija koja je kretala svakog dana do mjeseca studenog u 12 sati sa splitske rive prema Dalmatinskoj zagori, a što je nastavljeno i u 2024. godini. Cilj navedenoga projekta je posjetiteljima ponuditi više od „mora i sunca“ te im otkriti do sada nepoznati šarm Srednje Dalmacije čija je unutrašnjost bogata i rijekama i planinama i stoljetnom poviješću i kulturom. Prva točka zaustavljanja je Dugopolje, Centar za posjetitelje, koji je ujedno i polazišna točka za izlete po Dalmatinskoj zagori. Od 2024. godine dana je mogućnost turističkim agencijama koje rade programe obilaska Dalmatinske zagore da tamo ponude gostima cijelu paletu mogućnosti obilaska Zagore, ovisno o njihovim afinitetima, od jahanja, quadova, do obilazaka sakralnih i povijesnih spomenika i mjesta. Linija inače, ide dalje preko Klisa i etno–agro parka Stella Croatica. Gosti na taj način imaju priliku upoznati komparativne prednosti zagorskog dijela Županije koji nudi niz mogućnosti za obogaćivanje njihova boravka, posebno u predsezoni i posezoni.



Srednja Dalmacija je u 2024. godini bila bogatija i za dva projekta koja je uspješno realizirala TZ Splitsko-dalmatinska. Riječ je o postavljanju klavira u splitsku Zračnu luku Sveti Jeronim **pod nazivom "Where Music Takes Flight"**, a paralelno s time pokrenuta je i **jedinstvena umjetnička manifestacija "Art In The Heart Of Adriatic"** prilikom čega su akademski slikari iz Hrvatske udruge likovnih umjetnosti u odabranim turističkim odredištima crtali na otvorenom inspirirajući se ljepotama destinacije uz druženje s građanima. Riječ je o netipičnoj i nekomercijalnoj manifestaciji koja ide za tim da Dalmaciju prikaže kao regiju kulture i impresivne povijesti, a koja inkluzivno okuplja sve mještane, prolaznike i turiste. Klavir u zračnoj luci postavljen je po uzoru na neke od najvažnijih turističkih destinacija na svijetu, a na kojem su se svakodnevno izmjenjivali razni glazbenici svirajući najveće dalmatinske i svjetske hitove. Također, klavir je dostupan i za javnost pa svi zainteresirani mogu se okušati u svojim glazbenim vještinama. Današnji gosti traže autentičan doživljaj i zato, osim prilike da prolaznici demonstriraju svoje glazbeno umijeće i talent, TZ Splitsko-dalmatinske županije imala je za cilj predstaviti i hrvatske umjetnike, umjetnost i glazbu, ističući odabrane bisere iz njezina bogatog opusa. Tako projekt "Where Music Takes Flight", ne samo nudi turistima nezaboravno iskustvo, već ističe važnost glazbe u oblikovanju putovanja i doživljaja.

TZ Splitsko – dalmatinska stavila je naglasak aktivnosti i na promociju vjerskog turizma, te je u 2024. započela sa sufinanciranjem **projekta Procesije „Za križen“** u organizaciji TZ općine Jelsa s ciljem promoviranja potencijala za razvoj vjerskog i kulturnog turizma.

Za aktivnosti razvoja i promocije kulturnog turizma planiralo se izmjenama i dopunama programa utrošiti 61.500 eura, a u konačnici realizacija iznosi 63.200 eura, što je za 3 posto više u usporedbi s izmjenama i dopunama.

**U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirano je sljedeće;**



**Slika: Prigodno otvaranje „Zelene linije” izletom za predstavnike javnoga, privatnoga i turističkoga sektora, kao i za medijske djelatnike.**

**❖ Realizacija projekta „GREEN LINE“ za sezonu 2024. godine s ciljem promocije Dalmatinske zagore;**

- sufinanciranje projekta panoramskog autobusa za obilazak područja Zagore koje uključuje lokalitete; Skrivena Dalmacija, Stella Croatica i Klis
- Izrada tekstova, terensko snimanje i postavljanja audio sustava, održavanje autobusne linije i promidžba nove izletničke linije, izrada posebnih suvenira – majice, boce i sl., predstavljanje novih izleta, ugostiteljske usluge, dizajn logotipa za projekt, usluge ozvučenja, organizacija događanja u centru Skrivena Dalmacija za program promocije Zelene linije, snimanja i postprodukcija promotivnih videa, usluge vođenja i moderiranja projekta i dr.

Trošak aktivnosti: 19.065 eur



Slika – Matejuška Split, predstavljanje manifestacije “Umjetnost na otvorenom“

**❖ Realizacija projekta „UMJETNOST NA OTVORENOM – Art in the Heart of Adriatic“ u organizaciji TZ Splitsko – dalmatinske i u suradnji s Hrvatskom udrugom likovnih umjetnika s ciljem afirmacije likovne umjetnosti u turizmu;**

- jedinstvena umjetnička manifestacija organizirana na području Splita, Sinja i Supetra tijekom mjeseca svibnja 2024. godine

Trošak aktivnosti: 10.433 eur

**❖ Realizacija projekta “WHERE MUSIC TAKES FLIGHT“ s ciljem promocije dalmatinske glazbe i kulture te poboljšanja ukupne turističke ponude;**

- izvođenje glazbeno – umjetničkog programa u trajanju od 30 min na lokaciji Zračne luke Sveti Jeronim u razdoblju od 1.06 – 30.09. 2024 (18 izvođenja)

- postavljanje klavira u prostor Zračne luke na trajno korištenje posjetiteljima
- organizacija svečanog predstavljanja projekta uz nastup učenika glazbene škole Josip Hatze iz Splita



Slika; Zračna luka "Sveti Jeronim" – inauguracija klavira i predstavljanje projekta „Where music takes Flight“



Trošak cjelokupne aktivnosti: 18.703 eur

#### ❖ Sufinanciranje projekta „PROCESIJE ZA KRIŽEN“, s ciljem promocije vjerskog turizma na otoku Hvaru

Projekt uključuje uređenje galerije i interpretacijskog centra „Za križen“, organizaciju edukativnih programa za stručna vođenja, kreiranje moderne i interaktivne web stranice koja će promovirati Procesiju i sve sakralne i hodočasničke sadržaje povezane s otokom Hvarom, izradu promotivnog materijala sa vizualnim identitetom, provedbu oglašavanja (online i offline), organizaciju posebnih tematskih vikenda i turističkih paketa u suradnji s raznim udruženjima kako bi se promovirala ruta procesije „Za križen“ kao jedinstvenog sakralnog turističkog paketa i dr. aktivnosti.

Trošak aktivnosti: 15.000 eur

#### Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, razni partneri, lokalne TZ

#### Realizacija:

63.200,43 eur

### 2.2.3. Enogastronomija Srednje Dalmacije

#### Opis i cilj aktivnosti:

Splitsko-dalmatinska županija ima brojne potencijale za razvoj eno gastronomske ponude, kojom bi obogatila ukupnu turističku ponudu, ali i privlačila ciljane tržišne segmente koje motiviraju iskustva vezana uz hranu i vina.

Posebno je važno istaknuti cjelovitost te ponude na razini destinacije, koja uključuje različite aspekte ponude, od restorana, tura, tržnica, proizvodnje hrane, vinarije i dr. Poseban projekt pokrenut u 2023. godini upravo je projekt i priča o **Dalmatinskoj marendi**. Cilj brendiranja marende je njezino predstavljanje kao neizostavnog dijela domaćeg gastro identiteta. Projekt Dalmatinska Marena TZ SDŽ pokrenula je tijekom protekle godine s ciljem predstavljanja marende kao autentičnog dalmatinskog obroka i originalnog turističkog proizvoda, a što uključuje brendiranje objekata i proizvođača koji koriste domaće, autohtone proizvode i spravljaju ih na tradicionalan način. Nastavno na projekt, na području Splitsko-dalmatinske županije organiziraju se i održavaju besplatne edukacije gastro brendiranja i kulinarski master classovi. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije upravo iz navedenog razloga veliki fokus stavila je na promociju gastronomije i u 2024. godini, kao jednog od ključnih proizvoda u razvoju cjelogodišnjeg turizma te isticanju autentičnosti i kvalitete ponude Splitsko - dalmatinske županije. Jedan od primjera toga je i projekt „Dalmatinska marena” kojim se vrednuje bogata gastronomska baština i umijeće spremanja namirnica u Srednjoj Dalmaciji te kao takav namijenjen čuvanju identiteta Splitsko-dalmatinske županije te stvaranju dodatnih ponuda za domaće i strane turiste. Na svečanoj dodjeli Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada, koja je održana u Opatiji, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije osvojila je i prestižnu nagradu u kategoriji **“Gastronomski doživljaj godine” za projekt „Dalmatinska marena“**. Trošak realizacije aktivnosti u 2024. iznosi 227.317 eura, što je za 1% više u odnosu na izmjene i dopune plana i programa, a provedba navedene aktivnosti nastavlja se u značajnom opsegu i u narednoj 2025. godini.

**Realizirane aktivnosti u 2024. godini:**

❖ **Projekt DALMATINSKA MARENDA – promoviranje autohtonih dalmatinskih jela i dalmatinskog stila života;**

*Kreiranje i snimanje promotivnog materijala (video filmovi) u odabranim ugostiteljskim objektima na području 4 destinacije; Supetar, Kaštela (vinograd), Imotski, Makarska*

Na Hrvatskoj radioteleviziji, od 23. listopada 2024. s početkom u 15.20 sati na HTV 1, krenulo je emitiranje serijala “Dalmatinska marena” kao nastavak istoimenog projekta Turističke zajednice Splitsko - dalmatinske županije koja je glavni pokrovitelj serijala. U serijalu od osam epizoda gledatelji su imali priliku putovati kroz Split, Kaštela, Jesenice, Makarsku, Brač, Hvar, Imotsku krajinu i Sinj te otkriti specijalitete karakteristične za svako od ovih mjesta.

Filozofija marende i dalmatinskih gastronomskih običaja prikazana je kroz živopisne likove, dugogodišnje ugostitelje i cijenjene kuhare, koji su nastojali što vjerodostojnije objasniti pravo značenje marende, točnije približiti gledateljima da se marena u Dalmaciji ne odnosi isključivo na obrok, već da simbolizira opušteni dalmatinski način života, uživanje u hrani, druženje s prijateljima i obitelji.

Troškovi realizacije projekta uključivali su usluge terenskog snimanja, kreiranja seta za potrebe snimanja priloga i video materijala, troškove zakupa ugostiteljskih objekata za potrebe snimanja, izradu posebnih video filmova, snimanja i montaže, pripremu i dostavljanje jela za realizaciju projekta, troškove najma prostora, usluge oglašavanja, troškove smještaja ekipe za potrebe snimanja, troškove priprema izlaznih formata i popratnih materijala za TV emitiranje i koordinacija s urednikom, priprema 9 teasera za TV emitiranje i dr. razne troškove.

#### ❖ **Projekt DALMATINSKA MARENDA – promocija i brendiranje**

- *certificiranje objekata koji pružaju uslugu marende*
- *određivanje kriterija za dodjelu oznake za ugostiteljske objekte*
- *izrada specijaliziranih suvenira/kuhinjska daska sa logom*
- *izrada specijalizirane kuharice;*  
*(idejno rješenje, urednički poslovi, autorski rad, troškovi terenskog rada, izrada tekstova, snimanje, obrada i uređenje autorskih fotografija na terenskim lokacijama u Splitu, Hvaru, Imotskom, Vrgorcu, Šolti, Braču, Krilu Jesenice i Makarskoj)*
- *organizacija dodjele nagrada i certifikata, hotel Cornaro Split*
- *izrada specijaliziranih kuharskih kuta sa logom DM za kuhare koji sudjeluju u projektu*
- *snimanje, postprodukcija i emitiranje specijalnih repoteža*
- *priprema dalmatinske marende za posebna događanja*

Na svečanosti organiziranoj u hotelu Cornaro u Splitu dana 17. prosinca 2024. godine dodijeljeni su prvi certifikati za ugostiteljske objekte u sklopu projekta Dalmatinska marena, odnosno objekte i proizvođače koji koriste domaće, autohtone proizvode i spravljaju ih na tradicionalan način. U sklopu svečanosti posebna priznanja uručena su chefovima Željku Nevenu Bremecu i Hrvoju Zirojeviću te objektima Konoba Fabo (Imotski), Muzeju ulja Škrip (otok Brač), Enoteka Terra (Split), OPG Barba Edo (Sinj) i OPG Kuzmanić (Kaštela), koji su značajno pomogli razvoju projekta i doprinijeli razvoju gastronomije, te Udruzi ŠKMER, partnerima TZ Splitsko-dalmatinske županije u projektu.

Udruga ŠKMER osmislila je u suradnji s TZ Splitsko – dalmatinske i posebne edukativne programe te su sudjelovali u sajamskim nastupima kao i posebnim prezentacijama turizma Srednje Dalmacije i Dalmatinske marende. Certifikate i oznake Dalmatinske marende dobila su 25 objekta na području Županije.

**Slika; Hotel Cornaro – dodjela certifikata za ugostiteljske objekte u sklopu projekta Dalmatinska marena**



Projekt Dalmatinska marena, osim brendiranja marende kao autentičnog obroka te brendiranja objekata i proizvođača, očekuje i daljnji nastavak u narednom razdoblju. U pripremi je i kuharica u kojoj će se predstaviti tradicionalna jela, ali i majstori kulinarskog zanata kao i objekti u kojima spravlja dalmatinska tradicionalna jela vezana uz marendu. Uz to, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije priprema i nastavak dokumentarnog serijala 'Dalmatinska marena' te nastavak promocije na stranim tržištima kao i u Hrvatskoj.

Trošak aktivnosti cijeloga projekta: 140.333 eur

**❖ Projekt CROATIA, FULL OF FLAVOURS Dalmatinska marena – zajednički promotivni projekt TZ SDŽ, TZ grada Splita i nacionalnog prijevoznika Croatia Airlines**

Projekt se razvijao u suradnji s ugostiteljima s područja cijele SDŽ. Od početka mjeseca travnja do početka kolovoza „Dalmatinska marena“ bila je gastronomsko-turistička ponuda koja se i u sezoni 2024. godine dijelila putnicima na svim avionskim linijama Croatia Airlinesa. „Dalmatinska marena“ je paketić u kojem su bili dalmatinski gastronomski specijaliteti: pršut, šalša, mandulat, arancini te krekeri od maslinovog ulja i ružmarina.

Trošak aktivnosti: 26.700 eur

❖ **Projekt MICHELIN CROATIA 2024** – marketinška suradnja u sklopu koje se provode razna promotivna događanja s ciljem brendiranja hrvatske gastronomije;

- Aktivnosti na razini SDŽ u 2024. godini uključivale su organizaciju;
  - *Influencer food and wine trip (studijsko putovanje)*
  - *organizaciju Masterclass-a (gastronomska radionica za objekte s područja Dalmacije)*

U suradnji Hrvatske turističke zajednice, TZ Splitsko-dalmatinske županije te MICHELIN vodiča održana je dana 14. listopada 2024. godine gastronomska radionica MICHELINA za hrvatske chefove s područja Dalmacije, nositelje Michelinove oznake. Radionica je održana u Splitu u restoranu Zrno soli, a tijekom tri sata trajanja ovog specijaliziranog masterclassa sudionici su imali priliku sudjelovati u pripremi vrhunskih jela, učiti o sparivanju namirnica te uživati u kušanju vina ili drugih odabranih pića. Ovakav oblik suradnje pruža izvanrednu priliku za umrežavanje stručnjaka iz struke s posebnim naglaskom na važnost lokalne gastronomije i održivost, istovremeno unapređujući profesionalne vještine sudionika.

Trošak aktivnosti: 60.284 eur

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, lokalne TZ, ugostiteljski objekti, Croatia Airlines, HTZ i razni partneri

#### **Realizacija:**

**227.316,58 eur**

### **2.2.4. Nautički turizam Srednje Dalmacije**

#### **Opis i cilj aktivnosti:**

Nautički turizam predstavlja jedan od najvažnijih segmenta turističke ponude Splitsko-dalmatinske županije. Splitsko-dalmatinska županija nautičarima nudi raznolikost i bogatstvo doživljaja kroz kvalitetne i dobro opremljene marine, očuvano more, sigurnost plovidbe, atraktivne i sadržajima bogate destinacije te raznoliko prirodno okruženje. Hrvatska ima iznimne preduvjete za razvoj nautičkog turizma, te niz komparativnih prednosti u odnosu na većinu drugih sredozemnih zemalja. To se posebice odnosi na marine, luke i lučice na području Srednje Dalmacije koje privlače sve više nautičara.

Ujedno, Splitsko-dalmatinska županija rekorder je u nautičkom turizmu Hrvatske po ostvarenim noćenjima i dolascima. Zbog svega navedenoga TZ Splitsko – dalmatinska ima cilj pokrenuti što više aktivnosti i inicijativa kako bi se proizvod nautičkog turizma još više profilirao i dobio na svom značaju. Trošak realizacije aktivnosti u 2024. godini iznosi 38.369 eura, što je sukladno sredstvima planiranima temeljem izmjena i dopuna programa, a odnosi se na;

❖ **Realizaciju projekta „VOLIM MORE“, posvećenom morskoj avanturi za najmlađe s ciljem očuvanja maritimne baštine i tradicije na području 4 destinacije; Podgora, Stari Grad, Supetar i Marina**



Riječ je o četiri događanja koje je organizirala TZ Splitsko-dalmatinska u suradnji s TZ Podgore, Supetra, Starog Grada i Marine tijekom svibnja i lipnja. U sklopu festivala za djecu bio je pripremljen raznolik program koji je uključivao lutkarsku predstavu o periski "Pinna" za koju se pobrinuo Teatar Dragon. Udruga Sunce pripremila je niz atraktivnih aktivnosti koje su uključivale izradu slika i maketa, bojanke, interaktivne igre te promatranje mikroplastike i morskih organizama. Kroz ove radionice djeca su na zabavan način učila o bioraznolikosti mora, problemima onečišćenja i značaju zaštite okoliša. Za sve znatiželjne koji sanjaju o tome da se jednog dana okušaju kao ribari, bila je pripremljena i posebna radionica - mala škola vezivanja udice. Pod vodstvom iskusnih ribara, polaznici su imali priliku naučiti osnovne tehnike i trikove vezivanja udice.

Troškovi organizacije i medijskog praćenja projekta: 30.369 eur

❖ **Sufinanciranje CROYA CHARTER SHOW, Split u razdoblju od 4. – 6. 10. 2024.**

- B2B sajam luksuznih jahti s ciljem promocije nautičkog turizma u sklopu događanja „Splitski festival jedrenja“

Trošak aktivnosti: 4.500 eur



- ❖ **Sufinanciranje projekta „ODRŽIVI RAZVOJ nautičkog turizma na otoku Šolti“ u organizaciji TZ općine Šolta s ciljem održivog razvoja nautičkog turizma koji će generirati ekonomske koristi za lokalnu zajednicu, produžiti turističku sezonu, očuvati okoliš te poboljšati kvalitetu života**

Trošak aktivnosti: 3.500 eur

**Nositelji aktivnosti:**

TZ Splitsko – dalmatinska, lokalne TZ i partneri

**Realizacija:**

**38.368,71 eur**

## 2.3. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>			
<b>2.3.</b>	<b>Podrška turističkoj industriji</b>	<b>140.000</b>	<b>90.000</b>	<b>86.367</b>
2.3.1.	Potpore razvoju programa DMK-a	40.000	40.000	40.000
2.3.2.	Suradnja s strukovnim udruženjima	70.000	50.000	46.367
2.3.3.	Projekti IT –start up-ovi u turizmu	30.000	-	-

TZ Splitsko – dalmatinske županije u 2024. godini pružala je određenu podršku programima i aktivnostima turističke industrije tj. nositeljima razvoja selektivnih oblika turizma i dodatne ponude za što se planiralo programom rada utrošiti 140.000 eura. Izmjenama i dopunama programa rada, na stavci PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI rashodi predmetne aktivnosti smanjeni su na iznos od 90.000 eura. U konačnici realizacija iznosi 86.367 eura, a što je za 4 posto manje u odnosu na izmjene i dopune programa.

### 2.3.1. Potpore razvoju programa DMK-a

**Opis i cilj aktivnosti:**

Razvoj DMK-a jedna je od ključnih aktivnosti HTZ-a zajedno sa sustavom turističkih zajednica definiranih programom rada s ciljem obogaćivanja i razvoja nove destinacijske ponude i proizvoda kao jedinstvenih pamtljivih doživljaja i turističkih paketa posebnih interesa, naročito u razdobljima pred i posezone.

S opsežnim specifičnim znanjem o lokalnim resursima i mogućnostima pojedine destinacije, specijalizirane turističke agencije (DMK) jedan su od ključnih aktera u diversifikaciji i podizanju ukupne vrijednosti destinacijske ponude, u kreiranju i plasiranju ponude složenih turističkih proizvoda/paket aranžmana, prilagođenih potrebama i/ili zahtjevima pojedinih tržišnih segmenata turista. Upravo s ciljem, TZ Splitsko – dalmatinska već godinama pruža potporu agencijama, što je nastavljeno i u 2024. godini. Dana 29. veljače 2024. godine objavljen je na internetskim stranicama JAVNI POZIV za kandidiranje potpora za programe promocije složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa u 2024. godini sa definiranim uvjetima, kriterijama i namjenom trošenja sredstava. Temeljem predmetnog natječaja odobrena su sredstva u iznosu od 40.000 eura, a što je sukladno planiranim sredstvima. Predmet Javnog poziva bila je dodjela bespovratnih sredstava za programe promocije složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa koji su pridonosili sljedećim ciljevima:

- razvoju i promociji turističkih resursa te aktivnosti koji se temelje na principima održivog turizma,
- stvaranju prepoznatljivog imidža Splitsko – dalmatinske županije kao destinacije turizma posebnih interesa i održivog razvoja turizma,
- aktiviranju neiskorištenih turističkih resursa i kreiranju novih motiva dolazaka turista na cijelom području Splitsko – dalmatinske županije,
- obogaćivanju turističke ponude Splitsko – dalmatinske županije u cjelini,
- razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone i smanjenje sezonalnosti, te povećanju turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone.
- tržišnoj valorizaciji složenih turističkih proizvoda kao razloga dolaska turista na područje Splitsko – dalmatinske županije

Pod složenim turističkim proizvodom podrazumijevao se paket aranžman koji se sastoji od usluge prijevoza, smještaja i dr. turističkih usluga namijenjenih tržišnim segmentima posebnih interesa. Specifičnim/tematskim proizvodima podrazumijevali su se proizvodi i/ili linije proizvoda po sljedećim grupama: kulturni, ruralni, aktivni, zdravstveni i vjerski turizam te eno gastronomija. S korisnikom kojem je TZ Splitsko – dalmatinska odobrila potporu, sklopljen je ugovor kojim se uređuju sva pitanja vezana za realizaciju programa i dodjelu potpore.

***Tablica – Prikaz agencija s odobrenim sredstvima u 2024. temeljem natječaja***

<b>Naziv AGENCIJE</b>	<b>Odobrena sredstva</b>
TA "EKLATA" Split	4.000 eur
TA „SHUTTLE“, Split	3.000 eur
TA "3D ADVENTURE d.o.o., Split	5.000 eur
TA "Omnivia d.o.o.", Split	5.500 eur
TA "GO Adventure", Split	6.000 eur
TA " HIT Dalmatia", Split	3.500 eur
TA "VENTULA Travel", Split	5.000 eur
TA "SUNTURIST d.o.o.", Novalja	3.500 eur
TA "UNILINE", Pula	4.500 eur

### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i DMK agencije

### **Realizacija:**

**40.000,00 eur**

## **2.3.2. Suradnja s strukovnim udruženjima**

### **Opis i cilj aktivnosti:**

Posebna suradnja u pogledu razvoja proizvoda odvija se u suradnji sa raznim udruženjima. To se posebno odnosi na suradnju s Udrugom hrvatskih putničkih agencija (**UHPA**), i to u vidu održavanja i organizacije posebnih edukacijskih programa s ciljem upoznavanja svih poslovnih subjekata koji pružaju usluge smještaja i sudjeluju u procesu njihove distribucije ili pakiranja u paket aranžmane. Tako je u suradnji s Udrugom hrvatskih putničkih agencija u 2024. godini nastavljeno s programom edukacija za javni i privatni sektor kroz dva edukacijska ciklusa, odnosno četiri stručne radionice održane tijekom veljače 2024. godine. Svrha ovih radionica bilo je uputiti polaznike u ulogu lokalnog stanovništva u podizanju kvalitete doživljaja u turističkoj destinaciji kroz važnost interakcije lokalnog stanovništva s turistima i korištenja različitih oblika interakcije i komunikacije s turistima.

TZ Splitsko – dalmatinska karakterizira i dugogodišnja suradnja sa **savjetovalištem Interligo**, posebice u pogledu porasta kvalitete privatnog smještaja na području Županije, čime se pruža potpora u vidu sufinanciranja kreiranja posebnog časopisa za private iznajmljivače pod nazivom "Apartman plus".

TZ Splitsko – dalmatinska pruža podršku i **brendu Impresia** za sudjelovanjem na određenim turističkim sajmovima i radionicama. Riječ je o brendu koji okuplja hotele visoke kategorije koji gostima pružaju vrhunsku, autohtonu uslugu i proizvode, dodatno potiču razvoj lokalnih zajednica, te značajno utječu na pozicioniranje destinacije kao premium turističkog proizvoda.

Od 2021. godine počinje djelovanje i **Nacionalne udruga obiteljskog smještaja**, sa željom uključivanja svih hrvatskih županija, a sve sa zajedničkim ciljevima zaštite, čuvanja i oplemenjivanja tradicije obiteljskog smještaja koja je duga više od 60 godina. Obzirom je SDŽ županija sa najvećim brojem smještajnih jedinica, TZ Splitsko – dalmatinska pružai potporu radu navedene udruge kako bi povezali sve sudionike, te motivirali i olakšali pristup novim članovima. Sukladno tome, u 2024. godini sufinancirana je organizacija trećeg kongresa Hrvatskog obiteljskog smještaja u Splitu u svrhu podizanja razine znanja i stručnih vještina za uspješno vođenje poslovanja, te osmišljavanje, pripremu i realizaciju novih programa edukacije pružatelja usluga obiteljskog smještaja. Ovaj kongres u suorganizaciji Splitsko-dalmatinske županije i Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije namijenjen je svim nositeljima obiteljskog smještaja, dakle svim iznajmljivačima i pruža jedinstvenu priliku za umrežavanje, razmjenu ideja i usavršavanje u području obiteljskog smještaja.

**U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirano je sljedeće;**

***UHPA - suradnja na realizaciji programa edukacija na temu održivosti u turizmu za javni i privatni sektor uz izvođenje 4 tematske radionice tijekom veljače 2024. godine***

***1. Uloga lokalnog stanovništva u podizanju kvalitete***

Vrijeme održavanja: 8. – 9.02. 2024., Split, hotel Park

***2. Tematske rute i posebni oblici ruralnog turizma s naglaskom na eno – gastro ponudu***

Vrijeme održavanja: 26. – 27.02. 2024., Split, hotel Park

Trošak aktivnosti: 11.712 eur

***INTERLIGO - sufinanciranje izdavanja i pretplate na specijalizirani časopis za privatne iznajmljivače „Apartman plus“ – elektronsko izdanje + tekstovi za časopis za potrebe iznajmljivača s područja SDŽ***

Trošak aktivnosti: 2.655 eur

**HRVATSKA UDRUGA OBITELJSKOG SMJEŠTAJA – temeljem ugovora o suradnji organizacija 3. Kongresa obiteljskog smještaja** dana 14. – 15. ožujka 2024. godine u Splitu u hotelu Radisson Blue  
Trošak aktivnosti: 16.000 eur

**UDRUGA IMPRESIA - sufinanciranje nastupa grupacije Impresia – jedinstvenih hrvatskih hotela na sajmovima i radionicama specijaliziranima za segment luksuznog turizma i provedbu marketinških aktivnosti**  
Trošak aktivnosti: 8.000 eur

**UDRUGA OMH – sudjelovanje u aktivnostima i sufinanciranju rada Udruge;**

- za organizaciju konferencije „Mali hoteli, jučer, danas – sutra“,
- za istraživanje tržišta
- za provođenje projekata „Proizvodno profiliranje malih i obiteljskih hotela“
- za organizaciju B2B radionica, produkciju materijala i dr.

Trošak aktivnosti: 8.000 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i strukovna udruženja

**Realizacija:**

**46.366,46 eur**

### **2.3.3. Projekti IT –start up-ovi u turizmu**

**Opis i cilj aktivnosti:**

TZ Splitsko – dalmatinska planirala je u suradnji sa Županijom u 2023. godini pokrenuti natječaj za start up poduzeća/projekte u turizmu, s ciljem prepoznavanja i sponzoriranja inovativnih startupova kojima se nastoji postići pozitivan učinak na industriju turizma, međutim u 2024. nije došlo do realizacije samoga projekta te se sredstva prebacuju za realizaciju u 2025. godini, ali za potpuno novi natječaj.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, SDŽ i partneri

**Realizacija:**

**0,00 kn**

## 2.4. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>			
<b>2.4.</b>	<b>Podrška razvoju turističkih događanja</b>	<b>850.000</b>	<b>840.000</b>	<b>834.124</b>
2.4.1.	Potpore TZ i dr. subjektima za događanja - Javni poziv	550.000	800.000	817.840
2.4.2.	Organizacija i provedba događanja na području regije	300.000	40.000	16.283

TZ Splitsko – dalmatinske županije nastavila je u 2024. godini s programima PODRŠKE RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA, za što se planiralo utrošiti ukupno 850.000 eura. Naime, TZ Splitsko – dalmatinska podržava održavanje turističkih manifestacija/događanja šireg značaja koje imaju za cilj unapređenje ponude te stvaranje prepoznatljivog imagea regije i zemlje u cjelini. Navedena sredstva se dodjeljuju temeljem javnih poziva i to za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpore iz programa „Potpore za turističke manifestacije“, koji se raspisuje na internetskim stranicama Zajednice i temeljem kojega se dodjeljuju posebno sredstva za TOP manifestacije, a posebno sredstva za događanja od lokalnog i regionalnog značaja. Ujedno, TZ Splitsko – dalmatinska provodi i organizira određena događanja od interesa i značaja. Izmjenama i dopunama programa, predviđena su sredstva za navedene aktivnosti u iznosu od 840.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi 834.124 eura, a što je za 1 posto manje u odnosu na rebalansirana sredstva.

### 2.4.1. Potpore TZ i dr. subjektima za događanja – Javni poziv

#### **Opis i cilj aktivnosti:**

TZ Splitsko – dalmatinske županije podržavala je tijekom 2024. godine održavanje zabavnih, sportskih, kulturnih i dr.manifestacija i događanja koje su imale za cilj unapređenje ponude te stvaranje prepoznatljivog imagea regije u zemlji i inozemstvu. Potpore manifestacijama i događanjima pružale su se s ciljem unapređenja i obogaćivanja kvalitete turističkog proizvoda te posebice razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone. Sredstva predviđena za potpore organizaciji manifestacija i događanja dijele se sukladno provedenom natječaju tj. temeljem Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpore za organizaciju lokalnih, županijskih, nacionalnih i međunarodnih događanja, koji je bio raspisan na internetskim stranicama Zajednice [www.dalmatia.hr](http://www.dalmatia.hr) u razdoblju od 4.03 – 4.04. 2024. godine i temeljem kojeg su odobrena sredstva za 204 događanja.

Predmet Javnog poziva bila je dodjela bespovratnih novčanih sredstava za manifestacije od lokalnog, regionalnog, nacionalnog i/ili međunarodnog značaja kao glavnog motiva dolaska turista u destinaciju, a koje doprinose sljedećim ciljevima:

- Brandiranju destinacije na specifičan, autentičan način
- Promociji tradicije kroz razvoj eno i gastro ponude
- Promociji dalmatinskog stila života
- Očuvanju kulturne i povijesne baštine
- Podizanju kvalitete i količine turističke ponude
- Razvoju kongresnog, kulturnog, aktivnog, ruralnog i ostalih selektivnih oblika turizma
- Razvoju sadržaja koji omogućavaju poboljšavanje kvalitete i produženju turističke sezone,
- Povećanju turističke i ugostiteljske ponude

Javnim pozivima definira se procedura dodjele sredstava, namjena sredstava, korisnici sredstava, prihvatljivost troškova, kriteriji i prioriteti za odobravanje sredstava, potrebna dokumentacija, postupak realizacije, rok i način podnošenja kandidature i način isplate potpore. Na koncu obračunskog razdoblja isplaćeno je ukupno 449.840 eura.

#### **POPIS odobrenih manifestacija za sufinanciranje u 2024. godini – nalazi se u prilogu materijala**

TZ Splitsko – dalmatinska raspisala je Javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava za TOP događanja na području Splitsko-dalmatinske županije također s ciljem unapređenja proizvoda/ponude te stvaranja prepoznatljivog imagea regije u zemlji i inozemstvu. Javni poziv za potpore turističkim TOP događanjima na području Splitsko-dalmatinske županije u 2024. godini, bio je raspisan na internetskim stranicama Zajednice [www.dalmatia.hr](http://www.dalmatia.hr) također u razdoblju od 4.03. do 4.04. 2024 i temeljem njega odobrena su i isplaćena sredstva u ukupnom iznosu od 368.000 eura za 32 subjekta. Predmet Javnog poziva je bila dodjela bespovratnih novčanih sredstava TZ Splitsko – dalmatinske za TOP događanja na području Županije, koja su glavni motiv dolaska turista u destinaciju i doprinose sljedećim ciljevima:

- ✓ promociji Županije kao turističke destinacije
- ✓ unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude pojedine uže ili šire destinacije unutar županije
- ✓ razvoju sadržaja koji omogućavaju produljenje turističke sezone
- ✓ povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju pred i posezone

- ✓ jačanju snage brenda turizma Splitsko-dalmatinske županije
- ✓ stvaranju prepoznatljivog imidža turizma Splitsko-dalmatinske županije.

Javnim pozivima definira se procedura dodjele sredstava, namjena i korisnici sredstava, prihvatljivost troškova, kriteriji i prioriteti za odobravanje sredstava, potrebna dokumentacija, postupak realizacije, rok i način podnošenja kandidature i način isplate potpore.

**Tablica - POPIS odobrenih TOP manifestacija za sufinanciranje u 2024. godini**

RB	ORGANIZATOR MANIFESTACIJE	NAZIV MANIFESTACIJE	ODOBRENA SREDSTVA
1.	Udruga DALMACIJA TRAILS	DALMACIJA ULTRA TRAIL 2024	10.000 eur
2.	TZ grada TRILJA	THRILL BLUES FESTIVAL	18.000 eur
3.	MARATON KLUB MARJAN	24. SPLIT MARATHON	15.000 eur
4.	LUKAS ŠPORT d.o.o.	WTA CROATIA MAKARSKA OPEN	15.000 eur
5.	Festival DALMATINSKIH KLAPA OMIŠ	58. FESTIVAL DALMATINSKIH KLAPA	15.000 eur
6.	Viteško ALKARSKO DRUŠTVO	309. SINJSKA ALKA	20.000 eur
7.	BK BIKE EVENT	CRO RACE	20.000 eur
8.	Udruga DINARIDI TRAILS	ULTRA TRAIL DINARIDES	9.000 eur
9.	HNK Split	70. SPLITSKO LJETO	10.000 eur
10.	Festival MEDITERANSKOG FILMA Split	17. Festival MEDITERANSKOG FILMA	7.000 eur
11.	DALMACIJA KONCERT d.o.o.	MELODIJE JADRANA SPLIT 2024	20.000 eur
12.	WOLFMAN j.d.o.o.	SPLITSKI FESTIVAL	15.000 eur
13.	SPORT EVENT	MASTER HANDBALL WORLD CUP	18.000 eur
14.	TZ općine SUTIVAN	BICIKLISTIČKI MARATON UVATI VITAR	7.000 eur
15.	Jedriličarski klub LABUD	SPLITSKI FESTIVAL JEDRENJA	7.000 eur
16.	AVANTURA ŽIVOTA d.o.o.	SPARTAN World Championship HVAR	18.000 eur
17.	TZ grada KOMIŽE	BIG GAME FISHING	6.000 eur
18.	Udruga GLUMCI U ZAGVOZDU	27. Kazališni susreti GLUMCI U ZAGVOZDU	10.000 eur
19.	ŠKMER	19. Festival BISER MORA	12.000 eur
20.	MPG LIVE d.o.o.	ULTRA MUSIC FESTIVAL	20.000 eur
21.	TZ grada VRLIKE	Opera ERO S ONOGA SVIJETA	10.000 eur
22.	Udruga DANI HR MALE BRODOGRADNJE	Dani HR MALE BRODOGRADNJE i sajam TURISTIČKIH ATRAKCIJA	6.000 eur
23.	Folklorni ansambl JEDINSTVO	3. MEĐUNARODNI FESTIVAL FOLKLORA Split	12.000 eur
24.	TZ općine POSTIRA	7. Svjetsko prvenstvo u BRANJU MASLINA	5.000 eur
25.	NAUTIČKI CENTAR Trogir d.o.o.	DALMATIA BOAT SHOW	6.000 eur
26.	HANZA MEDIA d.o.o.	VINSKI PODRUM	6.000 eur
27.	TZ grada STAROGA GRADA	DANI U VALI	15.000 eur
28.	Udruga VINO DALMACIJE	Festival VINO DALMACIJE	5.000 eur
29.	TZ općine ŠOLTA	POTEZANJE MRDUJE	7.000 eur
30.	TZ općine MILNA	MRDUJA MILNA 2024	7.000 eur
31.	Hrvatski ragbijaški savez	7. Europsko RAGBI PRVENSTVO	7.000 eur
32.	TZ grada TROGIRA	ZIMSKA ADVENTURA TROGIR 2024	10.000 eur
<b>UKUPNO</b>			<b>368.000 eur</b>



Za potpore svim događajima i manifestacijama organiziranim na području Splitsko – dalmatinske županije planiralo se 550.000 eura, nakon provedenih natječaja, izmjenama i dopunama plana, sredstva su povećana na iznos od 800.000 eura, a u konačnici su utrošena sredstva u iznosu od 817.840 eura što je za 2 posto više u odnosu na izmjene plana.

### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i razni organizatori manifestacija

### **Realizacija:**

**817.840,37 eur**

## **2.4.2. Organizacija i provedba događanja na području regije**

### **Opis i cilj aktivnosti:**

TZ Splitsko - dalmatinska organizira i posebna samostalna događanja i “evente” raznih sadržaja s ciljem promocije ciljanih turističkih proizvoda te sukladno tome provoditi i posebne promotivne kampanje i aktivnosti na domaćem i stranim tržištima kojima promovira određena događanja. Cilj je provoditi intezivne promotivne aktivnosti, kako digitalne, tako i u vidu javnih događanja, targetirane prema ciljanim skupinama, predstavnicima medija i predstavnicima turističke struke. Ujedno za predstavnike medija i javnost osigurava se pravovremeno informiranje - najave događanja (event newsletter) i za društvene mreže, kao i bazu fotografija i video materijali o destinaciji i događanjima.

### **U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirano je sljedeće;**

- ***Suradnja s MTF-om, međunarodnom organizacijom koja se bori za mir i održivi turizam na Mediteranu***



**Slika; Delegacija MTF-a u posjetu SDŽ**



TZ Splitsko – dalmatinska organizirala je u 2024. godini predstavljanje Mediteranske turističke fondacije (MTF), organizacije čiji je prvenstveni cilj osnaživanje, promicanje i ulaganje u održivi turistički rast na Mediteranu. MTF je neprofitna organizacija sa sjedištem na Malti koja okuplja dionike privatnog i javnog turističkog sektora u čijem je fokusu održivi turistički rast u cijeloj mediteranskoj regiji. Ogranak MTF-a za područje Splita i Brača, pod nazivom AMIS, osnovano je u ožujku 2024. godine na manifestaciji Biser mora, kao njegov drugi ogranak nakon onog u Siciliji. Cilj mu je promicanje ideja MTF-a i mediteranskog načina života kroz održivi turizam na području Splitsko-dalmatinske županije te provođenje aktivnosti u svrhu razvoja turističko-ugostiteljske struke. Tom prigodom, delegacija MTF-a na čelu sa glavnim tajnikom posjetila je i Splitsko-dalmatinsku županiju na sastanku sa županom Blaženkom Bobanom, kao i članovima kluba AMIS - prvim ogranakom te međunarodne organizacije u Hrvatskoj kojeg čini ukupno 14 članova iz Dalmacije koji promovira mediteranski način života i održivi turizam. Sam MTF okuplja predstavnike vlada, čelnike međunarodnih relevantnih nevladinih organizacija, kao i istaknute osobe iz kulture i javnog života s zajedničkim ciljem oblikovanja turizma sredozemnih zemalja u započetoj dekadi.

► **Samostalna oglašavanja DOGAĐANJA/MANIFESTACIJA na području Splitsko – dalmatinske županije koja su uključivala;**

- oglašavanje manifestacija na području Splitsko – dalmatinske županije; Radio Dalmacija – „Najbolje od Dalmacije“, „Litnji šušur“ na portalu [www.slobodnadalmacija.hr](http://www.slobodnadalmacija.hr)
- promoviranje ljetnih manifestacija (10 članaka najave i 5 reporterskih izvještaja)

Za organizaciju i provedbu događanja na području regije planiralo izmjenama i dopunama programa utrošiti 40.000 eura, a u konačnici trošak sredstava iznosi 16.283 eura što je znatno manje u odnosu na izmjene i dopune plana.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, razni mediji i dr.subjecti

**Realizacija:**

**16.283,45 eur**

### 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Aktivnosti vezane uz područje KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE obuhvaćaju poslove brendinga, oglašavanja ponude na domaćem i stranim tržištima uporabom različitih komunikacijskih kanala i alata, aktivnosti iz domene odnosa s javnošću na domaćem i stranim tržištima te organizaciju studijskih putovanja za predstavnike medija. U skladu s dosadašnjom praksom, nastavilo se s provedbom različitih modela marketinške i poslovne suradnje s domaćim i stranim partnerima iz turističke industrije, s nastupima na sajmovima i organizacijom prezentacija. Tijekom 2024. radilo se i na produkciji materijala, nabavi prigodnih poklona, a akcent aktivnosti bio je i na dodatnom unapređenju novih internetskih stranica. Za realizaciju svih aktivnosti predmetne stavke planirala su se programom rada sredstva u iznosu od 2.143.000 eura, međutim izmjenama i dopunama programa, iznos sredstva je povećan na 2.344.500 eura, a u konačnici realizacija iznosi 2.320.560 eura, što je za 1 posto manje te predmetni rashodi sudjeluju sa 44 posto u ukupnoj strukturi realiziranih aktivnosti turističke zajednice.

#### 3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
<b>3.1.</b>	<b>Definiranje branding sustva i brend arh.</b>	<b>20.000</b>	<b>40.000</b>	<b>35.209</b>

TZ Splitsko – dalmatinske županije pokrenula je proces definiranja novog vizualnog identiteta za promociju i prezentaciju Srednje Dalmacije kao turističke destinacije. Vizualni identitet predstavlja logo i slogan koji se koristi kroz sve oblike promocijskih aktivnosti i primjenjuju na svim materijalima. Vizualni elementi pridonose prepoznatljivosti regije i grade njen imidž. Nakon provedena tri natječaja, konačno je u 2024. godini odabran novi vizualni identitet (logo i popratni vizualni elementi) koji su sada sastavni dio svih marketinških i promotivnih aktivnosti. Prvi je ovo put nakon 2007. da je TZ SDŽ krenula u izmjenu vizualnoga koncepta, a novi kreativni izričaj Splitsko – dalmatinskog turizma osmislio je Studio za branding, dizajn i komunikacije – Filburg koji je osvojio prvu nagradu za rad pod nazivom „Lipo li je“. Osnova prvonagrađenog rješenja je logotip koji uz minimalnu tipografsku intervenciju usmjerava pozornost na Srednju Dalmaciju.

Osvremenjivanje vizualnoga identiteta otvara mnoge nove mogućnosti u pozicioniranju Srednje Dalmacije kao konkurentne i privlačne destinacije. Ovim korakom nastoji se unaprijediti prepoznatljivost i atraktivnost Splitsko – dalmatinske županije te dodatno ojačati brend Srednje Dalmacije na globalnoj turističkoj karti. Odabrani koncept je jednostavan i lako ga je povezati s destinacijom, prati suvremenost, vodeći računa da se zadrži autentičnost i identitet.



Studio za branding, dizajn i komunikacije – **Filburg**  
**„Lipo li je“**

**U okviru navedene stavke realizirano je sljedeće;**

- **Natječaj za novi vizualni identitet TZ SDŽ**
- 1. nagrada za koncept „LIPO LI JE“ – 7.000,00 eur
- 2. nagrada za koncept „HARMONIJA KONTRASTA“ – 3.500,00 eur
- 3. nagrada za koncept „ŠTORIJA“ – 2.000,00 eur
- Obeštećenja sudionika za sudjelovanje na natječaju
- Naknada HDD-u za provođenje natječaja za oblikovanje novog vizualnog identiteta TZ SDŽ
- Naknada i putni troškovi za 2 člana Stručnog povjerenstva
- Naknada – stručno mišljenje i obrazloženje pristiglih natječajnih radova
- Novi vizualni identitet - izvedbeno rješenje vizualnog identiteta i izrada priručnika
- Novi dizajn uredskog materijala (memo, kuverte, potpisi, vizitke...)
- Izrada animiranog logotipa za digitalne kanale i telop na hr/eng
- Dizajn avatara i profilnih slika, dizajn vizuala
- Dizajn table TZ SDŽ za zgradu na adresi Prilaz braće kaliterna 10 + nova tabla za zgradu po novom vizualnom identitetu
- Osmišljavanje krovnog slogana destinacije
- Usluge reprezentacije (komisija)

## Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, Filburg i partneri

## Realizacija:

35.208,47 eur

### 3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKE PONUDE I PROIZVODA

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
3.	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
3.2.	<b>Oglašavanje destinacijske ponude i proizvoda</b>	<b>750.000</b>	<b>1.030.000</b>	<b>999.862</b>
3.2.1.	OFFLINE oglašavanje	200.000	120.000	90.949
3.2.2.	ONLINE oglašavanje	550.000	910.000	908.913

S ciljem povećanja učinkovitosti promotivnih aktivnosti, posebna pozornost posvetila se koncentriranju marketinških kampanja na ključnim emitivnim tržištima putem off line i online oglašavanja. Za aktivnosti OGLAŠAVANJA DESTINACIJSKE PONUDE I PROIZVODA, koje je uključivalo offline i online oglašavanje planiralo se utrošiti ukupno 750.000 eura. Izmjenama i dopunama programa za 2024. godinu, trošak predmetne stavke povećan je na iznos od 1.030.000 eura. Obzirom na posebne okolnosti na tržištima, sve aktivnosti i planovi bili su podložni promjenama te su se prilagođavali tržišnim kretanjima. U konačnici rashodi predmetne stavke iznose 999.862 eura, što je 3 posto manje u usporedbi s sredstvima planiranim izmjenama plana.

#### 3.2.1. OFFLINE oglašavanje

##### Opis i cilj aktivnosti:

Akcent aktivnosti kod offline oglašavanja bio je na provedbi oglašavanja u tisku na domaćem i stranim tržištima, realizaciji TV i radijskog oglašavanja na domaćem tržištu i provedbi pojedinih promotivnih kampanja na odabranim inozemnim tržištima u suradnji s PR agencijama. S obzirom na ključne turističke proizvode kao i na korisnike različitih dobnih skupina, preferencija te, osobito, načina konzumiranja marketinškog sadržaja, offline mediji i dalje ostaju dio sveobuhvatne marketinške strategije. Oni također djeluju i kao svojevrsna potpora oglašavanju na online medijima. Upravo s ciljem informiranja potencijalnih potrošača o regiji kao turističkoj destinaciji i stvaranja pozitivnog stava javnosti o destinaciji, inozemna i domaće tržište obrađuju se putem raznih oblika offline oglašavanja.

S ciljem povećanja učinkovitosti promotivnih aktivnosti, posebna pozornost posvetila se koncentriranju marketinške kampanje na ključnim emitivnim tržištima. U 2024. kampanje su bile najvećim dijelom fokusirane na glavna i tradicionalna emitivna tržišta, kao i domaće tržište koje sve više pokazuje svoj značaj i potencijal. TZ Splitsko – dalmatinska tijekom 2024. provodila je sljedeća offline oglašavanja:



- ❖ *Oglašavanja u TISKU (specijalizirani časopisi, vodiči...) – domaće i ino tržišta*
- ❖ *TV i radijska oglašavanja – domaće tržište*
- ❖ *Strateške promotivne kampanje oglašavanja i posebne marketinške suradnje*

I u 2024. godini, oglašavanje u tisku bio je jedan od kanala opće promocije turizma srednje Dalmacije. Oglašavanje destinacije na pojedinim tržištima provodilo se u dnevnom i specijaliziranom tisku, vodičima i sl. Sukladno interesima potražnje na pojedinim tržištima, dio oglašavanja u tisku bio je usmjeren na promociju pojedinih segmenata turističke ponude i proizvoda (kultura, biciklističke staze, eno-gastro, aktivni odmor i sl.), Aktivnosti offline oglašavanja realizirane su u ukupnom iznosu od 90.949 eur, što je za 24 posto manje u usporedbi s planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna programa. Sukladno potrebama tržišta, oglašavanje na najznačajnijim emitivnim tržištima, kao i domaćem tržištu, provodilo se s ciljem da se učvrsti identitet regije na tržištu kao prepoznatljive i atraktivne turističke destinacije. Offline oglašavanje u tiskovnim i elektronskim medijima provodilo se na tržištima Europe, Hrvatske i ostalih inozemnih zemalja. **Pregled najvećih aktivnosti offline oglašavanja na tržištima po vrstama;**

VRSTA MEDIJA	TRŽIŠTA	UK TROŠAK
<b>Oglašavanja u TISKU</b>		
<b>EXPLORE ADRIATIC 2024, vodič</b> Oglas 1/1 str. u tiskanom izdanju vodiča, 130x210 mm	INOZEMNA	787,50 eur
<b>CROATIA HOT SPOTS magazin 2024</b> Oglašavanje – predstavljanje projekta Dalmatinska marenda Oglašavanje tradicionalnih manifestacija – „Đir kroz dušu Dalmacije“	HRVATSKA	5.309 eur
<b>TOP CAMPING 2024 magazin</b> Oglas 1/1 str., format A4 u boji + web oglašavanje	INOZEMNA	1.294 eur

<b>Publikacija 100 VODEĆIH HRVATSKIH RESTORANA</b> Oglašavanje u publikaciji – oglas	HRVATSKA	700 eur
<b>HANZA MEDIA – časopis GLORIA</b> Oglas Gloria putovanja, promo advertorijal 2/1 stranice, 1/1 image oglas dana 27.05. 2024	HRVATSKA	4.375 eur
<b>SLOBODNA DALMACIJA</b> Oglašavanje monografija Planine u izdanju SD, 21.05. 2024 Oglašavanje u magazinu Spiza 19.10.2024, standardni paket	HRVATSKA	7.500 eur
<b>HANZA MEDIA</b> Oglas LIKE – Hrvatska i Slovenija, sponzorski paket Objava promotivnih članaka, image oglasa, prijenos na web (jutarnji.hr/putovanja, delo.si)	HRVATSKA SLOVENIJA	5.000 eur
<b>TV/RADIJSKA oglašavanja</b>		
<b>NAUTICAL CHANNEL 2024</b> Predstavljanje SDŽ u sklopu TV serijala WIND MASTERS CROATIA	EUROPA	4.688 eur
<b>COOLTURIST</b> Sudjelovanje destinacije unutar emisije NOVA TV	HRVATSKA	14.063 eur
<b>RANFILM TV&amp;FILM PRODUCTION</b> Promocija Splita (posebna epizoda) u programu ORF kanala u sklopu TV emisije „Burgen und Schlosser“	AUSTRIJA	12.500 eur
<b>OGLAŠAVANJA razno/posebne suradnje i marketinški ugovori</b>		
<b>ID RIVA TOURS GmbH</b> Oglašavanje u sklopu kataloga „Kroatien 2024“ 1 page advertisement Tourismusverband der Region Split Dalmatien	NJEMAČKA	12.500 eur
<b>GAULT&amp;MILLAU CROATIA 2024</b> Poslovna suradnja s vodičem – razvoj turističkog proizvoda Dizajn i priprema za tisak image oglasa za časopis – outdoor, nautika i marena + prijevodi tekstova	HRVATSKA INOZEMNA	12.972 eur
<b>PUTNI KOFER</b> Paket oglašavanja na portalu Putni Kofer 12x native članaka nakon organizacije press posjeta	HRVATSKA	8.953 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

**Realizacija:**

**90.949,39 eur**

### 3.2.2. ONLINE oglašavanje

#### Opis i cilj aktivnosti:

S ciljem usklađivanja s novim trendovima na globalnom tržištu i adekvatnog promoviranja kroz sve komunikacijske alate, među kojima su on-line kanali trenutačno najjači generatori povećanja broja turista, posebice u izvanrednim tržišnim okolnostima, akcent promotivnih aktivnosti i u 2024. godini stavljen je na realizaciju online oglašavanja koje je uključivalo sljedeće vrste oglašavanja;

- ✚ *NATIVE kampanje - POSEBNE promotivne online kampanje na INO tržištima*
- ✚ *Oglašavanje na DRUŠTVENIM MREŽAMA – Facebook, Youtube i Instagram*
- ✚ *DISPLAY oglašavanje – Google, Adwords kampanje i oglašavanje na internet portalima*

Za aktivnosti online oglašavanja utrošeno je ukupno 908.913 eura, što je podjednako planiranim sredstvima temeljem izmjena programa. TZ Splitsko – dalmatinska provodi više online marketinških aktivnosti radi promidžbe vlastitoga turističkog proizvoda kako bi postala kvalitativno i kvantitativno konkurentna u zahtjevnoj i kompleksnoj tržišnoj utakmici. Prednosti online oglašavanja u turizmu u odnosu na druge medije su fleksibilnost, brzina reagiranja, mogućnost interakcije s drugom stranom i relativno nizak trošak promocije. Oglašavanja su se provodila na emitivnim tržištima Europe te tržištu SAD-a . Naglasak aktivnosti bio je na posebnim promotivnim kampanjama na ino tržištima i oglašavanju putem društvenih mreža. Posebne promotivne online kampanje na inozemnim tržištima u suradnji s raznim partnerima, provode se na odabranim tržištima s ciljem promocije destinacije i privlačenja potencijalnih novih turističkih korisnika. Tijekom posljednjih nekoliko godina prisutan je pad učinkovitosti tradicionalnih načina oglašavanja, te su stručnjaci za digitalni marketing pronašli rješenje u native oglašavanju koje se pokazalo uspješnijim od tradicionalnog internetskog oglašavanja. Danas je native oglašivački format sve više prisutan kao dio marketinške strategije. ako je TZ Splitsko – dalmatinske županije nastavila uspješnu suradnju započetu u 2023. godini s **poznatom poljskom medijskom kućom Axel Springer Polska**, a sve s ciljem čvršćeg pozicioniranja Srednje Dalmacije na jednom od njenih značajnijih tržišta te predstavljanja raznolikosti turističke ponude na ovom području.



Aktivnosti su uključivale native članke, storytelling formate i teaser oglase, koji su bili plasirani na svim kanalima medijske kompanije Ringier Axel Springer, uključujući portale Onet.pl, Onet Podróże, Ofeminin, Forbes, Noizz Onet Lifestyle. Kampanja se provodila od svibnja do kraja kolovoza 2024., s ciljem jačanja prepoznatljivosti regije Srednje Dalmacije na poljskom tržištu te poticanja odabira Srednje Dalmacije kao destinacije za odmor. Ciljana publika bile su dvije ključne skupine: putnici u dobi od 50 do 65 godina – bračni parovi ili partneri s višim stupnjem platežne moći koji imaju fleksibilnost putovanja tijekom cijele godine, te obitelji u dobi od 35 do 49 godina, koji preferiraju putovanja tijekom ljetnih praznika. U sklopu kampanje objavljeno je osam native članaka na relevantnim portalima medijske kuće, teaser oglasi te je produciran video serijal „Onet on Tour“ s poljskim voditeljem Marcinom Prokopom, koji se sastoji od pet epizoda. Dodatni interaktivni elementi, uključujući kviz i test znanja o Srednjoj Dalmaciji, također su plasirani na odabranim portalima.

Hrvatska turistička zajednica u 2023. pokrenula je **promotivnu kampanju na Expediji, jednoj od najznačajnijih travel platformi na američkom tržištu**, koja je nastavljena i tijekom 2024. godine. Suradnja HTZ-a i jedne od najvećih platformi za putovanja Expedia Group u 2024. godini kroz kampanju od ožujka do rujna na američkom tržištu ostvarila je ukupnu bruto vrijednost realiziranih rezervacija od 12.3 milijuna dolara. Veliki pomak vidljiv je i u prosječnoj duljini boravka turista koji su realizirali putovanje preko Expedije, jer je u odnosu na prošlu 2023. povećana na više od sedam noćenja. Uz HTZ u kampanji s Expedijom sudjelovale su i turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske, Splitsko-dalmatinske i Zadarske županije te grada Zadra, a ukupno je u kampanji zabilježeno i više od 26.1 milijun impresija.

Tijekom 2024. godine, u suradnji s agencijom S.T.A.R DIGITAL, **provedena je digitalna marketinška kampanja na sedam europskih tržišta**: Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska, Švedska, Švicarska, Slovenija i Austrija. Kampanja se u potpunosti odvijala online te je obuhvaćala native članke, storytelling formate, display i teaser oglase s komunikacijskim porukama, kao i objave na društvenim mrežama. Cilj kampanje bio je promovirati Srednju Dalmaciju kao atraktivnu turističku destinaciju s bogatom ponudom sadržaja. Kampanja je trajala od travnja do srpnja 2024., a u tom je periodu na vodećim medijskim portalima objavljeno 29 članaka i 3 sadržajna huba (microsite-a), koji su generirali više od 290.000 čitanja.

Sadržaji su bili plasirani na vodećim online platformama, uključujući njemačke portale t-online.de, faz.net, focus.de i lifestyle portal Network Germany, britanske portale Independent i telegraph.co.uk, austrijske portale krone.at i freizeit.at, francuske portale lepoint.fr i lemonde.fr, švedski portal livsstil.se, švicarski portal watson.ch te slovenske portale siol.net, zurnal24.si i aktivni.si. Dodatno, članci su dijeljeni i putem službenih Facebook i Instagram profila odabranih medija, čime je dodatno povećana vidljivost kampanje.

Nastavilo se i s aktivnostima na društvenim mrežama kao važnom segment on-line promidžbe turizma Srednje Dalmacije, gdje se nastoji kontinuirano unaprijediti stupanj interakcije i suradnje među interesnim skupinama iz turističkog sektora. Radi dominantnog udjela na svjetskom tržištu, oglašavanje na društvenim mrežama fokusirano je i nadalje najvećim dijelom na društvenu mrežu Facebook i Instagram, uz značajnu prisutnost i na Youtube kanalu. Oglašavanje na društvenim mrežama u današnje vrijeme ima vrlo važnu ulogu u svakom poslu pa tako i u promidžbi turizma jedne destinacije. Društvene mreže zadnjih su godina postale jedno od važnijih promotivnih sredstava turističkih organizacija i destinacija te važan komunikacijski kanal s ciljnim tržištima. One omogućuju krajnjim korisnicima suradnju i interakciju kroz razmjenu mišljenja, dojmova i savjeta vezanih za putovanje i boravak u destinaciji. Važnost ovih stranica za turističku promociju se temelji na činjenici da informacije koje se mogu naći na njima predstavljaju jedan od oblika usmene preporuke te stoga imaju puno veću vjerodostojnost od informacija koje se nalaze na službenim stranicama turističkih firmi i destinacija.

### **Rekapitulacija aktivnosti online oglašavanja u 2024. godini**

<b>VRSTA OGLAŠAVANJA</b>	<b>Iznos TROŠKA</b>
<b>Display oglašavanje – GOOGLE</b> Oglašavanje na tržištima EU i SAD, razdoblje 2024. godine	<b>195.078 eur</b>
<b>GOOGLE ADWORDS kampanje</b> Vođenje kampanja u razdoblju ožujak – prosinac 2024. godine	<b>10.000 eur</b>
<b>Oglašavanje na DRUŠTVENIM MREŽAMA (Facebook, Youtube, Instagram)</b> - pružanje usluga održavanja prisustva na društvenim mrežama - održavanje i objavljivanje sadržaja na profilima društvenih mreža - story najave evenata i manifestacija - djeljenje objava pretitelja koje su u skladu sa strategijom vođenja profila - komentiranje objava vezanih uz područje TZ SDŽ/veća interakcija	<b>16.570 eur</b>

<p><b>DISPLAY oglašavanje – oglašavanje na internet portalima</b> - godišnja online kampanja na croatia – hotspots.com portalu, 20 objava</p>	<p>2.500 eur</p>
<p><b>POSEBNE PROMOTIVNE ONLINE KAMPANJE</b></p>	<p>684.765 eur</p>
<p><b>AXEL SPRINGER POLSKA – posebna kampanja za tržište POLJSKE</b> - produciran video serijal “Onet on Tour” od 5 epizoda, teaser oglasi, native članci i storytelling sadržaj na platformama</p>	
<p><b>Travel platforma EXPEDIA GROUP – posebna kampanja za tržište SAD-a</b> - Kampanja je obuhvatila izradu Spotlight landing stranice na kanalima Expedie te dodatne promotivne aktivnosti kroz različite medijske kanale</p>	
<p><b>LE PETIT FUTE 2024 – oglašavanje na tržištu FRANCUSKE</b> <b>CROATIE 2024 guide - web oglašavanje; premium article, social Network post + izrada promotivnog teksta i usluga prijevoda teksta</b></p>	
<p><b>LE FIGARO Voyage - oglašavanje na tržištu FRANCUSKE</b> Special June edition posvećeno Hrvatskoj, specijal OFF.TOUR.DALMATIE</p>	
<p><b>U suradnji sa PROMOTIVNIM AGENCIJAMA</b></p>	
<p><b>Oglašavanje na TRŽIŠTU UK-a -</b> Dailymail.co.uk, Travel Native Article/Billboard&amp;Skin Telegraph.co.uk, Advertorial + Native Traffic Drivers The Independent, Editorial Press visit, Content Creation, 5xEditorial Articles Content Display Teasers, 1xInteractive Map + 1x Europe Channel Takeover</p>	
<p><b>Oglašavanje na TRŽIŠTU ŠVEDSKE -</b> SVD.se, Advertorial/IG media Share Livsstil.se/aftobladet.se, Traffic – Native Teasers, 4x Native Article</p>	
<p><b>Oglašavanje na tržištu SLOVENIJE -</b> Siol.net, 2xAdvertorial/Facebook Media Share Aktivni.si, 2xAdvertorial/Facebook Media Share Siol.net, 2xEditorial/Facebook Media Share Žurnal24.si, 2xEditorial</p>	
<p><b>Oglašavanje na TRŽIŠTU NJEMAČKE -</b> Focus.de, Advertorial + Advertorial Teasers Lifestyle Portal Network Germany, Advertorial + Advertorial Teasers Faz.net, Advertorial + Advertorial Teasers Tonline.de, Native Story Advanced</p>	
<p><b>Oglašavanje na TRŽIŠTU AUSTRIJE –</b> DerStandard.at, Advertorial + Native Ad Teaser Krone.at/TV, filming&amp;producing TV episode-3x airings on Krone TV, Editorial/Social Media Package Freizeit.at/Kurier.at, pre roll video, Content Hub (4x Editorial Articles), Native Teasers</p>	
<p><b>Oglašavanje na TRŽIŠTU FRANCUSKE -</b> LeMonde.fr, Carroussel Brand Article, Facebook&amp;Instagram post, Map integration...</p>	

Lepoint.fr, Editorial Article + Display Teasers, Facebook&Instagram post, 2x Newsletter Promotion, Creation&Distribution of animated video

## Oglašavanje na tržištu ŠVICARSKE

Watson.ch, 2xAdvertorial + Advertorial Teasers

### Objave u stranim medijima



**STAR DIGITAL:**  
 Njemačka: [t-online](#), [faz.net](#), [focus.de](#)  
 UK: [Telegraph](#), [Independent](#)  
 Austrija: [Krone](#), [Freizeit](#)  
 Francuska: [LePoint](#), [LeMonde](#)  
 Švedska: [Livsstil](#)  
 Švicarska: [Watchson](#)  
 Slovenija: [Siol](#), [Zurnal24](#), [Aktivni.si](#)

29 članaka i 3 content hub-a  
 >290.000 pregleda članaka (>14.000.000 impresija)

**AXEL SPRINGER**  
 Poljska  
[Pregled ukupno 7 videa – više od 7 milijuna pregleda](#)  
 >>200.000 pregleda stranice, članaka

**Petit Fute**  
 Francuska  
 >>400.000 doseg  
 >>35.000 čitatelja



### Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, HTZ, PR agencije i razni partneri

### Realizacija:

908.912,86 eur

## 3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
3.	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
3.3.	<b>ODNOSI S JAVNOŠĆU: globalni i domaći PR</b>	100.000	100.000	96.294

### Opis i cilj aktivnosti:

U planu rada i djelovanja za 2024. godinu u okviru stavke ODNOSI S JAVNOŠĆU uključivalo je provedbu aktivnosti komunikacije s domaćim medijima, izrada i slanje newsletter te organizaciju i provedbu studijskih putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ, a za što se planiralo ukupno 100.000 eura.

Izmjenama i dopunama programa sredstva su ostala nepromijenjena, a realizacija u konačnici iznosi 96.294 eura što je za 4 posto manje u odnosu na rebalansirana sredstva. Određeni dio promocije na domaćem tržištu planiran je upravo kroz projektne marketinške suradnje sa domaćim medijima na konkretnim projektima i suradnji od značaja za kreiranje turističke ponude u samoj destinaciji. Obzirom na sve veći udio domaćih gostiju u ukupnom turističkom prometu, određeni dio komunikacije upravo je bio usmjeren prema domaćim medijima kako bi se potaknula dodatna turistička aktivnost. TZ Splitsko – dalmatinske županije kroz suradnju s najznačajnijim hrvatskim i lokalnim medijima osigurava aktivno praćenje svog rada i djelovanja s ciljem informiranja javnosti o aktivnostima ureda, kao i o trendovima koji obilježavaju turistički sektor. Navedeno se postiže kroz uobičajene kanale komuniciranja kao što su priopćenja za medije koja zatim idu kao objave u tiskanom, online, TV i radijskim medijima te na društvenim mrežama, ali i kroz organizaciju konferencija za medije, posebnih prezentacija, kreiranja odgovora na medijske upite i dr. Također u suradnji sa domaćim medijima, zakupljuju se oglasi, rade posebni advertorijali temeljem ugovorno regulirane medijske suradnje i sl. S ciljem informiranja javnosti o ulozi i aktivnostima sustava turističkih zajednica, planiraju se u suradnji sa HTZ-om ili samostalno, studijska putovanja domaćih novinara na ona događanja koja organizira ili u kojima sudjeluje TZ SDŽ ili HTZ.

U suradnji sa HTZ-om i sustavom turističkih zajednica, nastavilo se s **organizacijom studijskih putovanja inozemnih novinara i blogera** na području regije, a sve s ciljem bolje promocije turističke ponude na određenim tržištima i pružanja novinarima potpunu informaciju o određenoj turističkoj destinaciji i novostima u njejoj ponudi. Ovakvim pristupom omogućava se predstavnicima medija da se upoznaju i familijariziraju s turističkom ponudom, mogućnostima turističkih aktivnosti te za susret s turističkom operativom i proizvodima koje nude. Organizacija samog putovanja tj. programi rade se u suradnji s HTZ-om, koji financijski sudjeluje u putovanjima i u suradnji s lokalnim TZ-ima koje u pojedinim slučajevima manjim dijelom financijski sudjeluju u samom putovanju. Predstavništva HTZ-a imaju aktivnu ulogu i služe kao posrednik i savjetnik kod organizacije studijskih putovanja. Obzirom TZ Splitsko – dalmatinske zadnjih godina ulaže značajna sredstva i napore u smjeru razvoja turističkih proizvoda, cilj je bio u 2024. godini organizirati specijalizirana studijska putovanja poznatih novinara, blogera/influencera na području Županije koji bi putem svojih objava i medija omogućili veću prepoznatljivost i promociju konkretnih turističkih proizvoda.

U sklopu ove stavke provodile su se i aktivnosti oko **izrade i slanja newslettera** TZ Splitsko – dalmatinske. Riječ je o informativnom glasilu koje mjesečno izlazi na internetu u dvije jezične verzije te se prosljeđuje TZ-ima, gospodarskim subjektima, predstavništvima HTZ-a u svijetu, predstavnicima medija kao i svim ostalim zainteresiranim subjektima. Glasilo daje mjesečni prikaz svih događanja koji se odvijaju na području Županije, kao i prikaz novosti u turističkoj ponudi regije, a sve s ciljem pružanja pravodobne informacije zainteresiranim stranama. **U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirane su sljedeće aktivnosti;**

**❖ Komunikacija s domaćim medijima – medijske i online objave, posebni projekti i itd;**

- *Medijske objave na portalima dalmacijadanas.hr, dalmatinskiportal.hr, turizmoteka.hr, hrturizam.hr i morski.hr vezano za projekte i aktivnosti TZ SDŽ*
- *Posebne PR objave i podrška u suradnji sa PR agencijom – priprema govora, protokola, materijala za razne konferencije i panel rasprave za potrebe ureda TZ, tekstualne i multimedijalne pripreme tekstova za medije na stranim tržištima*
- *Snimanje, montaža i emitiranje reportaže unutar emisije „Zemlja čudesa“, a vezano za projekte TZ SDŽ*
- *izrada PR tekstova i ideja za potrebe predstavljanja posebnih projekata u organizaciji TZSDŽ (dalmatinska marenda, Ultra music festival, škola jedrenja...)*
- *izrada PR tekstova za potrebe posebnih priloga u dnevnim tiskovinama; posebni prilog “Turizam” u Slobodnoj Dalmaciji, izdanje listopad 2024, prilog Gastro&Wine u tjedniku Nacional, izdanje 23.04.2024 i 10.12.2024., oglas slobodnadalmacija.hr (4 članka + FB objave, svibanj 2024. – promocija Zelene linije)*
- *organizacija pressica od strane TZSDŽ povodom objave i predstavljanja raznih događanja na području SDŽ*

Trošak aktivnosti: 41.237 eur

**❖ Izrada i slanje newslettera**

Troškovi izrade i slanja newslettera uključuju naknade za autorski honorar (tekstovi) i usluge prijevoda i lektoriranja tekstova.

Trošak aktivnosti: 5.378 eur

**❖ Studijska putovanja za predstavnike medija (novinari, blogeri/influenceri) u suradnji sa sustavom TZ;**

- **studijska putovanja u zajedničkoj organizaciji HTZ-a, TZSDŽ i lokalnih TZ**

Troškovi organizacije studijskih putovanja predstavnika medija uključuju usluge vođača, troškove smještaja, ugostiteljske usluge, usluge oglašavanja, troškove prijevoza i transfera i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 49.679 eur

**Analički prikaz dolazaka predstavnika stranih medija/influencera u 2024. g.**

ZEMLJE dolaska	BR. predstavnika	MJESEC dolaska	Vrsta MEDIJA
USA	5 novinara 2 novinara	svibanj svibanj	Usa/Kanada predstavnici Toronto Sun, Lonely Planet i ostali Eliza Dumais, Clive Pursehouse, Food and wine writer
ČEŠKA	3 novinara	listopad	CZ regata
FRANCUSKA	1 novinar 1 novinar	travanj travanj	Femme Actuelle Jeux Voyages, časopis Tjedni magazine, kulturu, TELERAMA, Mr Braunstein
UK	4 novinara 2 novinara 1 novinar	srpanj lipanj travanj	Kanal ITV – emisija This Morning, ITV live day time programme Financial Times, Stanley Stewart Mary Novakovich, Independent- britanski portal
SLOVAČKA	4 novinara	svibanj	U organizaciji prvog vlaka u sezoni Bratislava Split
BELGIJA	2 blogera 5 blogera	svibanj rujan	Sam Van Grieken, Trihn Van Boxem Lifestyle, activities
POLJSKA	10 novinara 5 novinara 1 novinar 4 novinara 1 novinar	listopad svibanj-lipanj lipanj svibanj travanj	TV emisija, “dancing with the world”, TVP Kobieta, HD, TVP Axel Springer on line Michael Wladislaw Ostiak, Axel Springer, on line Morning show “Dzien dobry TVN” , programe “Do zobaczenia” Ana Moleda, blogger
AUSTRIJA	4 novinara 7 novinara	travanj travanj	Dok. film “Castles and Fortresses” produkcijska kuća “Ranfilm” Austrijska TV kuća Krone
HRVATSKA	2 novinara 5 novinara	svibanj listopad	Putni Kofer, on line novinari Dnevni, ženski i turistički mediji, Alma Premeri Zoko
ITALIJA	2 blogera	lipanj	Influenceri, Marco Parrino
FINSKA	1 novinar 2 blogera	svibanj svibanj	Wine writer, Finland leading wine magazine Derya Dincer
NIZOZEMSKA	1 novinar 2 blogera 1 novinar 1 novinar	svibanj rujan rujan rujan	De Telegraaf Dnevni list, Barbara Verbeek Outdoors, Jasper Cornelis, Johannes Clemens Elise Yuksel, Margriet Magazine Travel reporter, Michiel Peter Van Dam, Promotor
IZRAEL	1 novinar	srpanj	Bella Koren, guidebook

## Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, HTZ, lokalne TZ i razni medijski i dr. partneri

## Realizacija:

**96.293,71 eur**

### 3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
<b>3.4.</b>	<b>Marketinške i poslovne suradnje</b>	<b>243.000</b>	<b>227.500</b>	<b>242.357</b>
3.4.1.	Udruženo oglašavanje na regionalnoj razini	100.000	150.000	138.663
3.4.2.	Strateški projekti i suradnje	143.000	77.500	103.694

U skladu s dosadašnjom praksom, tržišnim i poslovnim okolnostima TZ Splitsko – dalmatinske županije nastavila je u 2024. godini s provedbom različitih modela MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE s domaćim i stranim partnerima iz turističke industrije, poput avioprijevoznika, turoperatora/agencija, hotelijera, subjekata sustava TZ i slično. Za navedene aktivnosti planiralo se godišnjim programom rada utrošiti 243.000 eura, a izmjenama i dopunama programa, iznos predviđenih sredstava je korigiran na 227.500 eura. U konačnici realizacija predmetne aktivnosti iznosi 242.357 eura, što je sukladno planiranim sredstvima, a ne rebalansiranim sredstvima, prvenstveno zbog krive procjene sredstava za stavku strateških projekata.

#### 3.4.1. Udruženo oglašavanje na regionalnoj razini

##### Opis i cilj aktivnosti:

Udruženo oglašavanje predstavlja zajedničku promociju HTZ-a, sustava TZ i gospodarskih subjekata u turizmu koji nude smještaj i prijevoz gostiju, organizirane programe dolaska i boravka gostiju te čine važan dio promotivnih aktivnosti sustava TZ i turističke privrede. Osnovni cilj i smisao udruženog oglašavanja je povećanje interesa za programe i turističke dolaske tijekom cijele godine s naglaskom na pred i posezonu te time i povećanje turističkog prometa. Rezultat ovakvog pristupa oglašavanju je povećanje investicija privatnog sektora u marketinške aktivnosti te postizanje sinergije oglašavanja hrvatskog turizma.



Tim putem se opća promocija/oglašavanje povezuje s promocijom regija koju provode turističke zajednice županija u suradnji sa sustavom TZ i nositeljima turističke ponude/proizvoda, kao i komercijalnom promocijom stranih i domaćih organizatora putovanja i zračnih prijevoznika za Hrvatsku. Od 2021. godine, prisutan je drugačiji način provedbe zajedničkog udruženog oglašavanja u suradnji s regionalnim TZ-ima, pri čemu je fokus na online oglašavanju i nositelji oglašavanja su upravo regionalne TZ. Natječaj za udruženo oglašavanje na regionalnoj razini TZ Splitsko – dalmatinske županije objavila je dana 8. veljače 2024. na svojim internetskim stranicama sa rokom prijave do 8. ožujka 2024. godine. Javni poziv obuhvaćao je udruženo oglašavanje sa subjektima nositeljima ponude destinacije te se odnosio na opću destinacijsku promociju, promociju smještajne i ostalih oblika turističke ponude destinacije. Oglašavanje ponude destinacije (smještajne i ostalih oblika turističke ponude i događanja) odnosilo se na cjelogodišnju ponudu u destinacijama. Udruženo oglašavanje provodili su nositelji oglašavanja u suradnji s TZ Splitsko-dalmatinske županije kao koordinatorom i turističkim zajednicama općina/gradova, a međusobnim ugovorom propisivala su se sva prava i obveze. Javnim pozivom bili su propisani uvjeti media plana, udjeli sudjelovanja, osnovni kriteriji, marketinške aktivnosti i način oglašavanja, dokumentacija za prijavu i rokovi prijave te ostali potrebni uvjeti javnog poziva. Temeljem spomenutog natječaja odobrena su sredstava ukupno 15 subjekata s područja Županije iz turističkog sektora u iznosu od 150.575,36 eura, što je bilo za 50% više u odnosu na planirana sredstva temeljem programa rada. Izmjenama i dopunama programa iznos je korigiran na visinu odobrenih sredstava, a u konačnici troškovi navedene stavke iznose ukupno 138.663 eura, zbog odustajanja pojedinih subjekata od realizacije oglašavanja ili smanjene realizacije odobrenog media plana.

**Pregled aktivnosti udruženog oglašavanja po partnerima;**

<b>UDRUŽENO OGLAŠAVANJE ponude destinacije</b>			
<b>Splitsko - dalmatinska županija, realizacija do 31.12.2024</b>			
<b>POSLOVNI SUBJEKT</b>	<b>Odobreno-eur</b>	<b>Fakturirano</b>	<b>Neiskorišteno</b>
Excelsus CAMPING Stobreč	11.234,50	10.907,96	326,54
Hotel SANTA LUCIA Split	1.000,00	odustali	1.000,00
VALAMAR – Hoteli Makarska	10.250,00	10.250,00	-
VRANJICA BELVEDERE Camping	9.000,00	3.775,72	5.224,28
BRETANIDE Resort d.o.o.	12.000,00	9.093,51	2.906,49
Hotel PLAŽA Duće	1.750,00	1.750,00	-
Veneficus d.o.o. – Hotel BRIIG	4.028,76	2.228,87	1.799,89

SUNCE hoteli	24.000,00	24.000,00	-
Visa promet d.d. - Kamp ROŽAC	4.482,10	4.482,10	-
SALVE REGINA - Sagitta	3.675,00	3.675,00	-
Hotel AMBASADOR Split	25.000,00	25.000,00	-
SUNČANI HVAR d.d. Hvar	25.000,00	25.000,00	-
Hotel MARVIE Split	2.500,00	2.500,00	-
Kamp GALEB Omiš	16.000,00	16.000,00	-
Hotel MARINUS	655,00	odustali	655,00
<b>UKUPNO</b>	<b>150.575,36</b>	<b>138.663,16</b>	<b>11.912,20</b>

### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri iz turističkog sektora

### **Realizacija:**

138.663,16 eur

## **3.4.2. Strateški projekti i suradnje**

### **Opis i cilj aktivnosti:**

HTZ kao nacionalna turistička organizacija, u skladu sa strateškim dokumentima i svojim promidžbenim aktivnostima želi podići svijest o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji tijekom cijele godine, te time utjecati na povećanje potražnje za turističkim proizvodima, povećanje turističkog prometa i opće potrošnje. U skladu s tim, uspostavlja se suradnja s partnerima iz turističke industrije, te aktivno promovira turistička ponuda s ciljem privlačenja većeg broja gostiju po načelu ostvarenja opće koristi za sve nositelje ponude destinacije. Putem javnog poziva za iskazivanje interesa pozivaju se zainteresirani turoperatori i prijevoznici koji promoviraju svoje programe za Hrvatsku da HTZ-u/predstavništvima HTZ-a na svom tržištu dostave prijedlog suradnje za tekuću godinu. Mogući strateški partneri su organizatori putovanja (turoperatori i prijevoznici) sa svim oblicima organiziranih programa za Hrvatsku (u zračnom, željezničkom, autobusnom i brodskom prijevozu) koji uvode ili pojačavaju svoje programe ili proširuju period programa u sljedećoj godini. Kobrendiranu kampanju u zakupu medija (online, društvene mreže, tisak, plakatiranje...) provode strateški partneri uz podršku TZ-a svih razina (HTZ-a, regionalnih i lokalnih TZ-a ) koje planiraju sudjelovati u kampanji. TZ Splitsko – dalmatinska sudjelovala je u provedbi navedenih promotivnih kampanja sa planiranim iznosom od 143.000 eura. Izmjenama je iznos greškom smanjen na 77.500 eura.

Poziv za iskazivanje interesa za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima u 2024. bio je objavljen od strane HTZ-a u listopadu 2023. godine. Suradnja s odabranim strateškim partnerom imala je za cilj podići svijest o turističkom brendu Hrvatske/regija na odabranom strateškom tržištu ciljajući potencijalne goste zajedničkim kampanjama, te koristeći promotivne kanale, alate i iskustvo partnera u segmentu organiziranih turističkih putovanja. Sve aktivnosti provodile su se u suradnji s predstavništvima HTZ-a i zainteresiranim turističkim zajednicama. U konačnici je za predmetnu stavku utrošeno ukupno 103.694 eura.

**TZ Splitsko - dalmatinska realizirala je suradnju s sljedećim partnerima;**

<b>STRATEŠKI PROJEKTI – Splitsko – dalmatinska županija</b>	
Strateško oglašavanje – CROATIA AIRLINES	27.875,00 eur
Strateško oglašavanje – KLM DUTCH AIRLINES	11.375,00 eur
Strateško oglašavanje - EUROWINGS	18.750,00 eur
Strateško oglašavanje - JET2HOLIDAYS	6.250,00 eur
Strateško oglašavanje - EASYJET	18.193,95 eur
Strateško oglašavanje - SNAV	8.750,00 eur
Strateško oglašavanje – WIZZ AIR HUNGARY	12.500,00 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

HTZ, TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

**Realizacija:**

**103.693,95 eur**

### **3.5. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I RADIONICE**

<b>RB</b>	<b>AKTIVNOSTI PO VRSTAMA</b>	<b>Plan 2024</b>	<b>Rebalans 2024</b>	<b>Realizacija 2024</b>
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
<b>3.5.</b>	<b>Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice</b>	<b>270.000</b>	<b>360.000</b>	<b>380.343</b>
3.5.1.	Nastupi na turističkim sajmovima	150.000	160.000	163.551
3.5.2.	Organizacija i sudjelovanje na prezentacijama i radionicama	120.000	200.000	216.792

TZ Splitsko – dalmatinske županije u okviru stavke SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE planirala je sredstva u ukupnom iznosu od 270.000 eura, ali izmjenama i dopunama programa sredstva su povećana na iznos od 360.000 eura.

Tijekom 2024. godine nastupilo se na brojnim sajmovima, te održalo cijeli niz značajnih prezentacija turističke ponude. To je u konačnici i utjecalo na veće troškove u odnosu na prvobitno planirane. Realizacija cjelokupne stavke u konačnici iznosi 380.343 eura, što je za 6 posto više u odnosu na rebalansirana sredstva.

### **3.5.1. Nastupi na turističkim sajmovima**

#### **Opis i cilj aktivnosti:**

Nastupi na sajmovima kao način promidžbe destinacije i dalje ostaju kao oblik komunikacije s tržištem, pri čemu se preferira ciljani nastup na specijaliziranim i pomno odabranim općim sajmovima, s naglaskom na zajedničke nastupe s poslovnim subjektima, klasterima i regijama. Prisutnost na najvažnijim turističkim sajmovima vrlo je važna, jer se stvara podloga s koje se može pozicionirati i nadalje proširiti brand te unaprijediti identitet regije. TZ Splitsko – dalmatinska pod navedenom stavkom snosi troškove najma prostora, uređenja štanda, osoblja, dostave materijala i ostalih popratnih troškova. Za nastupe na sajmovima utrošeno je u 2024. ukupno 163.551 eura, što je za 2 posto više u usporedbi s planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna programa. Sajamski nastupi realizirani su nastupima na zakupljenom dijelu štanda u sklopu štanda HTZ-a po principu zastupljenosti na najbitnijim općim i specijalističkim sajmovima, samostalnim sajamskim nastupima više županijskih TZ u inozemstvu na sajmovima na kojima ne nastupa HTZ i samostalnim sajamskim nastupima u suradnji sa klasterima. Pri tome je TZ Splitsko – dalmatinska u 2024. godini nastupila na ukupno 22 sajma na tržištima Njemačke, UK-a, Francuske, Češke, SAD-a, Španjolske, Italije, Nizozemske i dr. emitivnih tržišta. U okviru navedene stavke **u 2024. godini realizirani su sljedeći sajamski nastupi;**

#### **SAJAM – zakup štanda HTZ-a**

##### **❖ *Nastup na sajmu FITUR Madrid, 24. – 28.01. 2024. godine u sklopu štanda HTZ-a***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja većeg suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 4.874 eur

**❖ *Nastup na sajmu TRAVEL&ADVENTURE SHOW New York, 28. – 29.01. 2024. godine u sklopu štanda HTZ-a***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta i smještaja te PN direktorice i informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 4.158 eur

**❖ *Nastup na sajmu FESPO Zurich, 1. – 4.02. 2024. godine u sklopu štanda HTZ-a***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja većeg suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN direktorice i informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 5.484 eur

**❖ *Nastup na sajmu FREE Munchen, 14. – 18.02. 2024. godine u sklopu štanda HTZ-a***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja većeg suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN direktorice i informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 4.040 eur

**❖ *Nastup na sajmu ITB Berlin, 5. – 7.03. 2024. godine u sklopu štanda HTZ-a***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja većeg suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN direktorice i informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 9.742 eur

**❖ *Nastup na sajmu BMT Napulj, 14. – 16.03. 2024. godine u sklopu štanda HTZ-a***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta i smještaja informatora na štandu i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 5.265 eur

**❖ *Nastup na sajmu FERIE N MESS E Beč, 14. – 17.03. 2024. godine u sklopu štanda HTZ-a***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja većeg suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta i smještaja informatora na štandu i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 4.000 eur

**❖ *Nastup na sajmu ATM Dubai, 6. – 9.05. 2024. godine u sklopu štanda HTZ-a***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja većeg suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN direktorice i informatora na štandu i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 16.590 eur

**❖ *Nastup na sajmu WTM London, 5. – 7.11. 2024. godine u sklopu štanda HTZ-a***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja većeg suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN direktorice i informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 11.932 eur

**SAJAM – samostalni nastupi više županijskih TZ u inozemstvu**

**❖ *Nastup na sajmu MATKA Helsinki, 19. – 21.01. 2024. godine, nositelj TZ Splitsko - dalmatinske županije***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 16.045 eur

**❖ *Nastup na sajmu HOLIDAY WORLD Dublin, 26. – 28.01. 2024. godine, nositelj TZ Dubrovačko - neretvanske županije***

Troškovi nastupa uključivali su 1/2 troška zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 6.324 eur

**❖ *Nastup na sajmu DESTINATIONS London, 1. – 4.02. 2024. godine, nositelj TZ Dubrovačko – neretvanske županije***

Troškovi nastupa uključivali su refundaciju 1/5 troškova zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, smještaja i PN informatora na štandu i troškove prijevoza promo materijala.

Trošak aktivnosti: 8.602 eur

**❖ *Nastup na sajmu SALON DES VACANCES Brussels, 1. – 4.02. 2024, nositelj TZ Zadarske županije***

Troškovi nastupa uključivali su refundaciju 1/7 troškova zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu te troškove prijevoza promo materijala.

Trošak aktivnosti: 7.100 eur

**❖ *Nastup na sajmu BIT Milano, 4. – 6.02. 2024. godine, nositelj TZ Zadarske županije***

Troškovi nastupa uključivali su refundaciju 1/4 troškova otpreme materijala, trošak suizlaganja na sajmu, troškove puta, smještaja i PN informatora te ostale troškove.

Trošak aktivnosti: 5.711 eur

**❖ *Nastup na sajmu FIETS EN WANDELBEURS Utrecht, 23. – 25.02. 2024. godine, nositelj TZ Zadarske županije***

Troškovi nastupa uključivali su refundaciju 1/6 troškova zakupa i uređenja štanda, trošak otpreme materijala, troškove puta, smještaja i PN informatora te ostale troškove.

Trošak aktivnosti: 2.239 eur

**❖ *Nastup na sajmu BTRAVEL Barcelona, 15. – 17.03. 2024. godine, nositelj TZ Splitsko - dalmatinske županije***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 21.681eur

**❖ *Nastup na sajmu MAP Paris, 14. – 17.03. 2024. godine, nositelj TZ Splitsko - dalmatinske županije***

Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 9.997 eur

**❖ *Nastup na sajmu HOLIDAY WORLD Prag, 15. – 17.03. 2024. godine, nositelj TZ Zadarske županije***

Troškovi nastupa uključivali su 1/5 troška zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 5.364 eur

**❖ *Nastup na sajmu FIERA DEL CICLOTURISMO Bologna, 5. – 7.04. 2024, nositelj TZ Šibensko - kninske županije***

Troškovi nastupa uključivali su refundaciju 1/5 troška uređenja i zakupa štanda, otpreme i prijevoza promo materijala, te puta, smještaja i PN informatora na štandu.

Trošak aktivnosti: 4.817 eur

**❖ *Nastup na sajmu CARAVAN SALON Dusseldorf , 30.08. – 8.09. 2024, nositelj TZ Zadarske županije***

Troškovi nastupa uključivali su refundaciju 1/5 troškova zakupa i uređenja štanda, trošak otpreme materijala, grafička priprema i izrada vizuala, troškove puta, smještaja i PN informatora te dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 4.600 eur

**❖ *Nastup na sajmu IL SALONE DEL CAMPER Parma, 14. – 22.09. 2024., nositelj Top Camping/TZ Zadarske županije***

Troškovi nastupa uključivali su refundaciju 1/4 troška uređenja i zakupa štanda, otpreme i prijevoza promo materijala te trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu.

Trošak aktivnosti: 3.832 eur

## **SAJAM – ostalo**

**❖ *Nastup na sajmu MSG Mostar, 16. – 20.04. 2024.***

U organizaciji Mostarskog sajma Mostar, u Mostaru je od 16. do 20. travnja 2024. godine, održan 25. Međunarodni sajam gospodarstva, Mostar 2024. godine. Zemlja partner sajma bila je Hrvatska a TZ SDŽ također je bila prisutna. Troškovi su uključivali trošak otpreme promotivnih materijala za potrebe štanda i trošak smještaja informatora.

Trošak aktivnosti: 952 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

HTZ, TZ Splitsko – dalmatinska, TZŽ Dalmacije i razni partneri

**Realizacija:**

**163.551,08 eur**



### 3.5.2. Organizacija i sudjelovanje na prezentacijama i radionicama

#### Opis i cilj aktivnosti:

Aktivnosti prezentacija organiziraju se na domaćem i stranim tržištima s ciljem informiranja o destinaciji i proizvodima te novostima u turističkoj ponudi. Glavni učinci organizacije i održavanja prezentacija su povećanje razine znanja o Srednjoj Dalmaciji kao destinaciji, stvaranje pozitivnog stava javnosti o destinaciji i bolja upoznatost ključnih emitivnih tržišta sa regijom kao turističkom destinacijom. U 2024. godini održane su brojne prezentacije na inozemnim i domaćem tržištu, na kojima se inozemnim partnerima, agentima, medijima i široj populaciji planirala približiti turistička ponuda kroz predstavljanje posebnih oblika turizma. Cilj održavanja prezentacija je širenje mreže poslovnih partnera te informiranje široke publike o općoj ili specijaliziranoj ponudi srednjedalmatinskog turizma. Cilj prezentacija je predstaviti turistički potencijal regije te konkretne turističke proizvode koji se nude turistima. Troškovi prezentacija su temeljem izmjena i dopuna programa planirani u iznosu od 200.000 eura te je u konačnici za organizaciju prezentacija utrošeno sredstava u iznosu od 216.792 eura, što je za 8% više u usporedbi s izmjenama plana.

#### U okviru navedene stavke realizirane su sljedeće aktivnosti;

❖ **Prezentacija i predstavljanje SDŽ kroz projekt „Dalmatinske marende“ u suradnji sa touroperatorom I.D. Riva Tours, ESSEN 24. – 26.01. 2024. godine**



TZ Splitsko – dalmatinske županije održala je na tržištu Njemačke u gradu Essenu, prezentaciju Srednje Dalmacije uz prateću enogastro ponudu te promociju projekta „Dalmatinska marenda“. Prezentacija je organizirana u suradnji s njemačkim touroperatorom ID Riva Tours i medijskom grupom Funke Media.

Trošak organizacije posjeta: 23.910 eur

❖ **Prezentacija „Dalmatinske marende (cooking show) SDŽ“ u sklopu sajma FESPO, Zurich 30.01. – 5.02. 2024. godine – predstavljanje gastronomske ponude Splitsko – dalmatinske županije u sklopu nacionalne prezentacije HTZ-a na sajmu Fespo u Zurichu gdje je Hrvatska bila zemlja domaćin**



Hrvatska je od 1. – 4. veljače 2024. godine bila zemlja partner na sajmu FESPO u Zürichu, glavnom turističkom sajmu u Švicarskoj i jednom od najvažnijih turističkih sajmova u Europi. To je prvi put da je Hrvatska bila zemlja partner na FESPO-u nakon 2015. godine, čime je na odličan način predstavljena turistička, kulturna i gastronomska ponuda Republike Hrvatske te unaprijeđena prisutnost Hrvatske na konkurentnom švicarskom tržištu. Status zemlje partnera je omogućio da hrvatske regije, destinacije, ali i turistički proizvodi imaju posebnu promotivnu vidljivost u odnosu na ostale zemlje koje su se predstavile na FESPO-u s obzirom da je on okupio više od 500 izlagača sa svih kontinenata. Osim turističkog dijela, hrvatskoj promociji na FESPO-u je pridonio i bogat kulturni program koji je prvog dana, bio u znaku Grada Sinja i Cetinske krajine. Naime, otvaranje FESPO-a su svojim nastupom popratili Sinjski alkari, članovi Gradske glazbe Sinj, Sinjske mažoretkinje i članovi HKDU Peruča, koji su tako zajednički predstavili nematerijalnu kulturnu baštinu na popisu UNESCO-a. Što se tiče gastronomije, posebno se isticao nastup TZ Splitsko-dalmatinske županije, koja je predstavila projekt Dalmatinske marende kao autentičan i tradicionalni dalmatinski obrok, koji je posjetiteljima približio tradiciju te bogatstvo mirisa i okusa dalmatinske regije.

Trošak organizacije prezentacije: 28.082 eur

**❖ *Prezentacija Srednje Dalmacije na večeri Münchner Merkur Media Grupe u organizaciji I.D. Riva Tours, MUNCHEN 14. veljače 2024.***



U Münchenu je 14.2.2024. godine održana Hrvatska večer u prostorijama Münchner Merkur Media Grupe u organizaciji I.D. Riva Tours i suradnji TZ Splitsko – dalmatinske županije, TZ grada Trogira, TZ grada Makarske i TZ općin Bol s ciljem promocije turističke ponude Srednje Dalmacije. Tom prigodom su turističke zajednice imale priliku predstaviti svoje posebnosti za više od 300 čitatelja, gostiju i predstavnika medija u sjedištu Merkur Media Grupe, jedne od najpoznatijih njemačkih medijskih kuća. Münchner Merkur Media Group ima kroz svoje tiskano izdanje dnevnih novina više od 900 tisuća čitatelja na području Bavarske i Njemačke dnevno te više od 10 milijuna online čitatelja dnevno. Večer i prezentacije su svojim prisustvom uveličali redom ministrica turizma Republike Hrvatske Nikolina Brnjac, generalni konzul RH u Münchenu Vladimir Duvnjak, voditeljica ispostave Hrvatske turističke zajednice u Münchenu Nera Miličić, direktorica Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije Ivana Vladović, zamjenik gradonačelnika Grada Trogira Viktor Novak, direktor Turističke zajednice Grada Trogira Marin Piveta, direktor TZ Bol i suradnici, gradonačelnik Makarske Zoran Paunović sa suradnicima, predstavnici Munchner Merkur Media Group, brojni drugi gosti i predstavnici ministarstva turizma te medija iz RH i Njemačke uz domaćine iz I.D. Riva Tours GmbH. Rezime prezentacijske večeri u Münchenu bio je popraćen kroz medijske objave Merkur Media Grupe na području Bavarske u narednim tjednima, a što je dodatno doprinijelo promociji Srednje Dalmacije.

Trošak organizacije prezentacije: 27.610 eur

**❖ Izložba „ISPOD MORA, ISPOD ZEMLJE“- izložba podvodnih fotografija u vojnim tunelima na otoku BIŠEVO povodom obilježavanja 140. obljetnice Modre špilje**



Povodom 140. godišnjice otkrića Modre špilje na Biševu, Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije pridružila se proslavi organizirajući izložbu podvodne fotografije pod nazivom 'Ispod mora, ispod zemlje' u bivšem vojnom tunelu 'Gatula' na Biševu. Izložbu su 20. lipnja 2024. svečano otvorili direktorica TZ Splitsko - dalmatinske Ivana Vladović, župan Splitsko-dalmatinski Blaženko Boban i gradonačelnica Komiže Tonka Ivčević. Izložba prikazuje prizore podmorja Viškog arhipelaga te ostalih dijelova jadranskog akvatorija. Autori fotografija su Dalibor Andres, Danijel Frka, Ivana Grgić, Damir Zurub, Marjan Radović, Srđan Vrančić i Božidar Vukičević koji već godinama vjerno bilježe i dokumentiraju podmorski svijet Jadrana. Riječ je o najboljim podvodnim fotografima čije su fotografije mahom osvajale prva mjesta na svjetskim natjecanjima, a čiji je rad prepoznat brojnim domaćim i međunarodnim nagradama. Ovom izložbom, TZ Splitsko - dalmatinska željela je pokazati kako turizam treba biti nešto što oplemenjuje prirodu, kulturu i nasljeđe, a upravo je umjetnost ta poveznica koji sve to spaja u jednu lijepu priču. Osnovna ideja bila je da se spoji povijesno i kulturno nasljeđe s umjetnošću i da se posjetiteljima pruži dodatan razlog da posjete Biševo. Riječ je o poseban otoku, kojemu treba dodati neki sadržaj koji mu po ljepoti pripada.

Ovoj velikoj i značajnoj obljetnici pridružili su se i profesor emeritus, pjesnik i moreplovac Joško Božanić koji se okupljenima obratio recitacijom na komičkom dijalektu te kurator izložbe i urednik fotografije u Slobodnoj Dalmaciji Matko Biljak kao i brojni drugi uzvanici. Fotografije su u tunelu bile izložene sve do 1. listopada 2024. te je i izložba do tada bila otvorena za sve posjetitelje.

Trošak organizacije prezentacije: 23.123 eur

**❖ Prezentacija turističke ponude Srednje Dalmacije i „Dalmatinske marende” SARAJEVO, 14. – 16.05. 2024. godine**



Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, organizirala je u Sarajevu u Bosni i Hercegovini predstavljanje i prezentaciju svoje turističke ponude s naglaskom na projekt „Dalmatinska marena“, kako bi promovirala lokalne proizvode i tradicionalne recepte, te slavila bogatstvo kulture, baštinu i ljubav prema životu, budući da je Bosna i Hercegovina ključno tržište i partner u turizmu. Projekt "Dalmatinska marena" promovira autentičnu dalmatinsku gastronomiju, predstavljajući tradicionalne obroke specifične za srednju Dalmaciju.

Pokrenut je s ciljem razvoja turističkog proizvoda usmjerenog prema održivom turizmu. Glavna svrha projekta je promocija odredišta kroz karakterističnu dalmatinsku kuhinju, s posebnim naglaskom na koncept "marende". Na posebnom događanju koje se održalo u Sky baru hotela Hills uz direktoricu TZ SDŽ Ivanu Vladović prisustvovala je Matea Dorčić, pročelnica Upravnog odjela za turizam, pomorstvo i promet Splitsko-dalmatinske županije, Ivan Sabolić, ambasador Republike Hrvatske u BiH, Nikica Pažin, ministar savjetnik u uredu HGK pri Veleposlanstvu RH u BiH i predsjednik Hrvatskog poslovnog kluba u BiH te brojni predstavnici turističkog sektora BiH. U sklopu ovog događanja, osim predstavljanja enogastronomске i cjelokupne turističke ponude Splitsko-dalmatinske županije, prisutni su imali priliku uživati u delicijama koje su pripremili i predstavili šefovi kuhinja mediteranskih i europskih regija na čelu s masterchefom Željkom Nevenom Bremecom, kuhar i vlasnik konobe „Basjo“ Ante Bajso, kuhar Tomo Čagalj, slastičar Marin Vučković, a cijeli gastronomski doživljaj su upotpunila sjajna vina vinarije Zlatan otok te nastup Kulturnog-umjetničkog društva Jedinstvo iz Splita. Posebnu atmosferu, osim KUD-a Jedinstvo, upotpunili su Katica Marinović s "pjesmama iz naftalina" i Vinko Didović na klavijaturama, zabavljajući prisutne dalmatinskim pjesmama. Kako bi promocija bila uspješnija za uzvanike, organizatori su priredili nagradnu igru u kojoj su troje sudionika osvojili po dva noćenja za dvije osobe u jednom od hotela na Makarskoj rivijeri, u Podgori, Brelima i Baškoj Vodi. Ovo je događanje, između ostaloga, predstavljalo priliku za daljnje povezivanje turističkih stručnjaka i potencijalnih suradnji s obzirom na značaj Bosne i Hercegovine kao emitivnog tržišta za Splitsko-dalmatinsku županiju, odnosno Hrvatsku te obratno.

Trošak organizacije prezentacije; 27.592 eur

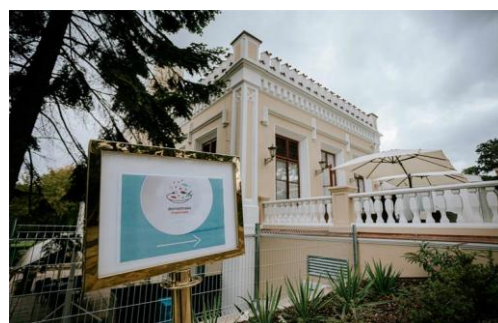
**❖ *Prezentacija hrvatskog turizma povodom održavanja Europskog nogometnog prvenstva u Njemačkoj, NEURUPPIN 14. – 16.06. 2024. godine;***



Povodom Europskog nogometnog prvenstva u Njemačkoj, HTZ je u Neuruppinu, bazi hrvatske nogometne reprezentacije, organizirala dva promotivna događanja kako bi građanima Neuruppina i regije Brandenburg približila Hrvatsku kao kvalitetnu, atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju raznovrsne ponude.

Upravo je boravak Vatrenih u Neuruppinu Hrvatska turistička zajednica prepoznala kao odličnu priliku za dodatnom promocijom zemlje kao kvalitetne i atraktivne turističke destinacije. Cilj je bio svim građanima Neuruppina i potencijalnim gostima Hrvatsku dodatno približiti kroz predstavljanje prirodnih ljepota, raznolikosti eno-gastronomije, ali i isticanjem hrvatskih velikana koji su se svojim djelovanjem vječno zapisali u hrvatsku i svjetsku povijest. S tim ciljevima, organizirana je u Neuruppinu, u gradskoj galeriji izložba fotografija „Doživi Hrvatsku“, u sklopu koje su brojni posjetitelji imali priliku vidjeti fotografije hrvatskih krajolika, turističkih atrakcija i hrvatskih nogometaša. Također, HTZ je na glavnom gradskom trgu, uz sve obalne županije ,među kojima je bila i TZ Splitsko – dalmatinska, organizirao mali hrvatski sajam gdje su svi posjetitelji imali priliku upoznati se s bogatom kulturnom baštinom i raznovrsnom eno-gastronomijom, a pripremljen je i raznolik zabavno glazbeni program uz šibensku klapu Sebenico. Trošak sudjelovanja na prezentaciji: 2.449 eur

**❖ Prezentacija ponude Srednje Dalmacije i “Dalmatinske marende”, PRAG, 1. - 4. listopada 2024. godine**



U predivnom ambijentu dvorca St. Havel u Pragu, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije 4. Rujna 2024. s velikim ponosom predstavila je ponudu Splitsko-dalmatinske županije i Dalmatinsku marendu, jedinstveni projekt koji slavi bogatu dalmatinsku kulinarsku baštinu i eno gastronomiju.

Na ovom su posebnom događaju uz domaćine - direktoricu Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije Ivanu Vladović i direktora predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Češkoj Miodraga Mlačića, brojni predstavnici turističkog sektora u Češkoj imali priliku vidjeti i okusiti brojne ljepote koje Srednja Dalmacija nudi. Događaju je nazočila i veleposlanica RH u Pragu Ljiljana Pancirov sa suradnicom Gordanom Pokupec, Matea Dorčić, pročelnica Upravnog odjela za turizam, pomorstvo i promet Splitsko - dalmatinske županije, direktor Turističke zajednice grada Trogira Marin Piveta, direktorica Turističke zajednice grada Kaštela Nada Maršić, direktor komercijalnih poslova Croatia Airlines Slaven Žabo i direktorica marketinga Croatia Airlines Anamarija Jurinjak.

Događaj je moderirala poznata češka televizijska novinarka i voditeljica Linda Bartošová, koja je uspješno prenijela autentičnu atmosferu Dalmacije, približivši češkoj publici njezine specifične okuse i tradiciju. Posjetiteljima su, između ostalog, predstavljene raznovrsne dalmatinske delicije koje su pripremali vrhunski kuhari iz mediteranskih i europskih regija, predvođeni renomiranim masterchefom Željkom Nevenom Bremecom i proslavljenim češkim chefom Ondřejom Slaninom. Osim gastronomskih užitaka, gosti su imali priliku kušati vina vinarije Zlatan otok, poznate po svojim vrhunskim vinima koja odražavaju karakteristike dalmatinskog okusa te koje u Češkoj distribuira 8Wines. Kulturni program obogatio je nastup Kulturno-umjetničkog društva „Jedinstvo” iz Splita. Njihovi energični plesovi i pjesme pružili su posjetiteljima uvid u bogatu kulturnu baštinu Srednje Dalmacije. Hrvatski avio prijevoznik Croatia Airlines, koji je ujedno i partner ovoga projekta uz Turističku zajednicu gradova Trogira i Kaštela, na događanju je predstavio svoje usluge i mogućnosti za putovanja između Hrvatske i Češke. Gastronomija je kao turistički proizvod izvrstan kanal za promociju te postaje sve veći motiv dolaska u destinaciju. Gosti iz Češke jedni su od najvjernijih gostiju, stoga je ovaj događaj imao poseban značaj za uspostavljanje čvrstih veza s jednim od ključnih emitivnih tržišta.

Trošak organizacije prezentacije: 56.189 eur

**❖ *Prezentacija SDŽ kroz međunarodnu premijeru digitalne izložbe „ISPOD MORA, ISPOD ZEMLJE“, u sklopu Mediteranskog turističkog foruma, MALTA 26. 11. 2024.***

Izložba 'Ispod mora, ispod zemlje' svečano je otvorena na Malti, u Portomasu (St. Julian's), u sklopu prestižnog Mediteranskog turističkog foruma (MTF 2024) dana 26. studenoga 2024. godine. Mediteranski turistički forum, ujedno i njegovo 9. izdanje, održavao se od 25. do 27. studenoga 2024..





Tema foruma, **MEDITERRANEAN A.R.T.S. - Amidst Rapid Transformational Shifts**, stavila je naglasak na očuvanje jedinstvene mediteranske kulturne baštine i razvoj strategija za održivi rast turizma u budućnosti. Događaj je okupio više od 60 uglednih govornika i 1500 sudionika iz preko 35 zemalja. Forum organizira Mediteranska turistička zaklada (MTF), osnovana 2013. godine, kao neovisna međunarodna organizacija posvećena jačanju suradnje između javnog i privatnog sektora u turizmu, s ciljem promicanja održivosti i prosperiteta u regiji. Svoju međunarodnu premijeru izložba je doživjela u spektakularnom digitalnom formatu, a otvorenje je predvodio ministar za nacionalnu baštinu, umjetnost i lokalnu upravu Malte **Owen Bonnici** uz direktoricu Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije **Ivanu Vladović**. Cilj navedene prezentacije bilo je predstaviti bogatstvo srednjodalmatinskog podmorja pred međunarodnom publikom. Izložba je bila usmjerena pokazati da je Jadransko more više od prirodnog resursa - ono je neprocjenjiv dio identiteta i kulture. Kroz predivne fotografije renomiranih, vrhunskih autora, željelo se širokoj publici približiti ljepota i raznolikost srednjedalmatinskog akvatorija, kao i poruku o odgovornosti prema njegovom očuvanju. Splitsko-dalmatinska županija idealno je odredište za one koji žele iskusiti sinergiju prirodnih ljepota i kulturnog bogatstva Srednje Dalmacije, a ovakve inicijative pomažu dodatno istaknuti njezin globalni potencija. Cijelom događaju poseban je pečat dao i nastup **Zlatana Stipišića Gibonija**, čija je glazba na svečanoj večeri unijela jedinstven duh Dalmacije i oduševila okupljene sudionike foruma. Tom prilikom predsjednica Malte **Myriam Spiteri Debono** uručila mu je nagradu za umjetnički doprinos kulturi Mediterana. Izložba 'Ispod mora, ispod zemlje' predstavlja još jedan korak u uspješnoj međunarodnoj promociji Splitsko-dalmatinske županije kao destinacije koja spaja prirodnu ljepotu, povijest i kulturu, potvrđujući svoj status atraktivnog i autentičnog odredišta.

Trošak organizacije prezentacije: 16.165 eur

❖ **Prezentacije TZ SDŽ u suradnji s nacionalnim prijevoznikom Croatia Airlines;**

- ✓ **ISTANBUL, Turska dana 15.05. 2024. godine** povodom nove linije Istanbul - Split
- ✓ **PARIZ, Francuska dana 13.11. 2024. godine** povodom nove avio linije Pariz – Split



Croatia Airlines, Hrvatska turistička zajednica, TZ Splita i TZ Splitsko-dalmatinske županije u Istanbulu su 15. svibnja 2024. godine održali zajedničko predstavljanje turskim poslovnim (B2B) novinarima i turističkim agentima. Na prezentaciji u Istanbulu predstavljena je nova sezonska linija Croatia Airlinesa iz Splita u Istanbul, kojom će hrvatski

nacionalni avio prijevoznik izravno povezivati najveće turističko središte Dalmacije i turski glavni grad.



Croatia Airlines i različiti dionici hrvatskog turističkog sektora kontinuirano održavaju zajedničke prezentacije zračnih linija i turističke ponude pojedinih hrvatskih regija na glavnim emitivnim tržištima. Croatia Airlines, Hrvatska turistička zajednica, TZ

grada Zagreba i TZ Splitsko-dalmatinske županije održali su 13. studenoga u Parizu zajedničko predstavljanje francuskim poslovnim (B2B) novinarima i turističkim agentima.

Trošak aktivnosti: 1.584 eur

Prezentacije – razno + krivo knjiženi trošak prezentacije na tržištu SAD-a koje će biti realizirane u 2025. godini i što je trebalo ići na rashode budućeg razdoblja.

Trošak: 10.087 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

**Realizacija:**

**216.791,74 eur**

### 3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
3.	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	55.000	57.000	56.350

#### Opis i cilj aktivnosti:

TZ Splitsko – dalmatinske županije je u suradnji s uredom Hrvatske turističke zajednice, s predstavništvima HTZ-a i lokalnim sustavom turističkih zajednica nastavila i u 2024. godini s organizacijom studijskih putovanja inozemnih agenata i organizatora putovanja u svrhu predstavljanja destinacije, njezine ponude i proizvoda te povezivanja turističke ponude i potražnje kako bi se povećao interes za destinacijom i općenito Hrvatskom. Sredstva za stavku SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA planirana su u iznosu od 55.000 eura, a realizacija u konačnici iznosi 56.350 eura, a što je za 1% manje u odnosu na sredstva planirana izmjenama i dopunama programa. Edukacijska putovanja organizatora putovanja organiziraju se u suradnji sa stranim turoperatorom i njihovim domaćim partnerom ili turističkom zajednicom županije. Predstavništva HTZ-a imaju aktivnu ulogu i služe kao posrednik i savjetnik kod organizacije studijskih putovanja djelatnika putničkih agencija i posrednika u prodaji putovanja. Operativni cilj putovanja je informirati o hrvatskim turističkim proizvodima i motivirati da se proda što više paket aranžmana za Hrvatsku. Ciljne skupine su turooperatori, putničke agencije, agencije specijalizirane za proizvode od posebnog interesa, udruženja i itd., a usmjereni na razne sektore turističkih proizvoda. Troškovi organizacije uključuju usluge vodiča, troškove smještaja, ugostiteljske usluge, troškove prijevoza i dr. troškove.

#### *Analitički prikaz dolazaka predstavnika organizatora putovanja u 2024. godini*

ZEMLJE dolaska	BROJ agenata	MJESEC dolaska	Vrsta ORGANIZATORA/DESTINACIJE posjeta
USA	1 agent 2 agenta	travanj travanj	Andrea White - Split, otoci Winnie Mou, Correy Hope Kustin - Split, otoci
NJEMAČKA	24 agenata	lipanj	ADAC grupa (voditelji i agenti) - Split, Brač, Makarska, Trogir
POLJSKA	180 agenata	travanj	PLL LOT- predstavnici uprave, agenti i novinari (Split, Trogir)
NIZOZEMSKA	4 agenta	rujan	Agenti Travel Club - Split, Hvar

**Slika: Doček predstavnika delegacije poljskog nacionalnog avioprijevoznika LOT u Zračnoj luci Sv. Jeronim povodom promocije leta na relaciji Varšava - Split**



Predstavnici Hrvatske turističke zajednice, TZ Splitsko-dalmatinske županije, Grada Trogira i TZ grada Trogira dočekali su 19. travnja 2024. vodeće predstavnike poljskog nacionalnog avioprijevoznika LOT, poljske turooperatore, agente, predstavnike institucije Poljske zračne luke, turističke novinare i travel blogere, odnosno 180 predstavnika poljske turističke branše koji su u Hrvatsku stigli u sklopu promocije leta na relaciji Varšava – Split, a cilj je bilo i dodatno približavanje i promocija turističke ponude Splitsko-dalmatinske županije. Poljaci iznimno cijene hrvatsku ponudu, ali i kulturološku bliskost te kompatibilnost mentaliteta, dok pozitivnim trendovima značajno doprinosi i sve bolja prometna dostupnost hrvatskih destinacija, što zbog ulaska u Schengen, što zbog sve bolje zrakoplovne povezanosti. Tu se posebno ističe LOT, poljska nacionalna aviokompanija i hrvatski strateški partner koji kontinuirano radi na jačanju mreže letova prema hrvatskim zračnim lukama. Tom prigodom je za predstavnike poljske turističke branše, s kojim a je u pratnji bila i direktorica Predstavništva HTZ-a u Poljskoj, pripremljen i posebni program boravka na području Splitsko-dalmatinske županije 19. i 20. travnja, a u čijoj su pripremi sudjelovale i TZ gradova Split i Trogir.

Kako bi zadržala poziciju Hrvatske i Srednje Dalmacije kao jedne od omiljenih destinacija Nijemaca, Hrvatska turistička zajednica je u suradnji s TZ Splitsko – dalmatinske organizirala studijsko putovanje 25 njemačkih agenata iz 18 regionalnih klubova ADAC-a kojima je predstavljena turistička ponuda Srednje Dalmacije s naglaskom na grad Split, otok Brač, Makarsku i Trogir. Fotografija plaže u Brelima krase naslovnice jubilarnog 200. izdanja ADAC Reisemagazina, jednog od najpopularnijih te drugog po redu najprodavanijeg magazina na njemačkom tržištu specijaliziranog za putovanja kojem Nijemci izuzetno vjeruju i koje je često prva adresa za informacije potrebne za planiranje putovanja, što je posebice važno za Hrvatsku kao jednu od omiljenih auto destinacija njemačkih turista.

Hrvatska je predstavljena na čak 52 stranice magazina u sklopu kojih je zemlja istaknuta kao atraktivna cjelogodišnja destinacija. ADAC predstavlja najveći njemački automobilistički klub koji broji više od 21 milijun članova i koji je sastavljen od 18 regionalnih klubova s više od 150 poslovnica koje djeluju i kao turističke agencije.



#### Nositelji aktivnosti i partneri:

HTZ, TZ Splitsko – dalmatinska, lokalne TZ i razni partneri

#### Realizacija:

56.349,75 eur

### 3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
3.	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	250.000	450.000	412.481

#### Opis i cilj aktivnosti:

Kao i svake godine, tako i u 2024. ured TZ Splitsko – dalmatinske pristupio je izradi i KREIRANJU PROMOTIVNIH MATERIJALA za što se planiralo programom rada utrošiti sredstva u visini od 250.000 eura. Kreiranjem adekvatnog promotivnog materijala omogućava se bolje upoznavanje određene regije kao turističke destinacije te se motivara potencijalne turiste na dolazak u destinaciju. Tiskani promotivni materijali predstavljaju imidž svake turističke destinacije, stoga je od važnosti posjedovanje adekvatnog imidža koji reflektira pravo pozicioniranje destinacije sukladno vrijednostima i karakteristikama.

Da bi bili dostupni što širem segmentu potrošača, promotivni tiskani materijali distribuiraju se na domaćem i inozemnim tržištima na individualan zahtjev, putem turističkih agencija, sajmova, direktnim marketingom, putem turističkih ureda u inozemstvu, raznih događanja i prezentacija te drugih događanja. U 2024. godini plan je bio povećati budžet za tiskanje materijala, sukladno novom vizualnom identitetu i samim time promjeni promotivnih materijala, dok se o volumenu tj. količini promo materijala odlučivalo prema stvarnoj potrebi, zahtjevima tržišta i prema stanju materijala na skladištu. U okviru ove aktivnosti realizira se proizvodnja i produkcija multimedijalnih materijala, poslovi pripreme (grafička priprema, prijevodi, ažuriranje...) novih brošura i općenito svih tiskanih materijala. TZ Splitsko – dalmatinske županije osigurava i pravovremenu nabavu adekvatnih suvenira i poklona (lavande, majice, kape, značke, poklon kutije, vino i itd.) i ostalih promidžbenih materijala za godišnje potrebe. Pod navedenom stavkom uključeni su i troškovi skladištenja promotivnih materijala u distributivnom centru HTZ-a koji je odabran putem javnog natječaja. Odabrani distributivni centar promotivne materijale skladišti i distribuira u pravilu na turističke sajmove, prezentacije i predstavništva Hrvatske turističke zajednice. Izmjenama i dopunama programa rada troškovi predmetne stavke procijenjeni su na iznos od 450.000 eura, a konačna realizacija iznosi 412.481 eura. **U 2024. godini realizirane su sljedeće aktivnosti pripreme i tiska promotivnih materijala u izdanju TZ SDŽ:**

<b>Vrsta PROMO materijala/aktivnosti</b>	<b>Iznos troška</b>
<b>LETAK o sigurnosti MUP</b> , suradnja s PU SDŽ, 82 000 kom - usluga tiskanja letka na 11 jezičnih mutacijaa	2.050 eur
<b>Image brošura SREDNJA DALMACIJA</b> , 24 000 kom - izrada koncepta za brošuru (tekst + multimedija) - usluga tiskanja brošure – 6 jezičnih verzija (engleski, talijanski, francuski, njemački, nizozemski, španjolski)	26.085 eur
<b>TURISTIČKA KARTA</b> Srednja Dalmacija/Hrvatska, 10000 kom - usluga izrade i tiskanja kalendara - dizajn i priprema za tisak nove naslovnice - trošak AH/preoblikovanje i preslagivanje karte+autorska prava	3.225 eur
<b>Brošura NAUTIČKI VODIČ Srednja Dalmacija</b> - dizajn, prijelom i priprema za tisak brošure	1.600 eur
<b>Karta 3D Srednja Dalmacija NAUTIKA</b> - marine, 25 kom, plaže 25 kom - web 3D prikaz 10 kategorija, 317 točaka/lokacija	12.500 eur

<b>Brošura CAMPING</b> Srednja Dalmacija, 2000 kom - tisak brošure/njemački jezik	2.125 eur
<b>Brošura TURISTIČKI VODIČ Srednja Dalmacija</b> - ideja i izrada turističkog vodiča za TZSDŽ - dizajn i priprema za tisak + dodatne jezične mutacije prijeloma - tisak brošure na talijanskom jeziku, 7000 kom - tisak brošure na njemačkom jeziku, 9500 kom - tisak brošure na španjolskom jeziku, 4000 kom - tisak brošure na engleskom jeziku, 11000 kom - tisak brošure na poljskom jeziku, 2000 kom - tisak brošure na češkom jeziku, 2000 kom - tisak brošure na francuskom jeziku, 3000 - tisak brošure na hrvatskom jeziku, 1500 - usluge prijevoda tekstova, lekture i provjere kvalitete	72.019 eur
<b>Karta RONJENJE</b> i karta <b>PUSTOLOVNI TURIZAM</b> - tisak karte u engleskoj i njemačkoj verziji	1.250 eur
<b>SPLITSKA RIVIJERA cikloturizam</b> – sufinanciranja - karte cestovne i family&trekking staze, 17600 kom - MTB karta, 21200 kom - priprema sadržaja i grafičko oblikovanje brošure Splitske rivijere (njemački i talijanski jezik) - tisak brošure BIKE Splitska rivijera, 3000 kom - tisak brošure BIKE Splitska rivijera eng, 20000 kom - tisak brošure BIKE Splitska rivijera tal, 8500 kom - tisak brošure BIKE Splitska rivijera hr, 9000 kom - tisak brošure BIKE Splitska rivijera njem, 13450 kom	98.887 eur
NOVI promotivni <b>VIDEO film SREDNJA DALMACIJA</b> - prilagodba promotivnog filma Central Dalmatia – naracija i tekstovi na njemačkom jeziku	1.000 eur
Promotivna <b>VREĆICA Srednja Dalmacija</b> s tiskom, 1100 kom - usluga izrade i tiskanja vrećica	2.669 eur
<b>LUXURY Srednja Dalmacija</b> , promotivni video - organizacija snimanja i angažmana suradnika u produkciji - usluge prijevoza, ugostiteljske usluge, hotelske usluge - razrada, plan snimanja, obilazak lokacija i snimanje - usluge angažmana glumaca u video - postprodukcija, scenska tehnika, rasvjeta, dron, montaža... - scenarij, organizacija, osiguranje i transport na snimanju - video montaža i kolorkorekcija inserata za društvene mreže - usluge producenta i redatelja, pisanje tekstova i dr.	149.303 eur

<b>LAVANDA vrećice</b> s logom, 5000 kom	3.763 eur
<b>KALENDAR trodjelni</b> s dotiskom, 200 kom	475 eur
<b>USB memorija kartica</b> Srednja Dalmacija, 1500 kom	3.225 eur
<b>SUVENIRI/PROMOTIVNI POKLONI;</b>	18.317 eur
- paket DALMATINSKA MARENDA:	
shopper vrećica „Dalmatinska marena“, 225 kom	
kuhinjska krpa „Dalmatinska marena“, 225 kom	
daska sa aplikacijom logom Dalmatinska marena, 225 kom	
- rafijoli, 560 kom	
- oznaka za prtljagu SD + uzica, 1000 kom	
- balzam za usne gloss SD, 1000 kom	
- kemijska olovka, 2000 kom	
- ostalo (vodiči, monografije, knjige, razglednice i dr.)....	3.394 eur
- uredski materijal (omotnice, vizit karte,memorandumi	2.272 eur
Držanje i skladištenje promo materijala – skladište u najmu HTZ-a	8.322 eur

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

#### **Realizacija:**

**412.480,49 eur**

### **3.8. INTERNETSKE STRANICE**

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
<b>3.8.</b>	<b>Internetske stranice</b>	<b>30.000</b>	<b>25.000</b>	<b>44.148</b>

#### **Opis i cilj aktivnosti:**

Kako bi se učinkovito odgovorilo izazovima globalne konkurencije na turističkom tržištu, važno je biti u tijeku s najnovijim tehnološkim trendovima na području interneta te imati sva potrebna znanja. Upravo s tim ciljem ured TZ Splitsko – dalmatinske županije koncem 2023. godine pustio je u primjenu potpuno nove web stranice na kojoj su radili eminentni stručnjaci, a koja bi trebala postati središnje mjesto za doživljaj destinacije posjetiteljima diljem svijeta. Novi web portal odiše jednostavnošću, minimalizmom, kreativnim i zanimljivim sadržajem, ali i vrhunskom multimedijom te kao takav je nesumnjivo jedan od najmodernijih u ovom dijelu Europe.



Sadržaji stranice dostupni su na pet svjetskih jezika, što je bio jedan od prioriteta aktivnosti u 2024. godini. Unapređenje web stranica uključuje dogradnju koja se tiče identiteta i povjerenja, unapređenje sadržaja (glavni izbornici i podizbornici), unapređenje dizajna (ambijentalne fotografije, ciljni segmenti), unapređenje navigacije te povećanje interaktivnosti. TZ Splitsko – dalmatinska uključena je i u projekt izrade novog turističkog informacijskog portala [croatia.hr](http://croatia.hr) koji će objedinjavati stranice cjelokupnog sustava turističkih zajednica. Za potrebe održavanja i nadogradnje novih web stranica utrošeno je na koncu obračunskog razdoblja ukupno 44.148 eura, a što je za 77% više u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna programa. Web stranice sustava turističkih zajednica središnja su mjesta komunikacije s potencijalnim posjetiteljima te u njihovom osuvremenjivanju treba posebno voditi računa. Samim time nova web stranica puno je naprednija i vizualno atraktivnija, a sukladno odabranoj strategiji brendiranja destinacije komunikacijski i informacijski strukturirana na drugačiji način.

U sklopu ove stavke održavaju/koriste se i: usluge najma web poslužitelja na kojem su smještene službene stranice, redovno održavanje i nadogradnja programskog koda, licencije/dozvole te ostale opće i nužne usluge potrebne za održavanje i upravljanje stranicama. Modernizacija informacijskog sustava na regionalnoj razini bitan je element marketinške politike s ciljem kvalitetnog pozicioniranja regije.

#### **U okviru navedene stavke u 2024. realizirane su sljedeće aktivnosti;**

##### **❖ Stranica [www.dalmatia.hr](http://www.dalmatia.hr);**

- *usluge održavanja internet stranica i web aplikacija*
- *troškovi zakupa domene, najma servera i dr.*
- *usluga vođenja bloga i objava na Google Newsu za razdoblje siječanj - prosinac 2024. god.*
- *servis vijesti najaktivnijih TZ – prijenos podataka sa weba na platformu [visitlocalcroatia](http://visitlocalcroatia)*
- *dodatni programerski i dizajnerski radovi na web stranici*
- *unapređenje web stranice; dizajn i development bloga i zimskih događanja, održavanje i analitika*
- *tehnička SEO analiza web stranice/podešavanje, mjerenje Google alati*
- *troškovi prijevoda, lekture tekstova i provjere kvalitete u razne jezične verzije za potrebe nove web stranice*
- *godišnji smještaj 3D karte na serveru*
- *pretraga i obrada fotografija za potrebe izrade nove web stranice*

- *IT usluga – podrška oko web rješenja dalmatia.hr temeljem ugovora i mjesečne naknade*
- *računalne usluge – domene, licence, podešavanja na web serveru*

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, Profico i dr. razni partneri

#### **Realizacija:**

**44.148,38 eur**

### **3.9. UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA**

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
<b>3.9.</b>	<b>Kreiranje i upravljanje bazama podataka</b>	<b>25.000</b>	<b>15.000</b>	<b>14.716</b>

#### **Opis i cilj aktivnosti:**

Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka uključuje uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji, otkup fotografija i ostalih potrebnih podataka te pripremu i slanje podataka o turističkoj ponudi na području regije u HTZ. TZ Splitsko – dalmatinska treba posjedovati banku fotografija koja uključuje najbolje fotografije regije, a koje će prenositi jasnu komunikacijsku poruku i apelirati na emocije, doživljaje i iskustva. Obzirom na oformljenu bazu multimedijalnih sadržaja koja služi za potrebe ureda TZ Splitsko - dalmatinske, ali i ustupanja materijala trećim stranama u svrhu promocije, plan je da baze podataka tj. fotografije kontinuirano nadograđuju u smislu nabave novih, i to za konkretne promotivne svrhe. Iako se tijekom godina fundus banke proširio i obogatio novim fotografijama i to za potrebe oglasa za tisak, brošura i ostalih tiskovina, internet oglašavanja i drugih aktivnosti, još uvijek nedostaje novih, kvalitetnih fotografija u visokoj rezoluciji, posebice za potrebe izrade novih web stranica, zbog čega se većina planiranih sredstava namjeravala utrošiti upravo na nabavku novih kvalitetnih fotografija. Iznos stavke KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA izmjenama i dopunama programa malo je smanjen u odnosu na prvobitno planirana sredstva, a u konačnici rashodi predmetne stavke iznose 14.716 eura, što je sukladno rebalansiranim sredstvima.

U okviru navedene stavke realizirane su sljedeće aktivnosti;

- ❖ **FOTOGRAFIJE iz Cropix produkcije turističkog sadržaja za potrebe TZ SDŽ, 2000 fotografija + 200 videa + jednokratno korištenje do 100 fotografija**

Trošak aktivnosti: 4.500 eur

- ❖ **Izrada fotografija za bazu podataka sportskog turizma/ fotografiranja, montaže i obrade fotografija – sport na ulicama grada)**

Trošak aktivnosti: 1.400 eur

- ❖ **Priprema, pretraga i obrada fotografija sa Shutterstocka za potrebe ureda TZ SDŽ i bazu fotografija - 350 fotografija**

Trošak aktivnosti: 5.231eur

- ❖ **Izrada digitalnog sadržaja za potrebe TZ SDŽ (fotografije Splita)**

Trošak aktivnosti: 600 eur

- ❖ **Izlazak na teren/slikavanje i snimanje 1 dan**

Trošak aktivnosti: 301 eur

- ❖ **Fotografske usluge snimanja Salone**

Trošak aktivnosti: 980 eur

- ❖ **Fotografiranje i tiskanje fotografija (400 kom) za potrebu izrade monografije “Riva kao centar svita – turisti u SDŽ”**

Trošak aktivnosti: 1.704 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, Cropix, Shutterstock i dr.

**Realizacija:**

**14.716,34 eur**

### 3.10. TURISTIČKO – INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
3.	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>			
3.10.	Turističko – informativne aktivnosti	400.000	40.000	38.800

### **Opis i cilj aktivnosti:**

TURISTIČKO – INFORMATIVNE AKTIVNOSTI uključuju sufinanciranje rada turističko – informativnih punktova u kojima se svim zainteresiranim turistima i posjetiteljima pružaju sve potrebne informacije o krajnjim odredištima njihova putovanja, kao i sufinanciranje projekata obilježavanja turističke i smeđe signalizacije lokalnom ustroju turističkih zajednica, ustanovama i jedinicama lokalne samouprave na području Županije. Upravo kod ove stavke došlo je do najvećeg odstupanja u planiranim rashodima i onima koji su na koncu utrošeni. Naime planom je bilo predviđeno utrošiti čak 400.000 eura, ali u konačnici realizacija iznosi 38.000 eura, što je za 3% manje u odnosu na izmjene i dopune programa. Naime, određeni broj planiranih projekata i aktivnosti nije se uspio realizirati. U planu je bilo pokrenuti rad info punktova na dodatnim lokacijama, s ciljem da u 2024. jedan od punktova bude u Luci Split, ali se projekt zbog neriješenih građevinskih i imovinskih razloga prebacije za realizaciju u idućim godinama. Također, u planu za 2024. godinu bilo je i postavljanje digitalnih info tabli na strateškim lokacijama na području Županije, ali zbog pronalaženja adekvatnih lokacija te dovršetka procesa izbora novoga vizualnog identiteta, projekt se nije uspio realizirati.

Već kontinuirano se tijekom turističke sezone organizira na ključnim lokalitetima postavljanje i rad turističko informativnih punktova u kojima se svim zainteresiranim turistima i posjetiteljima pružaju sve potrebne informacije o krajnjim odredištima njihova putovanja. Intenzitet rada info - punktova prilagođen je stvarnim potrebama turista i djeluje u razdoblju predsezone, glavnog dijela sezone i postsezone. U suradnji TZ Splitsko-dalmatinske županije, Zračne luke Split, Grada Kaštela, Turističke zajednice Kaštela i drugih lokalnih turističkih zajednica, sufinancira se rad posebnog turističko- informativnog punkta u Zračnoj luci Split, koji djeluje od 2015. godine.

Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske županije nastavila je i sa projektom sufinanciranja lokalnom ustroju turističkih zajednica, projekte obilježavanja značajnih i vrijednih kulturno-povijesnih i arheoloških lokaliteta na svome području – smeđa signalizacija.

### **U okviru navedene stavke u 2024. realizirane su sljedeće aktivnosti;**

#### **Vrsta aktivnosti**

#### **INFO punktevi**

#### ***TIC – Welcome desk Zračna luka Split***

- sufinanciranje rada info punkta za sezonu 2024. godine

Trošak aktivnosti: 10.000 eur

---

## **INFO table**

***TZ grada SUPETRA – sufinanciranje projekta postavljanja novih ploča na tematskoj stazi „Maslinovi puti“, s ciljem promocije kulturnog turizma***

- 5 samostojećih ploča dimenzija 80x40 cm
- lasersko graviranje drvenih putokaza
- redesign tabli Maslinovi puti, 5 komada
- putokazne table 30x80 cm i 60x100 cm, 13 kom

**Trošak aktivnosti: 2.800 eur**

***TZ grada SINJA – sufinanciranje projekta postavljanja i reparacije postojeće smeđe turističke signalizacije na području grada Sinja, s ciljem bolje i kvalitetnije informiranosti turista i poboljšanja ukupne turističke ponude***

- tabla dobrodošlice dimenzije 300x220 cm, 1 kom
- urbana info tabla dimenzije 70x105 cm, 2 kom
- naljepnica „Gospa Sinjska“ dimenzije 100x125 cm, 1 kom
- putokaz staze Gospe Sinjske 60x30 cm, 1 kom
- tabla Gospa Sinjska dimenzija 145x145 cm, 4 kom
- stupovi za montažu 2 table Gospa Sinjska, 8 kom

**Trošak aktivnosti: 8.500 eur**

***TZ općine ŠOLTA – sufinanciranje projekta postavljanja smeđe signalizacije na otoku Šolti s ciljem unapređenja boravka turista, podizanja kvalitete usluge i poticanja razvoja aktivnog turizma - označavanje pješačkih staza po Šolti;***

- obavijesne ploče 60x40 i 90x60 cm, 4 kom
- info table za pješačke staze (Grohote, Maslinica, Donje Selo, Gornje selo)

**Trošak aktivnosti: 6.000 eur**

***TZ općine MILNA – sufinanciranje projekta obnove turističke infrastrukture i signalizacije na ključnim lokacijama u općini s ciljem unapređenja kvalitete boravka turista i očuvanja kulturne baštine;***

- velika tabla dobrodošlice (Milna, Bobovišća, Bobovišća na moru, Ložišća), 4 kom
- zamjenska smeđa signalizacija, stupovi i info ploče, 12 kom
- izrada i tisak info tabli, 3 kom

**Trošak aktivnosti: 6.000 eur**

***TZ grada STAROGA GRADA – sufinanciranje smeđe signalizacije na području Staroga Grada – oznake ulica i spomenici kulture***

- zidna tabla s tri ploče, 5 kom
- samostojeća tabla s pet ploča i dva stupa 100x100 dužine 250 cm, 3 kom

**Trošak aktivnosti: 2.500 eur**

---

**TZ grada SOLINA – sufinanciranje projekta smeđe signalizacije** s ciljem unapređenja boravka turista na području grada Solina;

- informativna tabla Episkopalni centar, dim 180x120 cm, 1 kom

- svjetleća LED reklamna kutija TZ Solin, dim 249x79 cm

- svjetleća LED reklamna kutija TZ Solin, dim 100x79 cm

**Trošak aktivnosti: 3.000 eur**

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, Zračna luka Split, lokalne TZ

**Realizacija:**

**38.800,00 eur**

## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Aktivnosti TZ Splitsko – dalmatinske vezane uz područje destinacijskog menadžmenta uključuju daljnji razvoj, održavanje i unapređenja sustava eVisitor od strane HTZ-a, organizaciju i provedbu različitih edukativnih programa, sufinanciranje stručnih skupova i radionica namijenjenih turističkoj struci. Tu su i aktivnosti vezane uz stavku upravljanja kvalitetom u destinacijama koje se provode putem koordinacije s turističkim zajednicama, ali i ciljano, putem nagrađivanja izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija, poticanja uređenja i sigurnosti boravka turista u destinacijama. Aktivnosti cjelokupne stavke planirane su u iznosu od 543.000 eura, izmjenama i dopunama sredstva su smanjena na iznos od 518.500 eura, a u konačnici realizacija iznosi 517.417 eura, što je podjednako izmjenama i dopunama programa. Ujedno, predmetne aktivnosti sudjeluju sa 10% u ukupnoj strukturi realiziranih aktivnosti turističke zajednice u 2024. godini.

### 4.1. TURISTIČKO – INFORMACIJSKI SUSTAVI

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT			
4.1.	Turistički informacijski sustavi	3.000	17.000	16.466

**Opis i cilj aktivnosti:**

Sukladno uputama HTZ-a, TZ Splitsko – dalmatinska sudjeluje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor.

Riječ je o jedinstvenom online informacijskom sustavu koji povezuje sve turističke zajednice u Hrvatskoj i omogućava dnevni uvid u stanje turističkog prometa, ažurnu bazu podataka o smještajnim objektima i pružateljima usluga smještaja, izvještavanje u statističke i marketinške svrhe u realnom vremenu te bolju kontrolu naplate pristojbe, kao i ostalim turističko informacijskim sustavima, kao što je jedinstveni turistički informacijski portal. Programom rada za navedenu stavku planiralo se 3.000 eura, izmjenama i dopunama sredstva su povećana, a u konačnici je utrošeno 16.466 eura. **U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirano je sljedeće;**

- ❖ Ugovor o djelu - ***usluge dodatnog pomoćnog djelatnika zbog prikupljanja podataka vezano za baze podataka Središnjeg turističkog registra, Plan upravljanja destinacijom, kontrola, ubacivanje podataka i teksta na web stranici***

Trošak aktivnosti: 16.466 eur

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska

#### **Realizacija:**

**16.466,29 eur**

## **4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE**

<b>RB</b>	<b>AKTIVNOSTI PO VRSTAMA</b>	<b>Plan 2024</b>	<b>Rebalans 2024</b>	<b>Realizacija 2024</b>
<b>4.</b>	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>			
<b>4.2.</b>	<b>Stručni skupovi i edukacije</b>	<b>70.000</b>	<b>105.000</b>	<b>97.494</b>

#### **Opis i cilj aktivnosti:**

Ured TZ Splitsko – dalmatinske kontinuirano provoditi edukacije na svim razinama – sustav TZ i turistička industrija. Brze i sve intenzivnije promjene u tržišno-poslovnom okruženju, sve veća diversifikacija potražnje i razvoj novih tehnologija, zahtijevaju kontinuirano učenje i stjecanje novih znanja i to kako u sferi operativnog poslovanja, tako osobito u sferi upravljanja razvojnim procesima. Za daljnje jačanje turističkog sektora i povećanje njegove konkurentnosti izuzetno je važna dodatna edukacija i usavršavanje turističkih djelatnika koji trebaju stvoriti još bolje turističke proizvode i nivo turističke usluge za novi kvalitetni iskorak turizma.

Stoga su aktivnosti TZ Splitsko – dalmatinske usmjerene na provedbu edukacijskih programa u suradnji s stručnim predavačima, te su programom rada za predmetnu stavku planirana sredstva u iznosu od 70.000 eura. Međutim, izmjenama i dopunama programa iznos sredstava je povećan na 105.000 eura, a u konačnici trošak predmetne stavke iznosi 105.494 eura. **U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirano je sljedeće;**

## **EDUKACIJE u organizaciji TZSDŽ i partnera**

### **❖ Edukacije za PRIVATNE IZNAJMLJIVAČE**

Održano na području 11 destinacija u razdoblju II – IV 2024.

(Dugopolje, Bol, Sutivan, Jelsa, Stari Grad, Makarska, Baška Voda, Podgora, Trogir, otok Vis, Split)

(organizacija: TZ SDŽ/B. Marković, T. Zović i A. Brničević)

*Program edukacije: teme vezane za uspješno vođenje smještajnog objekta u turističkom sektoru, uključujući brendiranje i tematiziranje smještajnih jedinica, korištenje AI (umjetne inteligencije) u obiteljskom smještaju, poslovne obveze i prava vlasnika obiteljskog smještaja kao i predstavljanje programa „Napredni domaćin“ koji se odnosi na formiranje ekonomske održivosti smještajnih jedinica*

I u 2024. godini nastavljen je ciklus edukacija za privatne iznajmljivače, kojeg organizira već dugi niz godina TZ Splitsko-dalmatinske županije u suradnji s TZ općina i gradova. Cilj je upoznati dionike u privatnom smještaju s pratećim zakonskim odredbama, novostima u turističkom sektoru i usmjeriti ih na konkretne smjernice kojima će poboljšati poslovanje svojih smještajnih objekata. Edukacije su održane na području 11 TZ-a u suradnji s predavačima, Barbarom Marković – predsjednicom HUOS-a, Tomislavom Zovićem – stručnjakom u području digitalnog marketinga i Anom Brničević specijaliziranom za prava i obveze, novosti u poslovanju, izdavanje računa i nove propise. Edukacije su bile besplatne za sve pružatelje usluga u domaćinstvu, a nakon održanih edukacija, polaznici dobivaju tiskani materijal i certifikat kojim se svaki domaćin vrednuje kao „TZ SDŽ NAPREDNI DOMAĆIN“.

Trošak organizacije i provedbe: 17.561 eur



**❖ Edukacijske radionice BRENDIRANJE TURISTIČKIH DESTINACIJA kao cjelogodišnjih ili sezonskih gourmet destinacija, za turističke djelatnike**

Održano na području 9 destinacija u 2024. godini  
(Milna, Omiš, Maslinica (Šolta), Trogir, Bol, Jelsa, Makarska,  
Vrgorac i Sinj – travanj/svibanj, rujan)  
(organizacija: TZ SDŽ/Masterclass d.o.o.)

*Program edukacija: definiranje gourmet destinacije i primjeri već brendiranih destinacija, uloge i način uključivanja lokalnih dionika u gourmet brendiranje destinacije, modaliteti promocija, potencijali uključivanja brendirane gourmet ponude u programe manifestacija, organizacija master classova (prezentacije jela, teoretski uvod...)*

TZ Splitsko – dalmatinska pokrenula je novi projekt u brendiranju Splitsko – dalmatinske županije kao gastronomske destinacije. Nakon projekta “Dalmatinske marende” koji za cilj ima promicanje bogate kulinarske baštine i lokalnog načina života regije, TZ Splitsko – dalmatinske županije pokrenula je i ciklus edukacija "Brendiranje turističkih destinacija kao cjelogodišnjih ili sezonskih gourmet destinacija". Edukacije su se održale u Milni, Omišu, Šolti, Trogiru, Bolu, Jelsi, Makarskoj, Vrgorcu i Sinju. Svi zainteresirani dionici u sustavu turizma te popratnih djelatnosti imali su priliku čuti o gastronomiji, njenom brendiranju te potencijalima gastronomije u svrhu veće prepoznatljivosti destinacija. Pri tome su za sve sudionike edukacije i masterclassa pripremljeni radni materijali, upute i recepture. Edukacije je pripremio tim vrhunskih stručnjaka među kojima su Alma Harašić Bremec (ŠKMER Kuharska Akademija), Željko Neven Bremec (ŠKMER Kuharska Akademija) koji je zadužen za master classove na temu dalmatinske kuhinje te Ivan Cvitanić kao stručnjak za destinacijski menadžment. Format edukacija temelji se na predavanju s think tank radionicom ukupnog trajanja osam školskih sati.

Trošak organizacije i provedbe: 56.527 eur

## Stručni skupovi, konferencije i kongresi - SUFINANCIRANJA

### ❖ **6. Međunarodni KONGRES O RURALNOM TURIZMU**, za privatni i javni sektor

Održano 10. – 13.04. 2024. godine, Le Meridien Lav, Podstrana  
(organizacija: Udruga „Klub članova selo“)



Šesti međunarodni kongres o ruralnom turizmu sa sloganom „Ruralni turizam: održiv, digitalan, uključiv“ održao se od 10. do 13. travnja 2024. u hotelu Le Méridien Lav u Podstrani kraj Splita. Ruralni turizam je značajan čimbenik reaktivacije prirodnih resursa koji pomažu očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu i ekološku proizvodnju poljoprivrednih proizvoda te pomaže ruralnim krajevima ostvariti održivi razvoj. Međunarodni kongres o ruralnom turizmu u 2024. sastojao se od osam tematskih cjelina, a tijekom Kongresa održani su brojni paneli, okrugli stolovi i radionice te posjeti ruralnim dijelovima Splitsko-dalmatinske županije. Direktorica TZ Splitsko – dalmatinske sudjelovala je na panelu pod nazivom „Enogastronomija - prilika za poduzetnike i užitak za turiste“. Kongres je okupio velik broj znanstvenika i stručnjaka iz više europskih zemalja i očekivalo se više od 300 sudionika. Trošak sufinanciranja/oglašavanja: 15.010 eur

### ❖ **Konferencija BEEP UP – 100% iskrena konferencija**, za male i srednje poduzetnike i obrtnike

Održano 21.03. 2024. godine, AC Hotel Split by Marriott, Split  
(organizacija: obrt za promidžbu Komuniki)

*Program konferencije: poduzetničke pogreške i lekcije koje su poduzetnici naučili i primjenili u svom poslovanju na putu do velikog poslovnog uspjeha, a sve s naglaskom na turizam*

Pod geslom „Bez brige – poduzetnički je grijehiti“, dana 21. ožujka 2024. godine u prostorijama novoootvorenog hotela AC hotel Split by Marriott, održana je treća po redu „BEEP UP – 100 % ISKRENA KONFERENCIJA“, ovog puta u voyage izdanju s fokusom na turizam.

Konferencija je okupila male i srednje poduzetnike, obrtnike i sve koji razmišljaju o poduzetništvu, otvoreno se pričalo o greškama na putu ka velikim uspjesima, a velik interes za događanje pokazao je kako Dalmacija diše turizam, ali i kako teži kvalitetnom poduzetništvu i inspirativnim, kreativnim pričama koje pokazuju kako je za pravi uspjeh potrebno puno više od sunca i mora.

Trošak sufinanciranja/oglašavanja: 3.500 eur

❖ **Znanstveni kolokvij „TURIZAM, JAVNO I ZAJEDNIČKO DOBRO: otvorena pitanja korištenja i upravljanja javnim prostorima“,** za razne sudionike

Održano 10.06. 2024. godine, Ekonomski fakultet Split  
(organizacija: HAZU i Ekonomski fakultet Split )

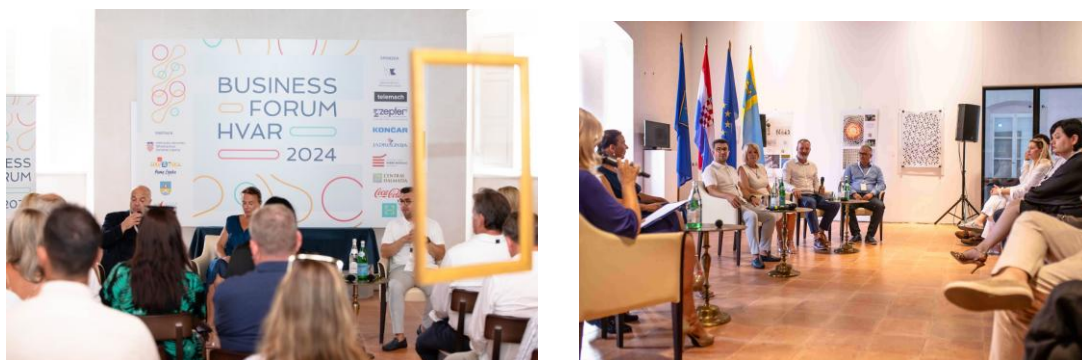
*Teme: Promišljanje međuodnosa turizma i javnih zajedničkih dobara*

Trošak sufinanciranja: 652 eur

❖ **Poslovna konferencija „BUSINESS FORUM Hvar 2024“ posvećena turizmu u Hrvatskoj,** za turistički, javni i privatni sektor

Održano 16.08. 2024. godine,  
(organizacija: grad Hvar/MINT/HTZ )

*Teme panela: Investicije u gospodarstvo kroz ulaganja u turističku infrastrukturu, Transformacija sa svrhom, Sport i vizija*



U gradu Hvaru dana 16. kolovoza 2024. godine održan je prvi Business forum Hvar. Business forum Hvar je bila najveća poslovna konferencija posvećena turizmu i gospodarstvu u Hrvatskoj tijekom ljetne sezone 2024. Održan je uz partnerstvo Ministarstva turizma i sporta, Hrvatske turističke zajednice, grada Hvara te Turističke zajednice grada Hvara i TZ Splitsko – dalmatinske. Tijekom Foruma, održana su dva panela na kojima su sudjelovali vodeći stručnjaci iz područja gospodarstva, financija i turizma.

Sudionici su, među ostalom, bili predsjednik Uprave ACI-ja, g. Kristijan Pavić, Robert Pende, izaslanik ministra turizma i sporta, Ivana Vidović, direktorica TZ Splitsko - dalmatinske županije, Iva Belaj Šantić, direktorica TZ grada Hvara, Ugur Yeni, predstavnik Rixos grupacije i Dino Sokol, predstavnik Bluesun grupacije. Moderatorica panela bila je Tončica Čeljuska.

Trošak sufinanciranja i sudjelovanja: 2.783 eur

❖ **Konferencija „TEMATSKE STAZE u funkciji razvoja turizma, za turistički, javni i privatni sektor**

Održano 14.11. 2024. godine,

(organizacija: TZ Supetar, SDŽ, TZ SDŽ i WEB lab)

*Teme panela: Važnost kreiranja tematskih staza i valorizacija kulturnog turizma na otoku Braču, utjecaj na lokalnu zajednicu, upravljanje prostorom i tokovima turista, digitalizacija i primjeri dobre prakse valorizacije kulturne baštine*



U Supetru na otoku Braču, 14. studenog 2024., u kongresnoj dvorani Forum supetarskog Waterman resorta, održana je konferencija “Tematske staze u funkciji razvoja turizma”. Organizator konferencije bila je Turistička zajednica grada Supetra uz partnere Grad Supetar, Splitsko – dalmatinsku županiju, TZ Splitsko-dalmatinske županije i tvrtku WebLab. Među ključnim temama konferencije istaknule su se digitalna transformacija, održivost te stvaranje i upravljanje doživljajima u turizmu. Cilj konferencije bio je ukazati na potencijal kulturne, povijesne i tradicijske baštine u funkciji turizma te odgovoriti na pitanje kako implementirati kulturne i prirodne resurse u turizam, pritom imajući u vidu očuvanje prirode, identiteta zajednice i prilagodbu suvremenim turističkim trendovima i izazovima.

Trošak sufinanciranja: 5.000 eur

❖ **Konferencija Svjetske federacije turističkih vodiča (WFTGA), za nacionalne udruge iz 80 zemalja svijeta**

Održano 19. – 21.01. 2024. godine, Syracuse, Italija

(organizacija: Svjetska federacija turističkih vodiča)

*Teme: sufinanciranje nastupa Zajednice društva turističkih vodiča Hrvatske s ciljem promocije turizma Hrvatske i SDŽ*

Trošak sufinanciranja: 1.000 eur

❖ **Ostale edukacije – djelatnici ureda**

- troškovi reprezentacije, kotizacije, savjetovanje za djelatnike TZSDŽ u postupku usklađivanja s GDPR-om, izmjene poreznih propisa, obračuna plaća i ovrhe, troškove raznih seminara koje pohađaju djelatnici ureda TZ SDŽ + PN djelatnika ureda koji pohađaju seminare

Trošak aktivnosti: 3.461 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

**Realizacija:**

**105.493,89 eur**

### 4.3. KOORDINACIJA I NADZOR

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
4.	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>			
4.3.	Koordinacija i nadzor	40.000	3.000	1.783

**Opis i cilj aktivnosti:**

Suradnja i koordinacija sa sustavom TZ radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provođenja plana i programa razvoja turizma jedna je od aktivnost u radu TZ Splitsko - dalmatinske. Tijekom godine pripremaju se i održavaju sastanci koordinacije direktora lokalnih i regionalnih turističkih zajednica na teme vezane za djelokrug i postupanje sustava TZ te ostale aktualnosti koje izravno i neizravno utječu na aktivnosti turističkih zajednica. Sredstva za stavku KOORDINACIJA I NADZOR planirana u iznosu od 40.000 eura, izmjenama i dopunama programa korigirana su na iznos od 3.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi svega 1.783 eura.

S ciljem osposobljavanja za učinkovitije djelovanje i izvršavanje zakonom propisanih zadaća, posebice u segmentu aktivnosti vezanih uz razvoj i promociju novih proizvoda/ponude, provodi se koordinacija sa uredima lokalnih TZ-a na području Županije. Koordinacija i nadzor se vrše i s ciljem usklađenosti ukupnog djelovanja, ali i svrhovitosti i učinkovitosti korištenja financijskih sredstava ukupnog sustava. Također se sudjelovalo u radu koordinacije županijskih TZ-a s područja Dalmacije + Lika, koje su organizirane prvenstveno s ciljem dogovaranja zajedničkih promotivnih aktivnosti. Ujedno, direktorica TZ Splitsko – dalmatinske sudjeluje i u radu koordinacije direktora primorskih i kontinentalnih županijskih TZ-a na nacionalnoj razini organiziranih od strane nadležnog ministarstva i HTZ-a. Turistička zajednica prati izvršenje zadaća i ciljeva lokalnih TZ-a prikupljanjem godišnjih programa rada, te temeljem dogovorenih aktivnosti na sastancima koordinacije nastoji poboljšati zajedničke aktivnosti. Ujedno, prema zahtjevu i traženju pruža stručnu i svaku drugu pomoć turističkim zajednicama u njihovom djelovanju i radu. Optimizacija djelovanja sustava TZ, kroz zadaće definirane Zakonom o TZ-ima i sinergijsko djelovanje te udruživanje financijskih sredstava i zajednički nastupi na tržištima predstavljaju imperativ djelovanja u budućim razdobljima.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, lokalne TZ, HTZ

**Realizacija:**

**1.782,97 eur**

**4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI**

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
4.	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>			
4.4.	<b>Upravljanje kvalitetom u destinaciji</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.174</b>

**Opis i cilj aktivnosti:**

Realizacija stavke UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI uključuje aktivnosti planiranja i provedbe ključnih projekata podizanja konkurentnosti, aktivnosti upravljanja kvalitetom (brendiranje privatnog smještaja) i nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća destinacija i pojedinaca u turizmu (Dani hrvatskog turizma, Suncokret ruralnog turizma i dr..).

Za realizaciju predmetne stavke utrošena su sredstva u iznosu od 200.174 eura, a što je u skladu sa planiranim sredstvima. **U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirano je sljedeće;**

- ▶ **BRENDIRANJE/TEMATIZIRANJE privatnog smještaja** koje služi kao poslovni alat svakom pojedinom objektu obiteljskog smještaja u njihovom vlastitom tržišnom profiliranju, proizvodnoj diferencijaciji, unapređenju kvalitete, proširenju ponude i održivosti poslovanja;
  - Izrada 11 edukacijskih video tutorijala u svrhu tematizacije i specijalizacije privatnog smještaja na području Splitsko – dalmatinske županije;
    - Vila sa bazenom, Split
    - Dobar domaćin, Trilj
    - Aktivni turizam, Hvar
    - Eko vila, Vrsine
    - Digitalni nomadi, Split
    - Ambasador turizma, Sinj
    - Osobe s invaliditetom
    - Obiteljski smještaj
    - Odmor s kućnim ljubimcima
- ✓ *Pisanje teksta, priprema materijala, vođenje i snimanje sljedećih video tutorijala, troškovi prijevoza, putni troškovi + oprema za snimanje*

Trošak aktivnosti: 45.980 eur

▶ **Provedba projekata podizanja konkurentnosti i sigurnosti DESTINACIJE;**

- **Sufinanciranje TURISTIČKIH AMBULANTI** Doma zdravlja Splitsko – dalmatinske županije tijekom turističke sezone 2024. godine s ciljem pružanja kvalitetne zdravstvene usluge turistima i posjetiteljima Županije u razdoblju od 1.07. – 31.08. 2024. na sljedećim lokacijama; Split, Hvar, Kaštela, Makarska, Supetar i Trogir

Trošak aktivnosti: 114.993 eur

- **Donacija VATROGASNA ZAJEDNICA SDŽ za nabavljanje uništene vatrogasne opreme tijekom požarne sezone 2024.,** a s ciljem povećanja sigurnosti i zaštite stanovništva i turista

Trošak aktivnosti: 30.000 eur + 45 eur – izrada čeka

► **Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća destinacija i pojedinaca u turizmu;**

- Sudjelovanje na „**Danima hrvatskog turizma 2024**“, 21. – 22.11. 2024. godine, Opatija
- Prijava kandidatura za *Godišnje hrvatske turističke nagrade (priprema dokumentacije)*
- Komisija za nagradu *Gastrodogođaj godine – prezentacija i predstavljanje projekta „Dalmatinska marena“*
- Nagrada „**Suncokret ruralnog turizma Hrvatske 2024**“

Trošak sudjelovanja: 7.758 eur

**Slika: Opatija - Dani hrvatskog turizma, dodjela svečanih nagrada**



Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija i pojedinaca dodjeljuje se skupinama i pojedincima koji su dali svoj doprinos na unapređenju i promicanju hrvatskog turizma. U dijelu aktivnosti nagrađivanja izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija tradicionalno se provodi projekt pod nazivom Godišnje hrvatske turističke nagrade, koji obuhvaća dodjelu nagrada u kategorijama Destinacija godine, Nagrada za održivi turizam, Inovacija godine, Atrakcija godine, Nagrada poslovnom sektoru i nagrada Ljudi u turizmu. Manifestacija “Dani hrvatskog turizma”, u organizaciji Hrvatske turističke zajednice, Ministarstva turizma i sporta, Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske radio televizije održala se od 21. – 22. studenoga 2024. godine u Opatiji. Na svečanoj dodjeli Godišnjih hrvatskih turističkih nagrada u Kristalnoj dvorani Hotela Kvarner u Opatiji, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije osvojila je prestižnu nagradu u kategoriji Gastronomski doživljaj godine za projekt Dalmatinska marena.



Projekt Dalmatinska marena prepoznat je kao izuzetno uspješan u promociji autentične dalmatinske kuhinje i tradicije, nudeći turistima jedinstven gastronomski doživljaj koji obuhvaća lokalne specijalitete i kulturološki kontekst.

► **Foto natječaj „Ljeto vaših snova“ u organizaciji TZ SDŽ**

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije i u 2024. godini organizirala je foto natječaj „Ljeto Vaših snova“ u kojem su se tražile najbolje fotografije koje predstavljaju šarm i autentičnost ljeta u Srednjoj Dalmaciji. Broj prijavljenih radova ponudio je niz predivnih fotografija, a s ukupnim iznosom od 1.300,00 eura nagrađene su najbolje tri fotografije.

Trošak aktivnosti: 1.398 eur

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

**Realizacija:**

**200.173,75 eur**

**4.5. POTICANJE NA UREĐENJE DESTINACIJE**

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
4.	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>			
4.5.	<b>Poticanje na uređenje destinacije</b>	<b>230.000</b>	<b>193.500</b>	<b>193.500</b>

**Opis i cilj aktivnosti:**

Planirane aktivnosti stavke POTICANJE NA UREĐENJE DESTINACIJE uključivale su poticanje razvoja turizma na području Zagore i ostalih nerazvijenih područja, kao i sufinanciranje raznih akcija i aktivnosti koje pridonose unapređenju i zaštiti okoliša i turističkog prostora te poboljšanju raznovrsnosti kvalitete ukupne turističke ponude. Planirane aktivnosti razvoja turizma na području Zagore i ostalih područja uključuju sufinanciranje projekata turističkih zajednica i jedinica lokalne samouprave na nerazvijenim područjima bez osnovanih TZ-a temeljem pozivnog natječaja kojeg raspiše ured TZ Splitsko - dalmatinske, kao i sufinanciranje raznih drugih projekata i programa koji doprinose promociji i razvoju projekata ruralnog turizma.

Glavnim planom razvoja turizma Županije i programskim aktivnostima ureda TZ Splitsko – dalmatinske županije, nastoji se pokrenuti što više aktivnosti kako bi se afirmiralo područje „Dalmatinske zagore“ i ostala nerazvijena područja. Riječ je o jednoj od ključnih subregija, koja je atraktivno područje za daljnji turistički razvoj, a čija je povijesno uvjetovana stagnacija u smislu razvoja turizma sada njena najveća prednost, jer se nalazi na mnogo povoljnijoj poziciji. Realizacija aktivnosti usmjerena je i na unapređenje proizvoda podizanjem kvalitete turističkih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranjem turističkog gostoprimstva. Za sve spomenute aktivnosti planiralo se programom utrošiti 230.000 eura, ali izmjenama i dopunama programa trošak se korigirao na iznos od 193.500 eura. U konačnici realizacija predmetne stavke iznosi podjednako sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana. **U okviru navedene stavke u 2024. godini realizirano je sljedeće;**

**❖ Pozivni natječaj za sustav TZ za provođenje projekata razvoja turizma na području Dalmatinske zagore**

S ciljem poticanja, kreiranja i razvoja selektivnih oblika turističke ponude u vidu razvoja novih proizvoda, a sve s ciljem obogaćivanja turističke ponude i stvaranja novih doživljaja i atrakcija koje bi privukle potencijalne posjetitelje i turiste, TZ Splitsko – dalmatinska realizirala je pozivni natječaj za sustav TZ s područja klastera Dalmatinske zagore.

**Pregled odobrenih projekata po TZ-ima**

Naziv TZ	PROGRAM – PROJEKT	Odobreno
TZ grada SINJA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture grada Sinja</b>	7.000 eur
TZ grada SINJA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje vidikovca i poučne tematske staze Visoka</b>	15.000 eur
TZ grada VRGORCA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>projekt uređenja i opremanja vidikovca uz Vukovarsku ulicu u Vrgorcu</b>	20.000 eur
TZ grada VRLIKE	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje vidikovca Biukova gradina i šetnice prema Česmi</b>	7.000 eur
TZ grada VRLIKE	Program edukacija – <b>edukacije nositelja turističke ponude u Vrlici (za privatne iznajmljivače i tečaj engleskog jezika za nositelje ponude)</b>	4.000 eur
TZ područja IMOTA	Razvoj selektivnih oblika turizma – <b>projekt „Imotske modre vode“</b>	9.000 eur
TZ općine DUGOPOLJE	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje terminala za najam javnih bicikli u sklopu Centra za posjetitelje „Skrivena Dalmacija“</b>	4.000 eur
TZ općine DUGOPOLJE	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje dječjeg igrališta na tematskoj stazi Mali put u polju</b>	5.000 eur

<b>TZ TRILJA</b>	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>Virtualna šetnja Trilj (11 lokacija)</b>	<b>2.500 eur</b>
<b>UKUPNO ODOBRENO</b>		<b>73.500 eur</b>

❖ **Pozivni natječaj za 11 općina bez TZ-a - Dicmo, Hrvace, Muć, Lećevica, Otok, Prgomet, Primorski Dolac, Zadvarje, Nerežišća, Klis i Sućuraj**

S ciljem poticanja, kreiranja i razvoja selektivnih oblika turističke ponude u vidu razvoja novih proizvoda, a sve s ciljem obogaćivanja turističke ponude i stvaranja novih doživljaja i atrakcija koje bi privukle potencijalne posjetitelje, TZ Splitsko – dalmatinska realizirala je pozivni natječaj za 11 općina bez TZ-a na kojima se ostvaruje turistički promet. Predmet natječaja je dodjela bespovratnih finansijskih sredstava za programe/projekte razvoja selektivnih oblika turističke ponude.

#### **Pregled odobrenih projekata po općinama bez TZ-a**

<b>Naziv OPĆINE</b>	<b>PROGRAM - PROJEKT</b>	<b>Odobreno</b>
<b>OPĆINA PRIMORSKI DOLAC</b>	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – <b>uređenje etno i tematske kuće u Primorskom Docu (II faza)</b>	<b>25.000 eur</b>
<b>OPĆINA DICMO</b>	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>obnova bunara i uređenje tematskog parka povijesnih puteva i željezničke postaje „Rera“ u Dicmu</b>	<b>15.000 eur - odustali</b>
<b>OPĆINA LEĆEVICA</b>	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje okoliša ispred Društvenog doma „Divojevići“ (4 kamena stola, 8 klupa, solarna rasvjeta, info table)</b>	<b>10.000 eur</b>
<b>OPĆINA NEREŽIŠĆA</b>	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture - <b>sanacija i rekonstrukcija šetnice/stepeništa „Kopile“ u Nerežišćima</b>	<b>12.000 eur</b>
<b>OPĆINA SUĆURAJ</b>	Razvoj i unapređenje turis. ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>sanacija i uređenje obalnog dijela uvale Česminica, sunčalište i šetnica</b>	<b>30.000 eur</b>
<b>OPĆINA KLIS</b>	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista (brendiranje destinacije) – <b>vizualni identitet suvenira tvrđave Klis</b>	<b>3.000 eur</b>
<b>OPĆINA ZADVARJE</b>	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje odmorišta II i III u sklopu projekta uređenja šetnice Zadvarje</b>	<b>20.000 eur</b>
<b>OPĆINA PRGOMET</b>	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – <b>uređenje šetnice i izletišta Lokvica (Sitno) i vidikovca Labin (Podošljak)</b>	<b>20.000 eur</b>
<b>UKUPNO ODOBRENO</b>		<b>135.000 eur</b>
<b>UKUPNO REALIZIRANO</b>		<b>120.000 eur</b>

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska, lokalne TZ, i dr. razni partneri

**Realizacija: 193.500,00 eur**

## 5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

### Opis i cilj aktivnosti:

TZ Splitsko – dalmatinske županije plaća dobrovoljnu članarinu Hrvatskoj gospodarskoj komori na mjesečnoj osnovi u iznosu od 20 eura, počevši od mjeseca listopada 2023. godine. U 2024. godini ukupni iznos troška bio je 240 eura. Također je u 2024. godini na konto članarine plaćeno UHPA-i 663 eura.

### Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, HGK i UHPA

### Realizacija:

**902,50 eur**

## 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

U administrativne poslove svrstavaju se svi poslovi ureda turističke zajednice i ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada, a koji su određeni zakonom i statutom turističke zajednice. Administrativni poslovi uključuju rashode plaća djelatnika turističke zajednice, materijalne troškove turističkog ureda TZ Splitsko - dalmatinske i troškove rada tijela TZ – Turističko vijeće i Skupština. Administrativni poslovi planirani su programom rada za 2024. godinu u iznosu od 582.230 eura, a izmjenama i dopunama programa rashodi predmetne stavke povećani su na iznos od 609.500 eura. U konačnici realizacija na kraju obračunskog razdoblja iznosi 609.163 eura, što je podjednako sredstvima donesenima izmjenama i dopunama programa. Navedeni poslovi sudjeluju u strukturi realiziranih rashoda programa rada TZ Splitsko – dalmatinske za 2024. godinu sa 11,5 posto.

### 6.1. PLAĆE

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
<b>6.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>			
<b>6.1.</b>	<b>Plaće</b>	<b>498.500</b>	<b>500.000</b>	<b>490.125</b>
6.1.1.	Bruto plaće zaposlenika ureda TZSDŽ	450.000	450.000	440.377
6.1.2.	Izdaci za prijevoz na posao i s posla	5.500	5.000	5.025
6.1.3.	Ostale naknade za zaposlene	43.000	45.000	44.723

**Opis aktivnosti:**

Navedena stavka obuhvaća troškove bruto plaća dvanaest zaposlenika ureda TZ Splitsko – dalmatinske županije u 2024. uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. Bruto plaće zaposlenika ureda turističke zajednica koje su bile planirane u iznosu od 450.000 eura, u konačnici iznose 440.377 eura. Izdaci za prijevoz na posao i s posla planirani izmjenama i dopunama u iznosu od 5.000 eura, a realizacija na kraju obračunskog razdoblja iznosi 5.025 eura. U ostale pripadajuće troškove ubrajale su se ostale neoporezive naknade poput regresa, dara za djecu, poklon bona, toplog obroka, jubilarne nagrade zaposleniku (1 djelatnik), a djelatnicima ureda odobrava se i korištenje CRO kartice u visini od 400 eura neoporezivog iznosa. Realizacija troškova ostalih naknada u konačnici iznosi 44.723 eura. Cjelokupni troškovi predmetne stavke koji su izmjenama i dopunama programa korigirani na iznos od 500.000 eura, u konačnici iznose 490.125 eura, što je za 2 posto manje.

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska

**Realizacija:**

**490.124,15 eur**

## 6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
6.	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>			
6.2.	Materijalni troškovi	70.230	92.000	95.876

**Opis aktivnosti:**

Predmetna stavka obuhvaća redovne operativne troškove poslovanja i funkcioniranja ureda TZ Splitsko – dalmatinske županije. Riječ je o režijskim troškovima, troškovima zakupa prostora, nabave uredske opreme i materijala, održavanja prostora i poslovanja, financijske rashode, troškove poštarine, telefona, zdatke za najam prostora za potrebe držanja i skladištenja promotivnih materijala i arhivske građe turističke zajednice i itd. Ured TZ Splitsko - dalmatinske operativno izvršava i koordinira izvršenje programa rada te provodi sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća sustava turističkih zajednica.

Materijalni troškovi ureda planirani na iznos od 70.230 eura, a izmjenama i dopunama programa procijenjeni su na iznos od 92.000 eura. Navedena stavka je realizirana uz određene preraspodijele sredstava unutar planiranih stavki zbog raznih okolnosti te samim time u konačnici trošak ureda iznosi 95.876 eura, što je za 4 posto više.

<b>Turistički ured-vrste materijalnih troškova</b>	<b>Realizacija</b>
Uredski materijal (potrošni)	4.268
Trošak poštarine	384
Trošak telefona i interneta	7.119
Troškovi tekućeg i investicijskog održavanja	6.988
Usluge korištenja i održavanja poslovnog prostora	13.813
Troškovi najma prostora – skladištenje promo materijala i arhivske građe ureda	4.778
Dnevnice za službena putovanja	897
Naknade za putničke izdatke i noćenja	5.020
Upotreba osobnog auta i rent a car u službene svrhe	1.342
Trošak reprezentacije	3.666
Izdaci za stručnu literaturu i tisak	1.012
Nabava uredske opreme	17.857
Financijski rashodi	10.443
Osiguranje djelatnika od posljedica nesretnog slučaja	608
Usluge preventivne zaštite djelatnika	4.786
Dugoročni najam vozila u poslovne svrhe	10.560
Najam servera za računovodstveni program	970
Troškovi parkinga za djelatnike ureda	1.365
<b>UKUPNO</b>	<b>95.876</b>

### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska

### **Realizacija:**

**95.876,14 eur**

## **6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE**

<b>RB</b>	<b>AKTIVNOSTI PO VRSTAMA</b>	<b>Plan 2024</b>	<b>Rebalans 2024</b>	<b>Realizacija 2024</b>
<b>6.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>			
<b>6.3.</b>	<b>Tijela turističke zajednice</b>	<b>13.500</b>	<b>17.500</b>	<b>23.162</b>
6.3.1.	Naknade za rad tijela	6.000	7.000	8.129
6.3.2.	Troškovi organizacije rada tijela	7.500	10.500	15.033

### Opis aktivnosti:

U ovu grupu troškova ubrajaju se svi troškovi koji se odnose na rad tijela TZ-a i to Turističkog vijeća i Skpštine. Troškovi navedene stavke uključuju rashode za najam prostora i eventualne opreme radi održavanja sjednica tijela turističke zajednice, naknade članovima TV, troškove reprezentacije, pripreme i distribucije materijala i ostale troškove vezane uz rad tijela turističke zajednice te su realizirani u ukupnom iznosu od 23.162 eura, a što je za 32% više u odnosu na planirane izmjene i dopune programa. Za naknade članovima TV planiralo se izdvojiti 7.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi 8.129 eura, te su sredstva vezana za dolaske članova i sudjelovanje u radu Vijeća. Za troškove organizacije i rada Tijela (najam dvorana, ugostiteljske usluge, troškove reprezentacije i sl. troškove) planiralo se izdvojiti 7.500 eura. Izmjenama i dopunama programa sredstva su malo povećana, a realizacija u konačnici iznosi još više tj. 15.033 eura.

### Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska

### Realizacija:

23.162,37 eur

## 7. REZERVA I OSTALE AKTIVNOSTI

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024
7.	<b>REZERVA I OSTALE AKTIVNOSTI</b>	<b>46.000</b>	<b>92.300</b>	<b>97.369</b>
7.1.	Usluge zaštitarske službe za zgradu	16.000	22.300	21.988
7.2.	Ostale neplanirane aktivnosti	30.000	40.000	75.381

### Opis aktivnosti:

Tijekom 2024. godine TZ Splitsko - dalmatinska provodila je različite promotivne/marketingške i druge tržišne projekte/aktivnosti sa stranim i domaćim partnerima koje se zbog raznih razloga i okolnosti ne mogu unaprijed planirati. Također navedena aktivnost podrazumijeva i određene troškove koji nisu posebno navedeni u prethodnim stavkama, a realizirani su u ukupnom iznosu od 75.381 eura. Navedeni troškovi uglavnom uključuju razne donacije i potpore, a odnose se na sljedeće;

- ✓ Revizorske usluge (revizija financijskih izvještaja i dogovoreni postupci revizije za potrebe nadzora)

- ✓ Razne usluge student servisa
- ✓ Odvjetničke usluge
- ✓ Usluge odvoza ambalažnog otpada
- ✓ Usluge turističkog vođenja za potrebe raznih udruga, škola i organizacija
- ✓ Donacije za razne humanitarne potrebe (djeca Vukovara, SOS dječje selo, udruga Sanus, NK Pauk veteran domovinskog rata, pomoć obitelji Gradac, darovatelji krvi t sl.)
- ✓ Donacije za razne projekte (Pomorska škola, Udruga Rižinice, smotra folklor Vinkovačke jeseni, PK Mornar Split, PK Grdelin, KUD Milan Begović...)
- ✓ Rashodi proteklih godina (hotel Park i hotel Briig)
- ✓ Uredski namještaj i dekor
- ✓ Nova telefonska centrala
- ✓ Usluge reprezentacije

Od početka 2023. godine na adresi sjedišta Turističke zajednica, Prilaz braće Kaliterna 10, ponovno je uspostavljen rad zaštitarske službe, a što zajednički financiraju sve institucije koje imaju sjedište na navedenoj adresi. Trošak navedene aktivnosti iznosio je u 2024. godini 21.988 eura, te se taj trošak refundira od strane svih institucija.

#### **Nositelji aktivnosti i partneri:**

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

#### **Realizacija:**

**97.368,72 eur**

## **8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA**

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine. TZ Splitsko – dalmatinska nema ostvarenog manjka prihoda.



## 9. FONDOVI – posebne namjene

Riječ je o Fondu za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu čija se sredstva nalaze na posebnom računu HTZ-a. U skladu sa zakonskim zadaćama, Javni natječaj za dodjelu sredstava iz Fonda lokalnim turističkim zajednicama objavljuju regionalne turističke zajednice na svojim mrežnim stranicama, a sredstva se dodjeljuju u skladu s pravilnicima koje donosi Ministarstvo turizma i sporta. HTZ sredstva Fonda namijenjena lokalnim turističkim zajednicama, dostavlja regionalnim turističkim zajednicama, koje zatim navedena sredstva prosljeđuju lokalnim turističkim zajednicama koje zadovoljavaju propisani kriterij i koje su temeljem provedenog natječaja dobile određeni iznos sredstava. Navedena sredstva planirana su u iznosu od 275.000 eura, ali izmjenama i dopunama korigirana na iznos od 217.737 eura, koliko je odobreno i uplaćeno sredstava. Za potrebu provedbe Javnog poziva formira se povjerenstvo koje vrši ocjenjivanje pristiglih kandidatura te u konačnici upućuje prijedlog za dodjelu sredstava Turističkom vijeću HTZ-a.

RB	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	RePlan 2024	Uplaćeno HTZ 2024	Isplaćeno NLTZ 2024
<b>9.</b>	<b>FONDOVI – posebne namjene</b>			
<b>9.1.</b>	Fond za TZ na turistički nedovoljno razvijenim područjima	<b>217.737</b>	<b>217.737</b>	<b>202.942</b>

JAVNI NATJEČAJ za dodjelu sredstava za projekte lokalnih TZ-a na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2024. s područja SD županije iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja, bio je objavljen dana 12. siječnja 2024. godine na web stranici [www.dalmatia.hr](http://www.dalmatia.hr). Na natječaj se prijavilo 10 lokalnih TZ-a sa ukupno 22 projekata. Obradu, evidentiranje i vrednovanje zaprimljenih prijava, sukladno kriterijima natječaja, kao i provjeru prihvatljivosti prijavitelja provodilo je povjerenstvo od pet članova koje je bilo imenovano od strane Turističkog vijeća TZ Splitsko – dalmatinske županije. Povjerenstvo je donijelo prijedlog odluke o odabiru projekata, utvrdilo prihvatljivost troškova i odredilo visinu dodijeljenog iznosa, a Odluku o odabiru projekata donijelo je Turističko vijeće HTZ-a. Ukupno je od strane Turističkog vijeća HTZ-a odobreno i uplaćeno na račun TZ Splitsko – dalmatinske 217.737 eura, koja je zatim sredstva prosljedila na račune lokalnih TZ-a. Većina sredstava isplaćena je u 2024. (ukupno 202.942 eura), a razlika od 14.795 eura isplaćena je u 2025. zbog kašnjenja realizacije projekata, tj. nemogućnosti izvršenja do kraja 2024. godine, za što je dobivena odogoda.

**Tablica sa odobrenim i isplaćenim sredstvima temeljem Javnog natječaja u –eur**

<b>LTZ</b>	<b>Naziv projekta</b>	<b>Odobreni iznos sredstava HTZ</b>	<b>Isplaćena sredstva LTZ-u 2024/2025</b>
<b>TZG Sinj</b>	Kongres - Duhovna baština Marijanskih svetišta	11.166,00	11.166,00 - 2024
<b>TZG Sinj</b>	Manifestacije TZ grada Sinja za vrijeme Dani alke i Velike Gospe	27.915,00	27.915,00 - 2024
<b>TZG Sinj</b>	Smotra mačkara cetinskoga kraja - Sinjski krnjeval 2024.	6.513,50	6.513,50 - 2024
<b>TZG Solin</b>	Romantika u Saloni	11.166,00	11.166,00 - 2024
<b>TZG Trilj</b>	7th Thrill Blues Festival	27.915,00	19.540,50 - 2024 8.374,50 - 2025
<b>TZG Trilj</b>	Trilj Eko Festival	9.305,00	9.305,00 - 2024
<b>TZG Vrgorac</b>	7. Dani dalmatinskog pršuta i vina	11.166,00	11.166,00 - 2024
<b>TZG Vrgorac</b>	24. Pučka fešta Biklijada	4.652,50	4.652,50 - 2024
<b>TZG Vrlika</b>	Sustav javnih bicikli u Vrlici	13.957,50	13.957,50 - 2024
<b>TZG Vrlika</b>	Opera Ero s onoga svijeta	11.166,00	11.166,00 - 2024
<b>TZG Vrlika</b>	Vrlika Lake Festival	7.444,00	7.444,00 - 2024
<b>TZO Dugopolje</b>	Dugopolje BEER FEST	7.444,00	7.444,00 - 2024
<b>TZO Pučišća</b>	Pirate night - Pučišća 2024.	6.513,50	6.513,50 - 2024
<b>TZO Pučišća</b>	Kreiranje baze turističkih podataka (fotografija i video materijala)	4.652,50	3.256,75 – 2024 1.395,75 – 2025
<b>TZO Pučišća</b>	Baština općine Pučišća u kreiranju turističkog proizvoda	4.652,50	3.256,75 – 2024 1.395,75 – 2025
<b>TZO Selca</b>	Brač run	9.305,00	9.305,00 - 2024
<b>TZO Selca</b>	Ulaganje u digitalizaciju u funkciji razvoja turističkog proizvoda	11.166,00	11.166,00 - 2024
<b>TZO Selca</b>	Brendiranje destinacije razvojem jedinstvenog identiteta uvažavajući odrednice resursne osnove	4.652,50	3.256,75 – 2024 1.395,75 – 2025
<b>TZO Šestanovac</b>	Okusi Šestanovca	4.652,50	4.652,50 - 2024
<b>TZO Šestanovac</b>	Postavljanje informativno-edukativnih ploča i instalacije za slikavanje	7.444,00	5.210,80 – 2024 2.233,20 - 2025
<b>TZP Imota</b>	Imota 360	7.444,00	7.444,00 – 2024.
<b>TZP Imota</b>	Razvoj poučno-geoloških staza	7.444,00	7.444,00 - 2024
<b>UKUPNO SPLITSKO – DALMATINSKA ŽUPANIJA</b>		<b>217.737,00</b>	<b>202.942 – 2024 14.795 - 205</b>

**Nositelji aktivnosti i partneri:**

HTZ, TZ Splitsko – dalmatinska i lokalne TZ

**Realizacija:**

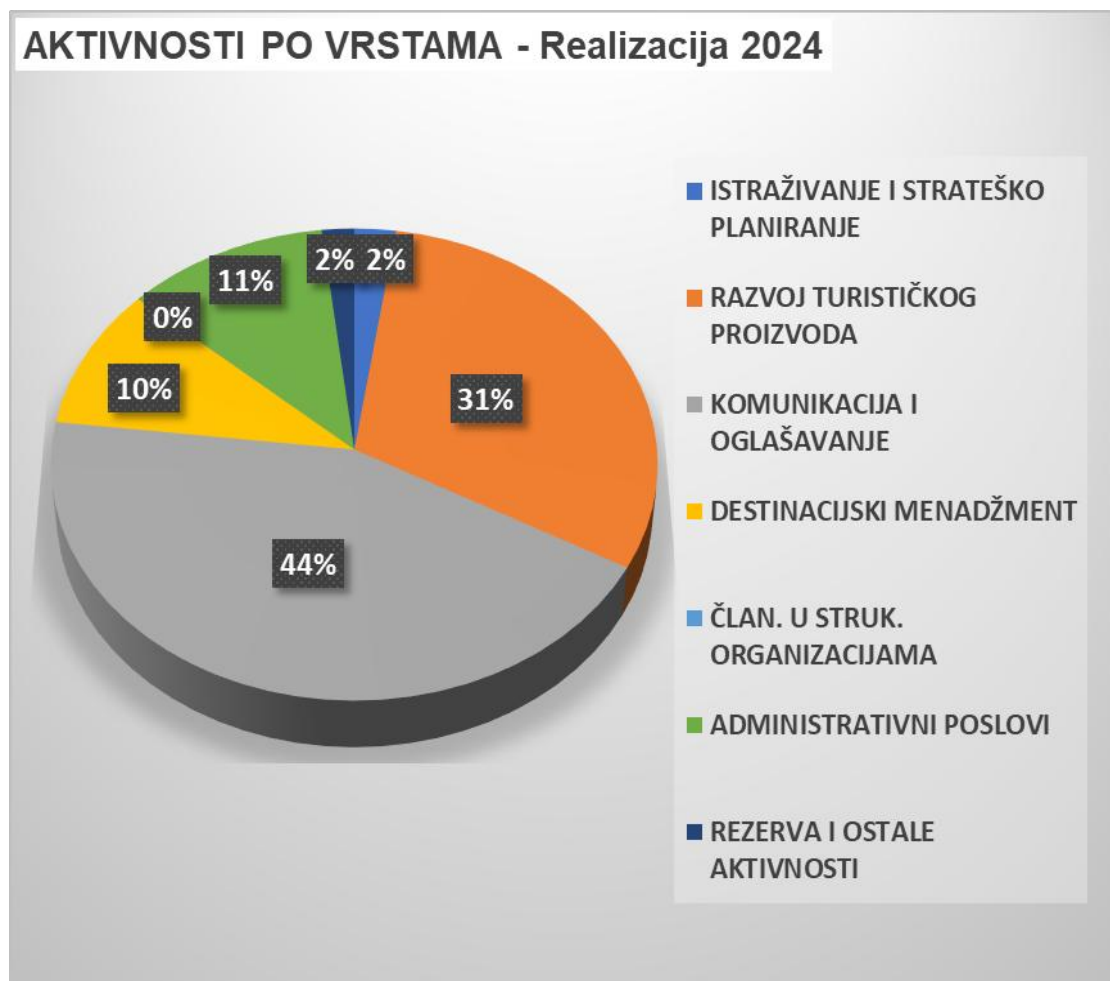
**202.942,05 eur – 2024.**

**14.794,95 eur – 2025.**

## REKAPITULACIJA AKTIVNOSTI PO VRSTAMA U 2024. - tablica

	AKTIVNOSTI	Plan 2024	Rebalans 2024	Realizacija 2024	udio %	Real./ repl.
<b>1.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>151.250</b>	<b>96.240</b>	<b>123.988</b>	<b>2,34</b>	<b>129</b>
1.1.	Izrada strateških i akcijskih dokumenata	125.000	55.000	49.125	0,93	89
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	20.000	35.000	68.625	1,29	196
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	6.250	6.240	6.238	0,12	100
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>1.740.000</b>	<b>1.636.100</b>	<b>1.629.525</b>	<b>30,75</b>	<b>100</b>
2.1.	IDENT. I VRED. RESURSA I STRU.TUR.PROIZVODA	250.000	323.600	323.600	6,11	100
2.1.1.	Pozivni natječaj za sustav TZ na području Županije	250.000	323.600	323.600	6,11	100
2.2.	SUSTAVI OZNAČAVANJA KVAL. TUR. PROIZVODA	500.000	382.500	385.434	7,27	101
2.2.1.	Aktivni turizam Srednje Dalmacije	100.000	57.000	56.548	1,07	99
2.2.2.	Kulturni turizam Srednje Dalmacije	30.000	61.500	63.200	1,19	103
2.2.3.	Enogastronomija Srednje Dalmacije	300.000	225.000	227.317	4,29	101
2.2.4.	Nautički turizam Srednje Dalmacije	70.000	39.000	38.369	0,72	98
2.3.	PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI	140.000	90.000	86.367	1,63	96
2.3.1.	Potpore razvoju programa DMK-a	40.000	40.000	40.000	0,75	100
2.3.2.	Suradnja s strukovnim udruženjima	70.000	50.000	46.367	0,88	93
2.3.3.	Projekti IT –start up-ovi u turizmu	30.000	-	-	-	-
2.4.	PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA	850.000	840.000	834.124	15,74	99
2.4.1.	Potpore TZ i subjektima za događanja – Javni poziv	550.000	800.000	817.840	15,43	102
2.4.2.	Organizacija i provedba događanja na području regije	300.000	40.000	16.283	0,31	41
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>2.143.000</b>	<b>2.344.500</b>	<b>2.320.560</b>	<b>43,79</b>	<b>99</b>
3.1.	DEFINI. BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKT.	20.000	40.000	35.209	0,66	88
3.2.	OGLAŠAVANJE DESTINAC. PONUDE I PROIZVODA	750.000	1.030.000	999.862	18,87	97
3.2.1.	Offline oglašavanje	200.000	120.000	90.949	1,72	76
3.2.2.	Online oglašavanje	550.000	910.000	908.913	17,15	100
3.3.	ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR	100.000	100.000	96.294	1,82	96
3.4.	MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE	243.000	227.500	242.357	4,57	106
3.4.1.	Udruženo oglašavanje na regionalnoj razini	100.000	150.000	138.663	2,62	92
3.4.2.	Strateški projekti i suradnje	143.000	77.500	103.694	1,95	134
3.5.	SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I RADIONICE	270.000	360.000	380.343	7,18	106
3.5.1.	Nastupi na turističkim sajmovima	150.000	160.000	163.551	3,09	102
3.5.2.	Organizacija i sudjelovanje na prezentacijama i radi.	120.000	200.000	216.792	4,09	108
3.6.	SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA	55.000	57.000	56.350	1,06	99
3.7.	KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA	250.000	450.000	412.481	7,78	92
3.8.	INTERNETSKE STRANICE	30.000	25.000	44.148	0,83	177
3.9.	KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA	25.000	15.000	14.716	0,28	98
3.10.	TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI	400.000	40.000	38.800	0,73	97
<b>4.</b>	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>543.000</b>	<b>518.500</b>	<b>517.417</b>	<b>9,76</b>	<b>100</b>
4.1.	TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI	3.000	17.000	16.466	0,31	97
4.2.	STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE	70.000	105.000	105.494	1,99	100
4.3.	KOORDINACIJA I NADZOR	40.000	3.000	1.783	0,03	59

4.4.	UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI	200.000	200.000	200.174	3,78	100
4.5.	POTICANJE NA UREĐENJE DESTINACIJE	230.000	193.500	193.500	3,65	100
5.	<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	-	1.000	902	0,02	90
5.2.	DOMAĆE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE	-	1.000	902	0,02	90
6.	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	582.230	609.500	609.163	11,50	100
6.1.	PLAĆE	498.500	500.000	490.125	9,25	98
6.1.1.	Bruto plaće zaposlenika ureda TZSDŽ	450.000	450.000	440.377	8,31	98
6.1.2.	Izdaci za prijevoz na posao i s posla	5.500	5.000	5.025	0,10	100
6.1.3.	Ostale naknade za zaposlene	43.000	45.000	44.723	0,84	99
6.2.	MATERIJALNI TROŠKOVI	70.230	92.000	95.876	1,81	104
6.3.	TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	13.500	17.500	23.162	0,44	132
6.3.1.	Naknade za rad tijela	6.000	7.000	8.129	0,16	116
6.3.2.	Troškovi organizacije rada tijela	7.500	10.500	15.033	0,28	143
7.	<b>REZERVA I OSTALE AKTIVNOSTI</b>	46.000	92.300	97.369	1,84	105
7.1.	USLUGE ZAŠTITARSKO SLUŽBE ZA ZGRADU	16.000	22.300	21.988	0,42	99
7.2.	OSTALE NEPLANIRANE AKTIVNOSTI	30.000	70.000	75.381	1,42	108
8.	<b>MANJAK RASHODA NAD PRIHODIMA</b>	-	-	-	-	-
<b>UKUPNO RASHODI</b>		<b>5.205.480</b>	<b>5.298.140</b>	<b>5.298.925</b>	<b>100,00</b>	<b>100</b>



Izvor: ured TZ SDŽ

U strukturi realiziranih aktivnosti po vrstama, najveće učešće od 44% pripada realizaciji aktivnosti iz stavke KOMUNIKACIJA i OGLAŠAVANJE, a što se najvećim dijelom odnosilo na realizaciju online i offline oglašavanja, aktivnosti organizacije i sudjelovanja na sajmovima i prezentacijama, te poslove kreiranja promotivnog materijala. Osim toga, najveća sredstva utrošena su još za aktivnosti RAZVOJA TURISTIČKOG PROIZVODA i to ponajviše na podršku razvoju turističkih događanja.

## 2.3. REKAPITULACIJA PRIHODA I AKTIVNOSTI (RASHODA)

Programom rada za 2024. godinu bile su utvrđene polazne osnove i ciljevi marketinške politike u turizmu, te temeljem toga aktivnosti koje je bilo potrebno poduzeti za realizaciju postavljenih ciljeva. Rekapitulacija ostvarenih prihoda i rashoda predstavlja cjelovit prikaz aktivnosti po vrstama koje su bile planirane, izmjenjene i realizirane u 2024. Prilikom realizacije Programa rada TZ Splitsko – dalmatinske za 2024. godinu, ostvareni prihodi veći su u odnosu na planirane, te je došlo i do blagog preslagivanja stavki rashoda koji su u konačnici u skladu sa rebalansiranim sredstvima. Ukupni prihodi planirani u programu rada za 2024 g. iznosili su 6.961.550 eura. Ukupni prihodi sukladno izmjenama i dopunama procjenjeni su na iznos od 7.354.566 eura, što je u odnosu na planirane predstavljalo povećanje za 6%. Istovremeno, ukupni rashodi planirani su u iznosu od 5.205.480 eura, temeljem izmjena i dopuna procjenjeni su na malo veći znos od 5.298.140 eura, a što je u odnosu na inicijalno planirane rashode predstavljalo povećanje od 2%. Na koncu financijske godine utvrđeni su ukupni prihodi u iznosu od 7.238.359 eura. Istovremeno, konačni rashodi realizirani su u iznosu od 5.298.925 eura. Višak prihoda nad rashodima iznosi 1.939.434 eura.

<b>Ukupni PRIHODI iznose</b>	<b>7.238.359 eur</b>
<b>Ukupni RASHODI iznose</b>	<b>5.298.925 eur</b>
<b>VIŠAK PRIHODA iznosi</b>	<b>1.939.434 eur</b>

**U financijskom izvješću ureda TZ Splitsko - dalmatinske županije rezultat poslovanja je sljedeći:**

PRIHODI	4.387.793 eur
VIŠAK PRIHODA iz prethodnih godina	2.850.566 eur
<b>UKUPNO PRIHODI</b>	<b>7.238.359 eur</b>

**UKUPNO RASHODI****5.298.925 eur****REZULTAT****+1.939.434 eur****Tablica ostvarenja PROGRAMA RADA za razdoblje I – XII 2024. godine**

	<b>PRIHODI</b>	<b>Plan 2024</b>	<b>Rebalans 2024</b>	<b>Realizacija 2024</b>	<b>udio %</b>	<b>Real/ replan</b>
<b>1.</b>	<b>Izvorni prihodi</b>	<b>3.865.000</b>	<b>4.380.000</b>	<b>4.267.700</b>	<b>58,96</b>	<b>97</b>
1.1.	Turistička pristojba	3.065.000	3.460.000	3.372.108	46,59	97
1.2.	Članarina	800.000	920.000	895.592	12,37	97
<b>2.</b>	<b>Prihodi iz proračuna</b>	<b>26.550</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>3.</b>	<b>Prihodi od sustava turističkih zajednica</b>	<b>50.000</b>	<b>95.000</b>	<b>90.213</b>	<b>1,25</b>	<b>95</b>
<b>4.</b>	<b>Prihodi iz EU fondova</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>5.</b>	<b>Preneseni prihod iz prethodne godine</b>	<b>3.000.000</b>	<b>2.850.566</b>	<b>2.850.566</b>	<b>39,38</b>	<b>100</b>
<b>6.</b>	<b>Ostali prihodi</b>	<b>20.000</b>	<b>29.000</b>	<b>29.880</b>	<b>0,41</b>	<b>103</b>
<b>UKUPNO PRIHODI</b>		<b>6.961.550</b>	<b>7.354.566</b>	<b>7.238.359</b>	<b>100,00</b>	<b>98</b>
	<b>AKTIVNOSTI</b>	<b>Plan 2024</b>	<b>Rebalans 2024</b>	<b>Realizacija 2024</b>	<b>udio %</b>	<b>Real/ replan</b>
<b>1.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>151.250</b>	<b>96.240</b>	<b>123.988</b>	<b>2,34</b>	<b>129</b>
1.1.	Izrada strateških i akcijskih dokumenata	125.000	55.000	49.125	0,93	89
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	20.000	35.000	68.625	1,29	196
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	6.250	6.240	6.238	0,12	100
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>1.740.000</b>	<b>1.636.100</b>	<b>1.629.525</b>	<b>30,75</b>	<b>100</b>
2.1.	Iden. i vredn. resursa i struk. turist. proizvoda	250.000	323.600	323.600	6,11	100
2.1.1.	Pozivni natječaj za sustav TZ na području SDŽ	250.000	323.600	323.600	6,11	100
2.2.	Sustavi označavanja kval. turističkog proizvoda	500.000	382.500	385.434	7,27	101
2.2.1.	Aktivni turizam Srednje Dalmacije	100.000	57.000	56.548	1,07	99
2.2.2.	Kulturni turizam Srednje Dalmacije	30.000	61.500	63.200	1,19	103
2.2.3.	Enogastronomija Srednje Dalmacije	300.000	225.000	227.317	4,29	101
2.2.4.	Nautički turizam Srednje Dalmacije	70.000	39.000	38.369	0,72	98
2.3.	Podrška turističkoj industriji	140.000	90.000	86.367	1,63	96
2.3.1.	Potpore razvoju programa DMK-a	40.000	40.000	40.000	0,75	100
2.3.2.	Suradnja s strukovnim udruženjima	70.000	50.000	46.367	0,88	93
2.3.3.	Projekti IT –start up-ovi u turizmu	30.000	-	-	-	-
2.4.	Podrška razvoju turističkih događanja	850.000	840.000	834.124	15,74	99
2.4.1.	Potpore TZ i subjektima za događanja – Javni poziv	550.000	800.000	817.840	15,43	102
2.4.2.	Organizacija i provedba događanja na području regije	300.000	40.000	16.283	0,31	41
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>2.143.000</b>	<b>2.344.500</b>	<b>2.320.560</b>	<b>43,79</b>	<b>99</b>
3.1.	Defin. branding sustava i brend arhitekture	20.000	40.000	35.209	0,66	88
3.2.	Oglašavanje destinacijske ponude i proizvoda	750.000	1.030.000	999.862	18,87	97
3.2.1.	Offline oglašavanje	200.000	120.000	90.949	1,72	76

3.2.2.	Online oglašavanje	550.000	910.000	908.913	17,15	100
<b>3.3.</b>	<b>Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR</b>	<b>100.000</b>	<b>100.000</b>	<b>96.294</b>	<b>1,82</b>	<b>96</b>
<b>3.4.</b>	<b>Marketinške i poslovne suradnje</b>	<b>243.000</b>	<b>227.500</b>	<b>242.357</b>	<b>4,57</b>	<b>106</b>
3.4.1.	Udruženo oglašavanje na regionalnoj razini	100.000	150.000	138.663	2,62	92
3.4.2.	Strateški projekti i suradnje	143.000	77.500	103.694	1,95	134
<b>3.5.</b>	<b>Sajmovi, posebne prezentacije i radionice</b>	<b>270.000</b>	<b>360.000</b>	<b>380.343</b>	<b>7,18</b>	<b>106</b>
3.5.1.	Nastupi na turističkim sajmovima	150.000	160.000	163.551	3,09	102
3.5.2.	Organizacija i sudjelovanje na prezentacijama	120.000	200.000	216.792	4,09	108
<b>3.6.</b>	<b>Suradnja s organizatorima putovanja</b>	<b>55.000</b>	<b>57.000</b>	<b>56.350</b>	<b>1,06</b>	<b>99</b>
<b>3.7.</b>	<b>Kreiranje promotivnog materijala</b>	<b>250.000</b>	<b>450.000</b>	<b>412.481</b>	<b>7,78</b>	<b>92</b>
<b>3.8.</b>	<b>Internetske stranice</b>	<b>30.000</b>	<b>25.000</b>	<b>44.148</b>	<b>0,83</b>	<b>177</b>
<b>3.9.</b>	<b>Kreiranje i upravljanje bazama turist. podataka</b>	<b>25.000</b>	<b>15.000</b>	<b>14.716</b>	<b>0,28</b>	<b>98</b>
<b>3.10.</b>	<b>Turističko-informativne aktivnosti</b>	<b>400.000</b>	<b>40.000</b>	<b>38.800</b>	<b>0,73</b>	<b>97</b>
<b>4.</b>	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>543.000</b>	<b>518.500</b>	<b>517.417</b>	<b>9,76</b>	<b>100</b>
4.1.	Turistički informacijski sustavi	3.000	17.000	16.466	0,31	97
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	70.000	105.000	105.494	1,99	100
4.3.	Koordinacija i nadzor	40.000	3.000	1.783	0,03	59
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	200.000	200.000	200.174	3,78	100
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	230.000	193.500	193.500	3,65	100
<b>5.</b>	<b>ČLANSTVO U STRUK. ORGANIZACIJAMA</b>	<b>-</b>	<b>1.000</b>	<b>903</b>	<b>0,02</b>	<b>90</b>
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	-	1.000	903	0,02	90
<b>6.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>582.230</b>	<b>609.500</b>	<b>609.163</b>	<b>11,50</b>	<b>100</b>
<b>6.1.</b>	<b>Plaće</b>	<b>498.500</b>	<b>500.000</b>	<b>490.125</b>	<b>9,25</b>	<b>98</b>
6.1.1.	Bruto plaće zaposlenika TZ SDŽ	450.000	450.000	440.377	8,31	98
6.1.2.	Izdaci za prijevoz na posao i s posla	5.500	5.000	5.025	0,10	100
6.1.3.	Ostale naknade za zaposlene	43.000	45.000	44.723	0,84	99
<b>6.2.</b>	<b>Materijalni troškovi</b>	<b>70.230</b>	<b>92.000</b>	<b>95.876</b>	<b>1,81</b>	<b>104</b>
<b>6.3.</b>	<b>Tijela turističke zajednice</b>	<b>13.500</b>	<b>17.500</b>	<b>23.162</b>	<b>0,44</b>	<b>132</b>
6.3.1.	Naknade za rad tijela	6.000	7.000	8.129	0,16	116
6.3.2.	Troškovi organizacije rada tijela	7.500	10.500	15.033	0,28	143
<b>7.</b>	<b>REZERVA I OSTALE AKTIVNOSTI</b>	<b>46.000</b>	<b>92.300</b>	<b>97.369</b>	<b>1,84</b>	<b>105</b>
7.1.	Usluge zaštitarske službe za zgradu	16.000	22.300	21.988	0,42	99
7.2.	Ostale neplanirane aktivnosti	30.000	70.000	75.381	1,42	108
<b>8.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>UKUPNI RASHODI</b>		<b>5.205.480</b>	<b>5.298.140</b>	<b>5.298.925</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>9.</b>	<b>FONDOVI – posebne namjene</b>	<b>250.000</b>	<b>217.737</b>	<b>202.942</b>	<b>-</b>	<b>93</b>
9.1.	Fond za TZ na nedovoljno razvijenim područjima	250.000	217.737	202.942	-	93
<b>VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA</b>						<b>1.939.434</b>

## **Zaključak:**

Godišnjim programom rada za 2024. godinu bile su utvrđene polazne osnove i ciljevi marketinške politike u turizmu, te temeljem toga aktivnosti koje je bilo potrebno poduzeti za realizaciju postavljenih ciljeva u 2024. godini. Godina 2024. je još jedna u nizu specifičnih turističkih godina, koja je po svojim obilježjima drukčija od prethodnih, posebice u kontekstu globalne inflacije, generalnog rasta cijena proizvoda i usluga, ali i u kontekstu potpunog oporavka sektora putovanja. U konačnici može se zaključiti da je turistička godina protekla u skladu s očekivanjima i procjenama stanja na konkurentskom mediteranskom tržištu te gospodarske situacije na emitivnim tržištima. Po mnogočemu je bila specifična, pa samim time i izazovna, što znači da je uz kvalitetnu pripremu tražila i brz odgovor i prilagođavanje na emitivnim tržištima. S obzirom na sve trendove i pojave koje su posljednjih godina zahvatile sektor putovanja na globalnoj razini, rast turističkog prometa od 5 posto u dolascima i 3 posto u noćenjima predstavlja uspjeh i rezultat s kojim turistički sektor može biti zadovoljan. Unatoč svim neizvjesnostima i prisutnim globalnim faktorima na tržištu, realizirana je jako uspješna turistička sezona i to posebice razdoblje pred i posezone.

Temeljem toga ostvarena su sredstva viška prihoda nad rashodima koja se prebacuju u 2025. godinu, s ciljem adekvatne pripreme turističke sezone. Turistička zajednica Splitsko - dalmatinska početkom svake godine ima značajno manji priljev sredstava nego je to slučaj u ljetnim mjesecima te iz tog razloga sredstva ostvarenog viška koja se prebacuju u narednu godinu, služe kao glavni alat realizacije planiranih aktivnosti. Ukupni prihodi TZ Splitsko – dalmatinske županije ostvareni u 2024. godini predstavljaju pozitivan zamah za realizaciju aktivnosti u 2025. godini.