

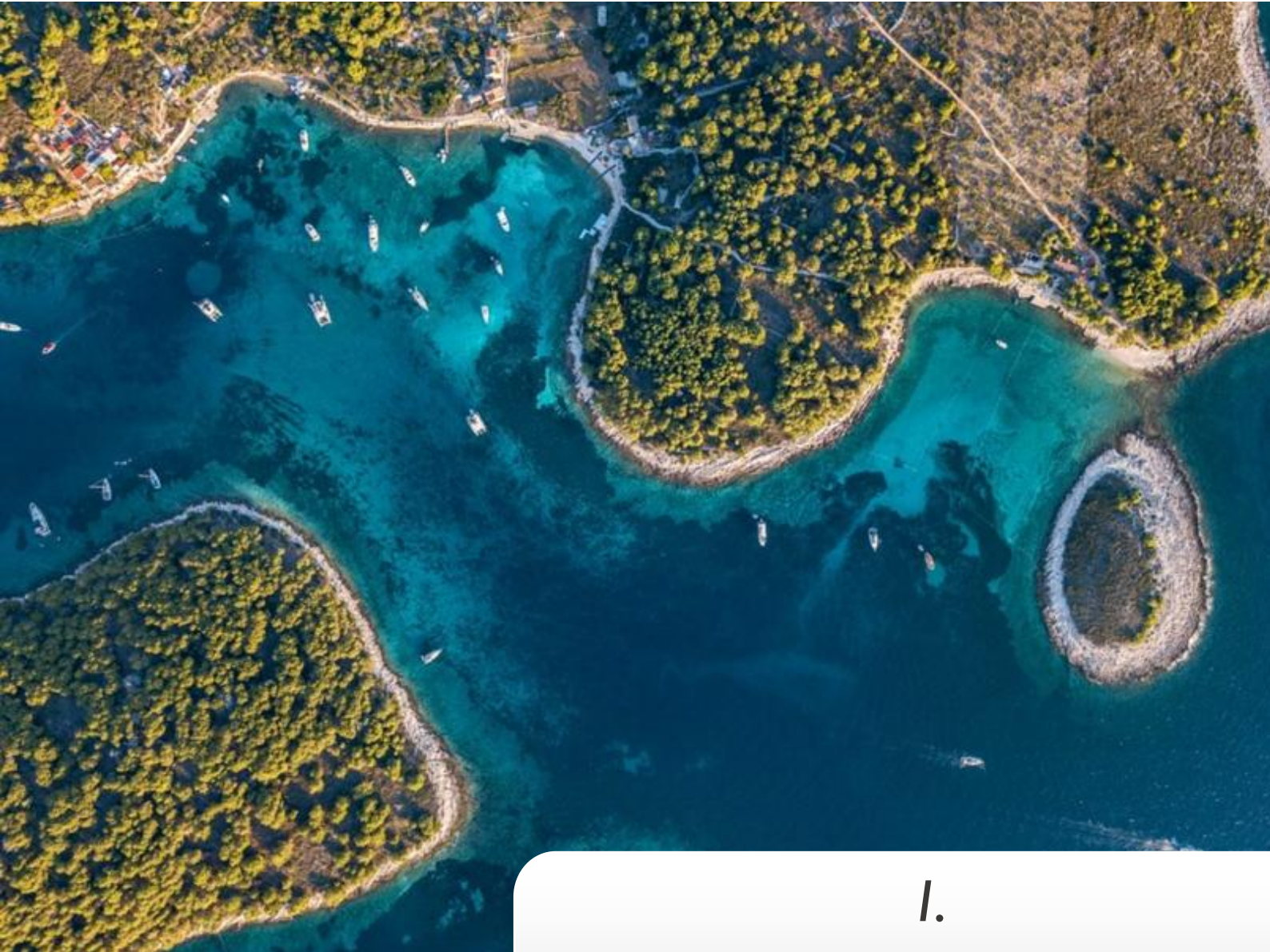
IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU I REALIZACIJI
PROGRAMA RADA
TZ SPLITSKO – DALMATINSKE
ŽUPANIJE
ZA 2025. GODINU

SREDNJA
DALMACIJA

Split, ožujak 2026. godine

Prihvaćeno i usvojeno na V redovnoj sjednici
Skupštine TZ Splitsko – dalmatinske županije,
održanoj dana 27.ožujka 2026. godine

Split



I.

Uvodne odrednice

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 2025. 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 2025. 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 TZ Splitsko – dalmatinske županije u 2025. 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



II.

*Turistički promet u RH i
na području SDŽ*

2.1. Turistički promet na razini Hrvatske

Godina 2025. bila je uspješna turistička godina koja je još jednom potvrdila da se hrvatski turizam sve snažnije razvija u smjeru cjelogodišnje i regionalno uravnotežene destinacije. Odlični rezultati u 2025. godini postignuti su i unatoč složenim globalnim okolnostima, inflatornim pritiscima i klimatskim promjenama. Snažna predsezona i posezona pokazale su da se Hrvatska sve jasnije pozicionira kao cjelogodišnja destinacija, dok se pritisci u vrhuncu ljetne sezone postupno smanjuju. Riječ je o strateškom usmjerenju na kvalitetu, veću dodanu vrijednost i ravnomjerniji razvoj turizma tijekom cijele godine. 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			
	2025	2024	25/24	2025	2024	25/24	% noć.
UKUPNO	21.837.209	21.346.584	102	110.132.564	108.735.364	101	100,00
Domaći	3.268.671	3.046.245	107	13.790.262	13.362.992	103	12,29
Strani	18.568.538	18.300.339	101	96.342.302	95.372.372	101	87,71

Izvor: eVisitor

Prema podacima sustava eVisitor, koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), u Hrvatskoj je tijekom 2025. godine ostvareno više od 21,8 milijuna dolazaka i 110,1 milijun noćenja, što u odnosu na 2024. predstavlja rast od 2 posto u dolascima i 1 posto u noćenjima. Od toga je na Jadranu ostvareno 104,6 milijuna noćenja, što je 1 posto više nego 2024., dok je na kontinentu, uključujući Zagreb, ostvareno 5,6 milijuna noćenja, što predstavlja rast od 2 posto u odnosu na 2024. 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 nautiku otpada 3%. U komercijalnom segmentu, obiteljski smještaj ostvario je 42% prometa, dok je hotelski smještaj ostvario 27%, a kamping segment 22% prometa.

Gledano prema tržištima, tijekom 2025. godine najviše noćenja ostvarili su turisti s tržišta Njemačke (22,3 milijuna noćenja), Hrvatske (13,8 milijuna noćenja), Slovenije (11,1 milijuna noćenja), Austrije (8,2 milijuna noćenja), Poljske (7,3 milijuna noćenja), Češke (4,9 milijuna noćenja) i UK-a (4,1 milijuna noćenja). 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 realizirano 30,3 milijuna noćenja, a zatim slijede Splitsko-dalmatinska županija sa 20,9 milijuna noćenja i Kvarner sa 18,5 milijuna noćenja. Gledano prema destinacijama najviše noćenja tijekom 2025. ostvareno je u Dubrovniku, Rovinju, Splitu, Poreču i Umagu.

Odlični rezultati koje je Hrvatska 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 2025. godine, prihodi od stranih turista iznosili su 13 milijardi i 411 milijuna eura što predstavlja rast od 1,7 posto u odnosu na isto razdoblje 2024. godine, odnosno uprihodovano je 223 milijuna eura više. Cjenovna nekonkurentnost Hrvatske, uz krize na nekim od najvećih emitivnih tržišta, glavni su razlog zašto u pojedinim mjesecima i na određenim emitivnim tržištima se bilježi pad broja noćenja. Taj trend pritisaka na cijene, očekuje se da će se nastaviti i u 2026. godini. Turisti će u budućnosti imati manje budžete i kraće boravke, pa će cjenovna konkurentnost biti presudna. Ističe se zato nužnost stabilizacije cijena, koja se mora dogoditi ako se želi zadržati razina prometa iz prijašnjih godina. Svako novo povećanje cijena mora pratiti povećanje kvalitete ili dodatne usluge, u protivnom cijene će se morati korigirati i prilagoditi potražnji.

1.2. Turistički promet na razini SD 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 na razini cijele godine Splitsko-dalmatinska županija zadržala status druge najposjećenije turističke regije u zemlji, odmah iza Istre, sa odličnom pred i posezonom.

U 2025. godini Splitsko – dalmatinsku županiju je prema podacima iz sustava eVisitor posjetilo 4,2 milijuna gostiju koji su ostvarili 20,9 milijuna noćenja u komercijalnom smještaju, nekomercijalnom smještaju te u charter segmentu nautike. To je rast od 3% u dolascima i 1% u noćenjima u odnosu na 2024. godinu, dosad rekordnu godinu po pitanju turističkog prometa. Od navedenog prometa, najveći dio ostvaren je od strane stranih turista (3,7 milijuna dolazaka i 19,2 milijuna noćenja) koji su ostvarili rast od 2% u dolascima i 1% u noćenjima. Domaći turisti ostvarili su 445.000 dolazaka i 1,7 milijuna noćenja, odnosno rast dolazaka od 8% i noćenja od 4%. Kada su u pitanju vrste smještaja, najviše noćenja ostvareno je u privatnom smještaju (objekti u domaćinstvu) i to 10,8 milijuna noćenja gdje je ostvaren rast od 2%, nakon toga slijede hoteli s 5,1 milijuna noćenja (+2%), ostali ugostiteljski objekti za smještaj 1,7 milijuna noćenja (na razini prošle godine) te charter segment nautike s 1,4 milijuna noćenja (+2%).

TURISTIČKI PROMET PO VRSTAMA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA na području SDŽ (razdoblje siječanj – prosinac 2025.)

	I - XII / 2025		INDEKS 2025/2024	
	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA
Hoteli	1.397.675	5.124.933	101	102
Kampovi	207.079	1.026.235	93	93
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	3.345	20.320	126	120
Objekti u domaćinstvu	1.844.378	10.800.502	104	102
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	436.817	1.709.873	103	100
Ostalo	186	1.461	163	211
Nautika	217.751	1.445.258	102	102
UKUPNO	4.107.231	20.128.582	103	101

Najčešće dobne skupine turista koji su posjetile Srednju Dalmaciju u 2025. godini bili su putnici između 41 i 50 godina (3,7 milijuna noćenja) te između 19 i 30 godina (3,7 milijuna noćenja), no gledajući sve dobne skupine, razlike u ostvarenom prometu su male što potvrđuje kako je Splitsko-dalmatinska županija privlači različite profile putnika bilo da je riječ o obiteljima s djecom, mladim parovima bez djece, pojedinačnim putnicima, umirovljenicima itd.

TURISTIČKI PROMET PO PODRUČJIMA SDŽ (siječanj – prosinac 2025.)

DESTINACIJE	DOLASCI turista		NOĆENJA turist	
	UKUPNO	Index 25/24	UKUPNO	Index 25/24
1	2	3	4	5
SPLITSKA RIVIJERA	2.103.995	103	8.784.031	102
MAKARSKA RIVIJERA	1.040.182	100	5.953.189	99
DALMAT. ZAGORA	69.214	108	362.453	105
OTOK BRAČ	288.795	101	1.765.353	100
OTOK HVAR	341.598	105	1.554.438	103
OTOK VIS	45.696	101	263.860	98
UKUPNO	3.889.480	103	18.489.091	11

Izvor: sustav eVisitor (podaci bez nautike i nekomercijalnog smještaja)

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 2025. godini iznosio je 54%, Makarske rivijere 27%, otoka Hvara 8%, otoka Brača 7%, Visa 1% i Zagore 2%. Istovremeno, gledajući ukupna ostvarenja turističkog prometa u pogledu noćenja turista, udio Splitske rivijere iznosio je 47%, a Makarska rivijera ostvarila je udio od 32%. Destinacije koje su bile najpopularnije u 2025. godini na području Splitsko-dalmatinske županije su Split s 3,2 milijuna noćenja, Makarska (1,7 milijuna noćenja), Omiš (1,0 milijuna noćenja), Baška Voda (950 tisuća noćenja) i Tučepi (842 tisuće noćenja).

TOP DESTINACIJE na području SDŽ, razdoblje I - XII 2025. - dolasci

SPLIT	MAKARSKA	HVAR	OMIŠ	BAŠKA VODA
1.073.321 +3%	329.374 +4%	209.489 +6%	180.697 +3%	162.685 -2%

TOP DESTINACIJE na području SDŽ, razdoblje I – XII 2025. - noćenja

SPLIT	MAKARSKA	OMIŠ	BAŠKA VODA	TUČEPI
3.185.901 +3%	1.721.784 +2%	1.071.978 +1%	946.962 -6%	842.174 +1%

Zbog rastuće inflacije i geopolitičkih preslagivanja, 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 pozitivni 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 2025. nove goste, a po brojnosti prednjačili su Nijemci, Poljaci, i UK-a, turisti iz UK-a i SAD-a te Česi. Tako je najveći broj noćenja ostvaren s tržišta Njemačke i Poljske odakle je ostvareno 4,8 milijuna noćenja, odnosno 2,4 milijuna noćenja sa svakog tržišta (promet na razini prošle godine), zatim slijede domaći turisti s 1,7 milijuna noćenja (rast od 4%), turisti iz Velike Britanije s 1,3 milijuna noćenja, Češke s 1,2 milijuna noćenja i SAD s 885.000 noćenja. Od 20 najvećih tržišta, najveći rast prošle godine ostvarili su SAD (+13%), Kanada (+10%), Španjolska (+9%), Norveška i Velika Britanija (+4%). 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 2025)

Zemlja	Dolasci	Noćenja	Indeks dolasci	Indeks noćenja
Poljska	337.642	2.286.564	102	99
Njemačka	359.971	2.222.538	99	100
BiH	287.696	1.265.834	111	108
UK	258.670	1.217.700	103	104
Češka	155.975	1.134.021	92	91
Ukrajina	109.870	741.988	128	125
Slovenija	114.107	739.549	97	96
SAD	270.418	709.063	114	114
Slovačka	96.660	688.839	95	94
Francuska	161.651	657.542	93	95

Izvor: sustav eVisitor (podaci bez nautike)



III.

1. Financijsko izvješće – PRIHODI

3.1. OSTVARENI PRIHODI

RB	PRIHODI	Plan 2025	Rebplana 2025	Realizacija 2025	Udio %	Real./ repla.
1.	IZVORNI PRIHODI	4.600.000	4.635.000	4.610.624	68,52	99,5
1.1.	Turistička pristojba UK	3.650.000	3.675.000	3.661.076	54,41	99,6
1.1.1.	Turistička pristojba (paušal, noćenja)	3.255.000	3.360.000	3.349.765	49,78	99,7
1.1.2.	Turistička pristojba nautika	395.000	315.000	311.311	4,63	98,8
1.2.	Članarina	950.000	960.000	949.548	14,11	98,9
2.	PRIHODI IZ PRORAČUNA	-	-	-	-	-
3.	PRIHODI OD SUSTAVA TZ	100.000	150.000	142.258	2,11	94,8
4.	PRIHODI IZ EU FONDOVA	-	1.600	1.600	0,02	100,0
5.	PRENESENI PRIHOD iz pret. god.	2.100.000	1.939.434	1.939.434	28,82	100,0
6.	OSTALI prihodi	25.000	30.500	34.649	0,51	113,6
	UKUPNO PRIHODI	6.825.000	6.756.534	6.728.565	100,00	99,6

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 2025. godinu temeljio se na ukupnim prihodima od 6.825.000 eura, od čega je temeljni prihod bio planiran u iznosu od 4.725.000 eura, a razliku je predstavljao prijenos viška prihoda iz prethodne godine. Financijski plan 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 je donijela izmjene i dopune programa, koje su usvojene na IV redovnoj sjednici Skupštine i V redovnoj sjednici Turističkog vijeća TZ Splitsko - dalmatinske. Temeljem izmjena i dopuna programa planiralo se blago povećanje prihoda po gotovo svim stavkama, izuzev prenesenog prihoda, tj. ostvarenje od 6.756.534 eura ukupnih prihoda, a na koncu obračunskog razdoblja zabilježeno je ukupno 6.728.565 eura ukupnih prihoda, što je gotovo istovjetno s planiranim sredstvima temeljem rebalansa plana i programa.

Od toga temeljni ostvareni prihod iznosi 4.789.131 eura, a ostatak predstavlja preneseni višak prihoda iz proteklog razdoblja. Ukupni prihod ostvaren u 2025. godini je za 7% manji u odnosu na ukupne prihode ostvarene u 2024. godini i to prvenstveno zbog manjeg prijenosa Prihoda iz prethodne godine, odnosno većeg obujma uložених sredstava u promotivne aktivnosti.

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 pozitivan ishod turističke godine. 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. U 2025. godini u odnosu na 2024. godinu zabilježen je porast prihoda iz osnove turističke pristojbe i članarine, dok su preneseni prihodi znatno manji u usporedbi s prethodnim godinama. Gledajući strukturu realiziranih prihoda Zajednice u 2025., najveći udio pripada prihodima od turističke pristojbe i članarine, te prenesenom prihodu iz prethodne godine.

Pojašnjenje pojedinih stavki realiziranih prihoda je sljedeće;

3.1.1. 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 2025. 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. Prihodi od turističke pristojbe su u konačnici nešto veći u odnosu na planom predviđena sredstva. Tako je iz osnove cjelokupne pristojbe u 2025. ostvareno ukupno 3.661.076 eura, što je neznatno više u odnosu na prvobitno planirana sredstva, gotovo istovjetno u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna programa i 9% više u odnosu na realizirana sredstva iz prošle godine.

Pri tome su prihodi od turističke pristojbe – paušal i po noćenju realizirani u iznosu od 3.349.765 eura, što je 12 poto više u odnosu na prethodnu godinu, a prihodi od turističke pristojbe u nautici u iznosu od 311.311 eura, što je za 17 posto manje u odnosu na prošlu godinu. Prihodi od turističke pristojbe sudjeluju sa 54 posto udjela u ukupno realiziranim prihodima u 2025. 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 2025. godinu i usporedba s 2024. godinom – 15% TZŽ

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

Rd. br.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTIČKA PRISTOJBA – 2025	TURISTIČKA PRISTOJBA – 2024	INDEKS 25/24
1.	TZ Baška Voda	128.774,11	126.983,64	101
2.	TZ Brela	91.836,34	91.328,54	101
3.	TZ Bol	94.993,99	83.476,94	114
4.	TZ Drvenik	41.213,65	35.767,40	115
5.	TZ Dugi Rat	64.262,27	64.900,78	99
6.	TZ Dugopolje	2.777,84	2.137,22	130
7.	TZ Gradac	76.794,43	70.598,81	109
8.	TZ Hvar	146.635,28	126.489,15	116
9.	TZ Igrane	19.999,46	18.789,66	106
10.	TZ Imota	26.368,75	27.239,93	97
11.	TZ Jelsa	75.550,05	71.988,23	105
12.	TZ Kaštela	110.632,10	102.981,30	107
13.	TZ Komiza	31.469,90	26.057,74	121
14.	TZ Makarska	233.342,07	227.669,21	102
15.	TZ Marina	57.467,02	54.452,01	105
16.	TZ Milna	33.990,07	32.220,33	105
17.	TZ Omiš	167.652,50	154.416,14	109
18.	TZ Okrug	114.634,63	97.257,59	118
19.	TZ Pučišća	6.284,00	6.084,54	103
20.	TZ Podstrana	128.527,62	99.097,46	130

21.	TZ Podgora	83.748,40	76.465,14	109
22.	TZ Postira	31.045,03	28.141,59	110
23.	TZ Supetar	109.915,65	103.809,67	106
24.	TZ Split	660.762,61	567.338,30	116
25.	TZ Sinj	6.537,38	6.563,49	100
26.	TZ Sutivan	22.576,27	17.982,81	125
27.	TZ Seget	134.851,55	99.342,34	136
28.	TZ Stari Grad	47.038,58	45.443,32	103
29.	TZ Selca	20.892,86	15.248,89	137
30.	TZ Solin	17.799,44	17.504,18	102
31.	TZ Šestanovac	4.498,73	2.625,71	171
32.	TZ Šolta	27.513,00	23.943,49	115
33.	TZ Trilj	2.727,46	2.410,33	113
34.	TZ Trogir	138.130,64	124.588,39	111
35.	TZ Tučepi	113.570,42	107.354,06	106
36.	TZ Vis	69.038,36	45.798,36	151
37.	TZ Vrgorac	1.679,83	1.260,27	133
38.	TZ Vrboska	28.166,13	24.712,55	114
39.	TZ Vrljika	615,66	647,13	95
40.	TZ Živogošće	58.203,06	48.912,91	119
41.	Područja bez TZ	117.248,01	118.927,96	99
UKUPNO po TZ		3.349.765,15	2.998.957,51	112
	TP – nautičari	311.310,67	373.150,52	83
UKUPNO TP		3.661.075,82	3.372.108,03	109

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 13.02.2026. godine, zaduženje za sve obveznike na razini TZ Splitsko – dalmatinske županije u bruto iznosu je 23.528.844,24 eur. Od toga je do spomenutog datuma uplaćeno 23.149.923,66 eur. Također, postoji neuplaćeni dio duga iz prethodnih razdoblja koji trenutačno za područje TZ Splitsko – dalmatinske županije iznosi 3.751.955,78 eur. Temeljem svega navedenoga potraživanja po osnovi turističke pristojbe za TZ Splitsko – dalmatinsku iznose 4.130.876,36 eura bruto.

Istovremeno zaduženje za sve obveznike na razini TZ Splitsko – dalmatinske županije u neto iznosu sa stanjem na dan 13.02.2026. iznosilo je 3.405.828,88 eur. Od toga je do spomenutoga datuma uplaćeno 3.348.729,49 eura. Neuplaćeni dio duga iz prethodnih razdoblja za područje TZ Splitsko – dalmatinske iznosi neto 499.933,83 eura. Sukladno navedenom potraživanju po osnovi turističke pristojbe za TZ Splitsko – dalmatinsku iznose neto 557.033,22 eura.

3.1.2. 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 2025. godinu planirao se malo veći iznos prihoda od članarine u odnosu na izmjene plana za 2024. godinu, odnosno planirao se prihod u iznosu od 950.000 eura. Međutim, sukladno podacima Porezne uprave o boljoj fiskalizaciji očekivali su se u konačnici nešto bolji ostvareni prihodi gospodarskih djelatnosti koje su obveznici plaćanja turističke članarine. Sagledavajući sve navedene faktore, posebice utjecaj inflatornih faktora, godina 2025. što se tiče naplate članarine bolja je u usporedbi s prošlom godinom.

U konačnici je iz osnove članarine u 2025. godini ostvareno ukupno 949.548 eura što je za 6 posto više u odnosu na ostvarene prihode članarine iz prethodne godine i istovjetno prvobitno planiranim sredstvima. Prihodi od članarine sudjeluju sa 14 posto udjela u ukupno realiziranim prihodima turističke zajednice u 2025. godini.

Tabela:

Pregled prihoda od uplaćene članarine po TZ gradova, općina, mjesta i područja za 2025. godinu i usporedba s 2024. godinom – 15% TZŽ

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

RE. BR.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	ČLANARINA – 2025	ČLANARINA – 2024	INDEX 25/24
1.	TZ Baška Voda	15.324,97	15.329,09	100
2.	TZ Brela	11.711,61	11.303,51	104
3.	TZ Bol	15.218,78	12.754,30	119
4.	TZ Drvenik	2.749,69	3.511,69	78
5.	TZ Dugi Rat	35.247,56	30.628,19	115
6.	TZ Dugopolje	57.612,11	37.961,45	152
7.	TZ Gradac	9.919,41	8.052,69	123
8.	TZ Hvar	40.824,66	33.388,39	122
9.	TZ Igrane	2.119,15	2.016,50	105
10.	TZ Imota	13.143,67	12.426,65	106
11.	TZ Jelsa	9.845,49	9.938,10	99
12.	TZ Kaštela	64.187,95	61.774,28	104
13.	TZ Komiza	3.823,09	3.963,83	96
14.	TZ Makarska	56.047,32	53.416,03	15
15.	TZ Marina	6.407,55	7.382,73	87
16.	TZ Milna	3.708,49	3.352,84	111
17.	TZ Omiš	29.327,46	32.453,03	90
18.	TZ Okrug	12.072,95	12.342,22	98
19.	TZ Pučišća	1.675,58	1.350,71	124
20.	TZ Podstrana	21.357,55	20.540,46	104
21.	TZ Podgora	10.027,30	8.717,32	115
22.	TZ Postira	4.521,80	4.037,34	112
23.	TZ Supetar	15.939,51	15.028,04	106

24.	TZ Split	328.165,92	331.781,34	99
25.	TZ Sinj	15.522,85	15.361,22	101
26.	TZ Sutivan	3.060,52	2.886,06	106
27.	TZ Seget	15.984,42	15.378,57	104
28.	TZ Stari Grad	10.284,43	9.546,66	108
29.	TZ Selca	2.906,02	3.029,95	96
30.	TZ Solin	37.735,02	34.677,70	109
31.	TZ Šestanovac	4.405,03	1.547,73	285
32.	TZ Šolta	5.232,55	5.172,44	101
33.	TZ Trilj	3.187,63	2.634,45	121
34.	TZ Trogir	39.630,87	33.396,65	119
35.	TZ Tučepi	14.636,21	14.082,13	104
36.	TZ Vis	7.644,26	7.612,88	100
37.	TZ Vrboska	2.040,69	997,73	205
38.	TZ Vrgorac	10.352,50	10.506,43	98
39.	TZ Vrljika	2.336,82	1.938,03	121
40.	TZ Živogošće	3.608,98	3.372,70	107
UKUPNO		949.548,37	895.592,06	106

Najveći iznos naplate članarine u 2025. godini zabilježen je na području gradova Splita, Kaštela, Makarske i Hvara te općine Dugopolje. Ukupno ostvareni prihodi turističke pristojbe i članarine u 2025. godini iznose 4.299.313,52 eura (bez nautike), što je za 10% više u odnosu na prošlu godinu.

Rekapitulacija prihoda TP i Č po TZ u 2025.g. – 15% TZŽ

RE. BR.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTIČKA PRISTOJBA	ČLANARINA	UKUPNO	UDIO %
1.	TZ Baška Voda	128.774,11	15.324,97	144.099,08	3,35
2.	TZ Brela	91.836,34	11.711,61	103.547,95	2,41
3.	TZ Bol	94.993,99	15.218,78	110.212,77	2,56
4.	TZ Drvenik	41.213,65	2.749,69	43.963,34	1,02
5.	TZ Dugi Rat	64.262,27	35.247,56	99.509,83	2,31
6.	TZ Dugopolje	2.777,84	57.612,11	60.389,95	1,40
7.	TZ Gradac	76.794,43	9.919,41	86.713,84	2,02
8.	TZ Hvar	146.635,28	40.824,66	187.459,94	4,36
9.	TZ Igrane	19.999,46	2.119,15	22.118,61	0,51
10.	TZ Imota	26.368,75	13.143,67	39.512,42	0,92

11.	TZ Jelsa	75.550,05	9.845,49	85.395,54	1,99
12.	TZ Kaštela	110.632,10	64.187,95	174.820,05	4,07
14.	TZ Komiža	31.469,90	3.823,09	35.292,99	0,82
15.	TZ Makarska	233.342,07	56.047,32	289.389,39	6,73
16.	TZ Marina	57.467,02	6.407,55	63.874,57	1,49
17.	TZ Milna	33.990,07	3.708,49	37.698,56	0,88
18.	TZ Omiš	167.652,50	29.327,46	196.979,96	4,58
19.	TZ Okrug	114.634,63	12.072,95	126.707,58	2,95
20.	TZ Pučišća	6.284,00	1.675,58	7.959,58	0,18
21.	TZ Podstrana	128.527,62	21.357,55	149.885,17	3,49
22.	TZ Podgora	83.748,40	10.027,30	93.775,70	2,18
23.	TZ Postira	31.045,03	4.521,80	35.566,83	0,83
24.	TZ Supetar	109.915,65	15.939,51	125.855,16	2,93
25.	TZ Split	660.762,61	328.165,92	988.928,53	23,00
26.	TZ Sinj	6.537,38	15.522,85	22.060,23	0,51
27.	TZ Sutivan	22.576,27	3.060,52	25.636,79	0,60
28.	TZ Seget	134.851,55	15.984,42	150.835,97	3,51
29.	TZ Stari Grad	47.038,58	10.284,43	57.323,01	1,33
30.	TZ Selca	20.892,86	2.906,02	23.798,88	0,55
32.	TZ Solin	17.799,44	37.735,02	55.534,46	1,29
33.	TZ Šestanovac	4.498,73	4.405,03	8.903,76	0,21
34.	TZ Šolta	27.513,00	5.232,55	32.745,55	0,76
35.	TZ Trilj	2.727,46	3.187,63	5.915,09	0,14
36.	TZ Trogir	138.130,64	39.630,87	177.761,51	4,13
37.	TZ Tučepi	113.570,42	14.636,21	128.206,63	2,98
38.	TZ Vis	69.038,36	7.644,26	76.682,62	1,78
39.	TZ Vrboska	1.679,83	2.040,69	3.720,52	0,09
40.	TZ Vrgorac	28.166,13	10.352,50	38.518,63	0,90
41.	TZ Vrljika	615,66	2.336,82	2.952,48	0,07
42.	TZ Živogošće	58.203,06	3.608,98	61.812,04	1,44
43.	Područja bez TZ	117.248,01	-	117.248,01	2,73
U K U P N O*		3.349.765,15	949.548,37	4.299.313,52	100,00

*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 2025. godini realizirao na području sljedećih TZ-a;

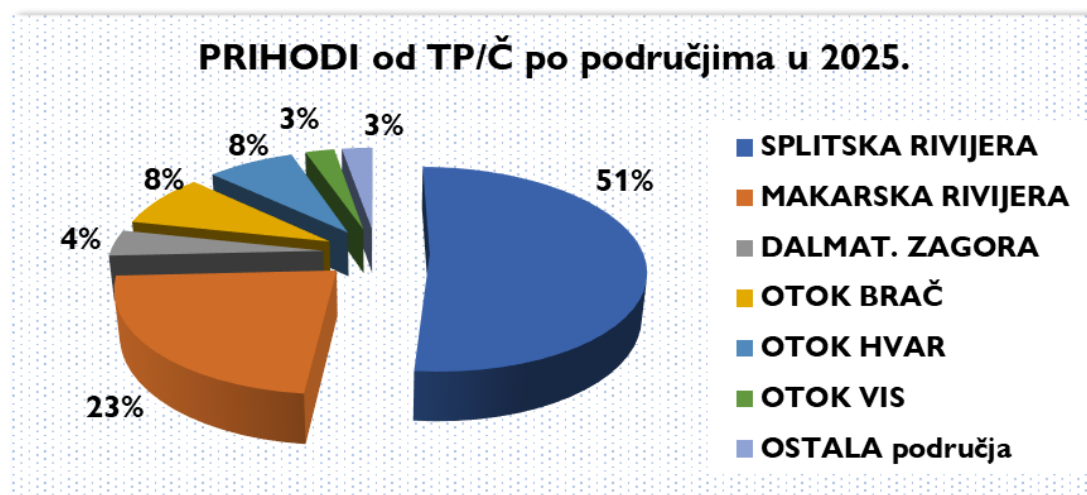
- Split – udio od 23% u ukupnim izvornim prihodima
- Makarska - udio od 7% u ukupnim izvornim prihodima
- Omiš – udio od 5% u ukupnim izvornim prihodima
- Kaštela, Hvar i Trogir– udio oko 4%

Tablica: Raspodjela PRIHODA TP i Č po destinacijama u 2025. – 15% TZŽ

Izvor: ured TZ SDŽ, Split

DETINACIJSKA PODRUČJA	PRIHODI TP/Č - 2025	PRIHODI TP/Č - 2024	Index 25/24	UDIO – %
SPLITSKA RIVIJERA	2.217.583,18	1.991.349,59	111	51,58
MAKARSKA RIVIJERA	973.626,58	923.671,03	105	22,65
DALMAT. ZAGORA	178.252,56	148.712,32	120	4,15
OTOK BRAČ	366.728,57	329.404,01	111	8,53
OTOK HVAR	333.899,01	299.051,85	112	7,77
OTOK VIS	111.975,61	83.432,81	134	2,60
OSTALA područja bez TZ	117.248,01	118.927,96	99	2,73
UKUPNO	4.299.313,52	3.894.549,57	110	100,00

Struktura ostvarenih prihoda u 2025. 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 većem od 2,2 milijuna eura što je za 11% više naplate u usporedbi s prošlom godinom. Istovremeno udio Splitske rivijere u ostvarenim prihodima na razini Županije iznosi u 2025. godini 52%. Na drugom mjestu slijedi područje Makarske rivijere, koje sa zabilježenim uplatama u iznosu od približno 974 tisuće eura, a što je za 5% više naplate u usporedbi s 2024. godinom, ostvaruje učešće od 23% u prihodima TZ Splitsko – dalmatinske županije. Otok Brač sa evidentiranim prihodima u iznosu od oko 366 tisuća eura, što predstavlja udio od 8,5% na razini regije, zauzima treće mjesto po ukupnom obujmu naplate pristojbe i članarine u 2025. godini. Sa nešto manjim udjelom zastupljen je i otok Hvar koji je u 2025. ostvario iznos od gotovo 334 tisuća eura naplate pristojbe i članarine, a što je za 12% više u usporedbi s prošlom godinom. Područje Dalmatinske zagore, kao i otok Vis zabilježili su značajan porast prihoda u odnosu na prošlu godinu.



3.2. 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 cjelovitim izvješćem o korištenju sredstava. Prihodi iz proračuna nisu bili planirani za 2025. godinu, jer nije postojala potreba za prijenosom sredstava.

3.3. 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 100.000 eura predstavljaju prihodi višeg ili nižeg ustroja sustava TZ za zajedničke promotivne aktivnosti i izmjenama i dopunama programa povećani su na iznos od 150.000 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 142.258 eura, što je za 5 posto manje u odnosu na izmjene i dopune programa. Temeljem konačnog obračuna za 2025. godinu, prihodi od sustava TZ sudjeluju sa 2 posto udjela u ukupnim prihodima turističke zajednice.

Rekapitulacija prihoda od sustava TZ:

TURISTIČKE ZAJEDNICE	Iznos TR
Hrvatska turistička zajednica	5.000,00
- Refundacija troškova sufinanciranja izrade spota Copacabana u izvedbi DJ Antoine, Mad Mark&Lovespeake	
TZ Zadarske županije	9.130,65
- refundacija 1/5 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam BTRAVEL Barcelona	
- refundacija 1/3 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam MATKA Helsinki	
TZ Ličko – senjske županije	2.447,95
- refundacija 1/5 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam BTRAVEL Barcelona	
- refundacija 1/3 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam MAP Paris	
TZ Dubrovačko – neretvanske županije	9.130,65
- refundacija 1/5 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam BTRAVEL Barcelona	
- refundacija 1/3 troškova zakupa i uređenja štanda, sajam MATKA Helsinki	
Sustav TZ SDŽ – Kaštela, Marina, Split, Podstrana, Šolta, Okrug, Drvenik, Supetar, Sutivan, Sinj, Brela, Milna, Komiza, Stari Grad, Pučišća, Selca, Imota, Postira, Makarska, Dugopolje, Jelsa;	22.150,00
- refundacija troškova hotelskog smještaja za sudjelovanje na studijskom putovanju za sustav TZ u Portugalu u organizaciji TZ SDŽ	
TZ grada Splita	89.953,22
- refundacija 50% troška nastupa na sajmu ITB Berlin	
- refundacija 50% troška nastupa na sajmu TRAVEL New York i Chicago	
- refundacija 50% troška nastupa na sajmu FITUR Madrid	
- refundacija 50% troška nastupa na sajmu WTM London 2025 i 2024	
- refundacija troškova strateškog oglašavanja – KLM	
- refundacija troškova strateškog oglašavanja – EASYJET	
- refundacija troškova strateškog oglašavanja – VOLOTEA	
- refundacija troškova strateškog oglašavanja – EUROWINGS	
- refundacija troškova strateškog oglašavanja – EDELWEISS	
- refundacija troškova strateškog oglašavanja – SNAV	
TZ grada Zagreba	4.363,40
- refundacija troškova nastupa na sajmu B TRAVEL Barcelona i otpreme materijala	
TZ općine Baška Voda	81,94
- refundacija troškova dostave promotivnog materijala tijekom 2025.	

3.4. PRIHODI IZ EU fondova

Prihode iz EU fondova predstavljaju prihodi koje turistička zajednica ostvaruje za provedbu određenog projekta koji se financira sredstvima iz EU fondova. TZ Splitsko – dalmatinske županije od sredine 2025. godine sudjeluje u Interreg projektu pod nazivom MED4REGEN koji prvobitno nije bio planiran, te je u 2025. godini ostvarila prihod od 1.600 eura.

Program Interreg, kao jedan od ključnih mehanizama prekogranične suradnje, omogućuje provedbu projekata koji ne samo da potiču kulturnu razmjenu između zemalja, već i doprinose očuvanju zajedničke kulturne baštine, održivom turizmu i jačanju regionalne konkurentnosti.

3.5. 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 1.939.434 eura (u bruto bilanci 2.220.282 eura zbog različitog načina prikazivanja troška amortizacije i troška nabave sredstava u financijskim izvješćima koje podnosi ured TZ SDŽ), te je prenesen u 2025. godinu kao višak iz prethodne godine i sudjeluje sa 29% u ukupnim prihodima turističke zajednice. Ured TZ Splitsko - dalmatinske kontinuirano na kraju obračunskog razdoblja bilježi višak prihoda nad rashodima, ali prisutna je tendencija značajnog smanjenja u odnosu na prijašnja razdoblja.

3.6. OSTALI prihodi

Ostali prihodi realizirani su u iznosu od 34.649 eura i predstavljaju kamate – prihode od pozitivnih tečajnih razlika, povrat sredstava temeljem dugoročnog najma vozila, prihode od refundacija po osnovi plaćanja zajedničke zaštitarske službe koja djeluje na adresi Zajednice, refundaciju sredstava od strane Croatia Airlines povodom organizacije zajedničke prezentacije u Oslu i ostale nespomenute prihode od pravnih i fizičkih osoba.



III.

*2. Financijsko izvješće –
RASHODI (aktivnosti)*

3.2. OSTVARENE AKTIVNOSTI PO VRSTAMA

Rashodi aktivnosti proizlaze iz realizacije usvojenog godišnjeg Programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2025. godinu, kao i Izmjena i dopuna godišnjeg programa rada TZ Splitsko – dalmatinske za 2025. 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 2025. za Turističku zajednicu Splitsko-dalmatinske županije bila je posebno simbolična. Obilježeno je 30 godina rada i djelovanja, slaveći sve ono što se gradilo kroz godine te istovremeno otvarajući novo poglavlje razvoja destinacije. Svaki projekt, kampanja i nastup nastajali su iz ljubavi prema prostoru u kojem živimo, uz uključenost lokalnih zajednica, partnera i suradnika. Pri tome se oblikovala Srednja Dalmacija kao destinacija koja se ne samo posjećuje, već istinski doživljava. Poseban pečat 2025. godini dalo je veliko međunarodno priznanje – Srednja Dalmacija proglašena je Europskom regijom gastronomije za 2027. godinu, čime je potvrđena snaga, autentičnost i kvaliteta eno-gastro ponude na europskoj razini. Uz to, brojni projekti, kampanje i nagrade dodatno su učvrstili poziciju Srednje Dalmacije kao prepoznatljive i inspirativne turističke destinacije. Kroz projekte, kampanje i međunarodne nastupe dodatno se Srednja Dalmacija pozicionirala na globalnoj turističkoj karti. Inicijative poput Volim more, Povratak igri, izložbe „Iz visina u tišinu“ na Biševu i projekta Zelena linija povezale su održivost, zajednicu, kulturu i turistički potencijal zaleđa. Destinaciju se predstavila i na vodećim sajmovima u Europi i SAD-u te kroz posebne prezentacije u New Yorku, Oslu i Varšavi, uz integrirane promotivne kampanje na ključnim emitivnim tržištima. Međunarodnu vidljivost dodatno su osnažila studijska putovanja novinara i kreatora sadržaja, video i storytelling projekti te javni pozivi za razvoj novih proizvoda. Kao priznanje dugogodišnjem radu, Splitsko-dalmatinska županija proglašena je Europskom regijom gastronomije 2027. godine.

U svakom slučaju, 2025. 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.

Ukupni rashodi ostvareni u 2025. godini iznose 5.716.672 eura (u bruto bilanci 5.744.221 eur), što je za 2% manje u usporedbi s planiranim rashodima temeljem izmjena i dopuna plana, a što je i za 8% više u odnosu na rashode iz 2024., čime se potvrđuje značajan opseg provedenih aktivnosti u 2025.

REKAPITULACIJA AKTIVNOSTI PO VRSTAMA – tablica

	AKTIVNOSTI	Plan 2025	Rebalans 2025	Izvršenje 2025	udio %	Real. /repl.
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	156.250	120.738	120.738	2,11	100
1.1.	Izrada strateških i akcijskih dokumenata	120.000	104.625	104.625	1,83	100
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	30.000	9.875	9.875	0,17	100
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	6.250	6.238	6.238	0,11	100
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	2.300.000	2.250.000	2.270.419	39,72	101
2.1.	IDENT. I VRED. RESURSA I STRU.TUR.PROIZVO.	350.000	387.000	387.000	6,77	100
2.1.1.	Pozivni natječaj za sustav TZ na području Županije	350.000	387.000	387.000	6,77	100
2.2.	SUSTAVI OZNAČAVANJA KVAL. TUR. PROIZV.	570.000	482.000	512.809	8,97	106
2.2.1.	Aktivni turizam Srednje Dalmacije	130.000	80.000	78.238	1,37	98
2.2.2.	Kulturni turizam Srednje Dalmacije	120.000	65.000	67.399	1,18	104
2.2.3.	Enogastronomija Srednje Dalmacije	250.000	305.000	335.821	5,87	110
2.2.4.	Nautički turizam Srednje Dalmacije	50.000	27.000	26.556	0,47	98
2.2.5.	Zdravstveni turizam Srednje Dalmacije	20.000	5.000	4.795	0,08	96
2.3.	PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI	150.000	148.000	144.713	2,53	98
2.3.1.	Potpore razvoju programa DMK-a	50.000	41.000	41.000	0,72	100
2.3.2.	Suradnja s strukovnim udruženjima	60.000	45.000	42.013	0,73	93
2.3.3.	Potpore ostalim subjektima u turizmu	40.000	62.000	61.700	1,08	99
2.4.	PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA	1.230.000	1.220.000	1.198.794	20,97	98
2.4.1.	Potpore TZ i subjektima za događanja – Javni poziv	1.000.000	1.110.000	1.093.613	19,13	98
2.4.2.	Organizacija i provedba događanja na području regije	230.000	110.000	105.181	1,84	96
2.5.	EU PROJEKTI	-	13.000	27.103	0,47	208

2.5.1.	Projekt MED4REGEN	-	13.000	27.103	0,47	208
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	2.527.000	2.126.000	2.033.346	35,57	96
3.1.	DEFIN. BRENDING SUSTAVA I BREND ARHITEKT.	20.000	-	-	-	-
3.2.	OGLAŠAVANJE DESTIN. PONUDE I PROIZVODA	1.020.000	1.005.000	1.009.663	17,66	100
3.2.1.	Offline oglašavanje	120.000	135.000	133.576	7,34	99
3.2.2.	Online oglašavanje	900.000	870.000	876.087	15,32	101
3.3.	ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR	100.000	100.000	98.515	1,72	98
3.4.	MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE	292.000	406.000	391.491	6,85	96
3.4.1.	Udruženo oglašavanje na regionalnoj razini	160.000	170.000	151.497	2,65	89
3.4.2.	Strateški projekti i suradnje	132.000	236.000	239.994	4,20	102
3.5.	SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I RADIONICE	380.000	292.000	292.758	5,12	100
3.5.1.	Nastupi na turističkim sajmovima	160.000	140.000	139.205	2,43	99
3.5.2.	Organizacija i sudjelovanje na prezentacijama i radi.	220.000	152.000	153.553	2,69	101
3.6.	SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA	70.000	38.000	42.735	0,75	112
3.7.	KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA	450.000	200.000	122.427	2,14	61
3.8.	INTERNETSKJE STRANICE	25.000	20.000	17.136	0,30	86
3.9.	KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA	20.000	20.000	17.008	0,30	85
3.10.	TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI	150.000	45.000	41.613	0,73	92
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	645.000	554.000	548.315	9,59	99
4.1.	TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI	15.000	18.000	17.209	0,30	96
4.2.	STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE	100.000	40.000	35.772	0,63	89
4.3.	KOORDINACIJA I NADZOR	100.000	70.000	69.621	1,22	99
4.4.	UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI	200.000	140.000	139.713	2,44	100
4.5.	POTICANJE NA UREĐENJE DESTINACIJE	230.000	286.000	286.000	5,00	100
5.	ČLANSTVO U STRUK. ORGANIZACIJAMA	1.000	25.903	25.903	0,45	100
5.1.	MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SL. ORG.	-	25.000	25.000	0,44	100
5.2.	DOMAĆE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE	1.000	903	903	0,01	100
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	647.510	676.308	663.069	11,60	98
6.1.	PLAĆE	515.000	547.700	528.649	9,25	96
6.1.1.	Bruto plaće zaposlenika ureda TZSDŽ	455.000	490.000	468.980	8,20	96
6.1.2.	Izdaci za prijevoz na posao i s posla	5.000	5.600	5.507	0,10	98
6.1.3.	Ostale naknade za zaposlene	55.000	52.100	54.162	0,95	104
6.2.	MATERIJALNI TROŠKOVI	107.510	110.608	108.173	1,89	98
6.3.	TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	25.000	18.000	26.247	0,46	146
6.3.1.	Naknade za rad tijela	13.000	8.000	9.433	0,17	118
6.3.2.	Troškovi organizacije rada tijela	12.000	10.000	16.814	0,29	168
7.	REZERVA I OSTALE AKTIVNOSTI	76.000	76.000	54.882	0,96	72
7.1.	USLUGE ZAŠTITARSKJE SLUŽBE ZA ZGRADU	26.000	26.000	25.325	0,44	97
7.2.	OSTALE NEPLANIRANE AKTIVNOSTI	50.000	50.000	29.557	0,52	59
8.	MANJAK RASHODA NAD PRIHODIMA	-	-	-	-	-
UKUPNO RASHODI		6.352.760	5.828.949	5.716.672	100	98

U nastavku je pregled realiziranih aktivnosti po vrstama u 2025. godini;

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

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 ciljane tržišna istraživanja. Rashodi predmetne stavke planirani su u iznosu od 156.250 eura, a temeljem izmjena i dopuna programa, iznos sredstava smanjen je na 120.738 eura. Rashodi aktivnosti "Istraživanje i strateško planiranje" realizirani su u konačnici u iznosu od 120.738 eura, što je istovjetno planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna programa i sudjeluju sa 2% u strukturi ukupno realiziranih aktivnosti.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE - 120.738 eura			
	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025
1.1. Izrada strateških i akcijskih dokumenata	120.000	104.625	104.625
1.2. Istraživanje i analiza tržišta	30.000	9.875	9.875
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	6.250	6.238	6.238

1.1. IZRADA STRATEŠKIH I AKCIJSKIH DOKUMENATA

Opis i cilj aktivnosti:

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. Turističke zajednice izrađuju PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM koji ima za cilj usmjeriti razvoj destinacije prema održivosti.

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 koje se predlažu jedinici lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave te popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije. Splitsko-dalmatinska županija, sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) i svemu navedenom 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. 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

Planom se određuje smjer razvoja destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara i dobrobiti lokalne zajednice. Plan upravljanja destinacijom predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti jedinica lokalne samouprave, jedinica područne (regionalne) samouprave i drugih nadležnih tijela u destinaciji. Ovaj dokument izrađen je sukladno zakonskim odredbama, pravilnicima i smjernicama kojima je definiran način njegove izrade i obuhvat. Nositelji provedbe su Splitsko-dalmatinska županija i Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, u partnerstvu s jedinicama lokalne samouprave, lokalnim turističkim zajednicama te svim drugim relevantnim dionicima iz javnog i privatnog sektora. Plan je predstavljen na IV sjednici Turističkog vijeća TZ Splitsko – dalmatinske županije održanoj dana 27. listopada 2025. godine, nakon čega su iskazane potrebe za korekcijama vezano za strateške projekte koji su sastavni dio Plana.

Nakon usuglašavanja na razini županijskih tijela, sukladno zakonskoj proceduri Plan će biti upućen na javno savjetovanje u trajanju od trideset dana. Očekivano usvajanje dokumenta na Skupštini Splitsko – dalmatinske županije očekuje se tijekom 2026. godine.

Realizirane aktivnosti u 2025. godini;

❖ *Izrada PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM SDŽ*

- ✓ *Provođenje istraživanja „Stavovi stanovnika SDŽ o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života“ za potrebe izrade Plana*
- ✓ *1. rata (definiranje metodologije i izrada 1. faznog izvještaja)*
- ✓ *2. rata (nakon predaje Plana upravljanja SDŽ)*
- ✓ *Predaja Smjernica za marketing destinacije i baze za praćenje pokazatelja održivosti*

Izvođači: TZ Splitsko - dalmatinska i Institut za turizam Zagreb

Trošak aktivnosti: 104.625 eura

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, Institut za turizam Zagreb, SDŽ

Realizacija:

104.625,00 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 sudjeluje u istraživanju TOMAS Hrvatska 2025./2026. koje provodi Institut za turizam u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Ministarstvom turizma i sporta. Radi se o kontinuiranom istraživanju obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj koje Institut za turizam provodi svake dvije do tri godine od 1987. godine.

Glavni ciljevi nacionalnog istraživanja obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj u 2025./2026. godini su profiliranje turističke potražnje u Hrvatskoj prema motivaciji, aktivnostima, zadovoljstvu i potrošnji, prema glavnim regijama i sezonama te osiguranje dijela nužne informacijske osnove za praćenje održivosti turizma na razini turističkih destinacija. Specifični ciljevi istraživanja su:

- *Utvrđivanje glavnih prednosti i slabosti turističke ponude u turističkim destinacijama;*
- *Utvrđivanje opsega i strukture turističke potrošnje;*
- *Utvrđivanje indikatora održivosti turističke aktivnosti u destinaciji na strane turističke potražnje;*
- *Segmentacija tržišta s obzirom na sociodemografska i druga obilježja turista;*
- *Usporedba turističke potražnje prema regijama i sezonama.*

Dodatni ciljevi istraživanja su i osiguranje prepoznavanja promjena u obilježjima turističke potražnje u Hrvatskoj, detektiranje novih tržišnih segmenata i analiza trendova turističke potražnje. Osnovni uzorak za Splitsko-dalmatinsku županiju iznosio je 1.500 ispitanika te je na zahtjev TZ Splitsko – dalmatinske povećan za dodatnih 300 ispitanika. Trošak realizacije cjelokupne aktivnosti u 2025. godini iznosi 9.875 eura, što je u skladu s izmjenama i dopunama plana.

Realizirane aktivnosti u 2025. godini;

❖ *Istraživački projekt „ TOMAS Hrvatska 2025/2026 u Splitsko – dalmatinskoj županiji“ – povećanje uzorka za SDŽ*

- *Metodološki izvještaj s alokacijom uzorka za Splitsko – dalmatinsku županiju*
- *Preliminarni rezultati za područje SDŽ*

Izvođač: Institut za turizam Zagreb

Trošak aktivnosti: 9.875 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, Institut za turizam

Realizacija:

9.875,00 eur

1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMO. AKTIVNOSTI

Opis i cilj aktivnosti:

Navedena stavka podrazumijeva uspostavljanje djelotvornog mehanizma mjerenja i nadzora učinkovitosti provedenih promotivnih aktivnosti na svim razinama TZ. U 2025. 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:

6.237,50 eur

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

S ciljem stvaranja novih motiva dolazaka i boljeg pozicioniranja turističkih proizvoda na tržištu, TZ Splitsko - dalmatinska je kroz vlastite programe, kao i suradnju sa sustavom TZ 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 2025. 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 2.300.000 eura, izmjenama i dopunama programa, iznos planiranih sredstva je smanjen na 2.250.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi 2.270.419 eura, što je gotovo istovjetno planiranim rashodima temeljem izmjena i dopuna programa i sudjeluju sa 40% u ukupnoj strukturi realiziranih aktivnosti.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA – 2.270.419 eura

	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025
2.1. Identifikacija i vred. resursa i strukt. turističkih proizvoda	350.000	387.000	387.000
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkih proizvoda	570.000	482.000	512.809
2.3. Podrška turističkoj industriji	150.000	148.000	144.713
2.4. Podrška razvoju turističkih događanja	1.230.000	1.220.000	1.198.794
2.5. EU projekti	-	13.000	27.103

2.1. IDENT. I VREDNO. RESURSA I STRUK. PROIZVODA

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 odobravalu 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 sklapa ugovor o potpori s pojedinom TZ kojim se uređuje 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 350.000 eura, ali izmjenama i dopunama programa, zbog velikog broja prijavljenih projekata, iznos sredstava je povećan na 387.000 eura, što je u konačnici i realizirano.

Pregled odobrenih projekata po TZ-ima

Naziv TZ	PROGRAM – PROJEKT	Odobreno
TZ SELCA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista (kulturni i aktivni turizam) – „Putevima antike“ – interpretacija baštine kroz tematsku stazu	3.000,00
TZ SELCA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – izrada edukativne dvojezične slikovnice o životu i djelu izumitelja M. Puratića s ciljem razvoja kulturne ponude	2.000,00
TZ MILNA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje milnarskih kala kao fotopointa i očuvanje kult. baštine	7.000,00
TZ MILNA	Razvoj selektivnih oblika turizma (gastroturizam) – projekt „MILNA NA PJATU“ (zajedničke gastro manifestacije s ugostiteljima, gastro đir – šetnja kroz okuse Milne, posebna knjižica gastro pass...)	15.000,00
TZ SUTIVAN	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – ribolovno, poljoprivredni, gastronomski i umjetničko – glazbeni program „Jesenji gušti Sutivana“, 12. – 20.10, 2025	13.000,00
TZ SUTIVAN	Razvoj selektivnih oblika turizma (AKTIVNI TURIZAM) – CLIMBING Brač (uređenje penjališta)	6.000,00
TZ SUPETRA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – Tematska staza „Đir s Rendićem“ II.faza „Prođiraj, slušoj, sid i odmori“ (besplatne ture, postavljanje klupa, priče i audio zapisi na kamenim klupama za slijepe i slabovidne)	10.000,00
TZ SUPETRA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – projekt „Bičikleta u kamenu“ s ciljem razvoja cikloturizma (izrada i postavljanje kamenih držača za bicikle)	5.000,00
TZ POSTIRA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – uređenje plaža na području općine Postira (kabine za presvlačenje, montaža novih tuševa, uređenje plažnog prostora)	3.500,00
TZ BRELA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje tematskih i poučnih staza (valorizacija planinarsko – pješačke staze i građevine „Hercegova kula“)	3.500,00
TZ MAKARSKA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – tehnološka nadogradnja interpretacijskog doživljaja i atrakcije „Doživi buru“ i digitalnih displeja u TIC-u	4.000,00
TZ MAKARSKA	Razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih promotivnih aktivnosti – konferencija “Adriatic Tourism Talks 2025”	7.000,00

TZ BAŠKA VODA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – unapređenje plaža općine Baška Voda (10 plaža dužine 6 km)	27.000,00
TZ PODGORA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – razvoj outdoor destinacije „From sea to the mountain“ – III. Faza	17.000,00
TZ PODGORA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – Podgorski totemi, II. faza	7.000,00
TZ SOLIN	Razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih promotivnih aktivnosti – 11. Međunarodni kongres povijesnih gradova Solin	7.000,00
TZ ŠOLTA	Razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti – obilježavanje 150 godina pčelarstva na Šolti (konferencija, radionice, degustacije šoltanskog meda, pčelarske ture, edukativni programi...)	11.000,00
TZ ŠOLTA	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje vidikovca Maslinica kao interpretacijskog punkta s ciljem promocije ribarske i pomorske baštine	9.000,00
TZ JELSA	Razvoj selektivnih oblika turizma (sportski turizam) – poučno sportska staza „Veli Pokrivenik“ u uvali Veliki Pokrivenik u Zastrazišću u duljini od 10 km (sportsko penjalište, trail staza, vidikovac...)	20.000,00
TZ DRVENIK	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje šetnice i opremanje plaže	25.000,00
TZ GRADAC	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – unapređenje ponude vjerskog turizma/obnova crkvice Sv. Paškala na brdu Plana na visini od 712 metara	20.000,00
TZ GRADAC	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje i oplemenjivanje sadržaja dječjeg igrališta u Gradcu s ciljem unapređenja ponude obiteljskog turizma	12.000,00
TZ MARINA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – postavljanje novih klupa i koševa na plaže i šetnice diljem Marine	4.500,00
TZ MARINA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – postavljanje defibrilatora na plaže općine Marina s ciljem povećanja sigurnosti kupaca (nabava, postavljanje i edukacija)	8.000,00
TZ ŽIVOGOŠĆE	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje šetnice Živogošće Porat – Mala Duba – plaža Velika Duba – staro selo Strnj (III faza)	20.000,00
TZ ŽIVOGOŠĆE	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje izletišta i vidikovca Suzina (III faza) i vidikovca Sv. Petar u Živogošću	8.000,00
TZ OMIŠ	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – maketa grada Omiša (trodimenzionalni prikaz stare gradske jezgre)	20.000,00
TZ OMIŠ	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – projekt uređenja plaža na području grada Omiša	4.500,00

TZ PODSTRANA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – postavljanje kabina za presvlačenje i zaštitnih ograda za sigurnost kupaca duž obalnog pojasa općine od 7 km	6.000,00
TZ PODSTRANA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – postavljanje svjetlećih 3D slova „Podstrana“ na atraktivnoj lokaciji u funkciji promocije turizma i unapređenja infrastrukture	3.000,00
TZ PUČIŠĆA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – digitalizacija tematsko – pješačke staze „Život Škarpelina“, II. faza nadogradnja i unapređenje	7.000,00
TZ PUČIŠĆA	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – unapređenje sportskog cageball terena kao jednog od utjecajnih alata za promidžbu destinacije	5.000,00
TZ IGRANE (nositelj klastera)	Razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih promotivnih aktivnosti – brendiranje klastera Makarska rivijera i posebne zajedničke prezentacije (društvene mreže, promo videa...)	25.000,00
TZ KOMIŽA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista (KULTURNI TURIZAM) – program ROJENA VALO (valorizacija nematerijalne baštine, život i stvaralaštvo Jakše Fiamenga)	7.000,00
TZ KOMIŽA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – tematski vidikovac „More života“ (skulptura i fotopoint u Komiži inspirirano siluetom broda falkuša i kretanjem valova)	10.000,00
TZ VIS	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – projekt AKTIVNI OTOK VIS (promocija aktivnog i sportskog turizma – brošura, karta, promocija i marketing)	10.000,00
TZ VIS	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – razvoj ENO GASTRO staze na otoku Visu, I. faza	15.000,00
UKUPNO ODOBRENO		387.000,00

Nositelji aktivnosti i partneri:
TZ Splitsko – dalmatinska i lokalne TZ SDŽ

Realizacija:
387.000,00 eur

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TUR. PROIZVO.

Unutar stavke SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA planirana su sredstva u iznosu od 570.000 eura, te su izmjenama i dopunama programa smanjena na iznos od 482.000 eura. Akcent aktivnosti bio je na proizvodima koji zadovoljavaju potrebe vođene specifičnim turističkim motivima, među koje spadaju aktivni turizam, kulturni turizam, enogastronomija, nautički i zdravstveni turizam. Rashodi aktivnosti navedene stavke u konačnici iznose 512.809 eura, što je za 6% više u usporedbi s izmjenama i dopunama programa.

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TUR. PROIZVODA – 512.809 eura				
	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025	
2.2.1. AKTIVNI turizam	130.000	80.000	78.238	
2.2.2. KULTURNI turizam	120.000	65.000	67.399	
2.2.3. ENOGASTRONOMIJA Srednje Dalmacije	250.000	305.000	335.821	
2.2.4. NAUTIČKI turizam Srednje Dalmacije	50.000	27.000	26.556	
2.2.5. ZDRAVSTVENI turizam Srednje Dalmacije	20.000	5.000	4.795	

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. TZ Splitsko-dalmatinske županije u suradnji s Kineziološkim fakultetom u Splitu te uz potporu lokalnih TZ-a u 2025. pokrenula je posebnu manifestaciju pod nazivom „Povratak igri“ s ciljem poticanja fizičke aktivnosti među djecom te povezivanja različitih generacija kroz stare ulične igre koje će dočarati kako se nekada provodilo vrijeme bez mobitela i ekrana.

Manifestacija „Povratak igri“ održavala se diljem Splitsko - dalmatinske županije te je glavni cilj bilo potaknuti i djecu i roditelje da zajedno provedu vrijeme u pokretu i na svježem zraku. Te su igre zapravo dio svjetske baštine, nešto što ima tisuće godina tradicije te ih ne treba samo čuvati od zaborava, već i prenositi na nove generacije. Igre su bile prilagođene djeci različite dobi, a događaji su bili otvoreni za sve. Nije bila potrebna prethodna prijava, već su se svi zainteresirani mogli igrama slobodno priključiti na licu mjesta. Uz djecu, organizatori su uključivali i roditelje, stariju braću i sestre, kao i sve goste i turiste da se uključe u igre i nakratko vrate u djetinjstvo. Osim zabavnog i kulturnog aspekta, „Povratak igri“ nosi i važnu društvenu poruku. Kroz projekt se želi istaknuti kako su današnja djeca sve više udaljena od fizičke aktivnosti i spontanog druženja na otvorenom. Stručnjaci upozoravaju da osnovne motoričke vještine, poput skakanja, trčanja, okretanja i ritma, sve više izostaju iz svakodnevice najmlađih. Manifestacija je stoga i svojevrsni apel – roditeljima, zajednici i školama – da se djeci ponude iskustva izvan digitalnog svijeta, kroz igru, smijeh i neposrednu interakciju. Istovremeno, ona promovira Dalmaciju kao „više od destinacije“ – kao stil života, prirodni antistres, zdravlje i susret kulture i prirode.

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 2025. 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. Također su sufinancirani određeni projekti i programi s ciljem poboljšanja i obogaćivanja turističke ponude Srednje Dalmacije. Trošak realizacije cjelokupne aktivnosti u 2025. godini iznosi eura 78.238 eura, što je sukladno planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna programa. U okviru navedene stavke u 2025. realizirano je sljedeće;



Slika: Predstavljanje projekta “Povratak igri” rektoru Sveučilišta u Splitu prof. dr. sc. Draganu Ljutiću na sastanku održanom 1. srpnja - Ivana Vladović, direktorica Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije i prof. dr. sc. Frane Žuvela, dekan Kineziološkog fakulteta u Splitu.

❖ Realizacija projekta „POVRATAK IGRI“ s ciljem promocije i oživljavanja tradicionalnih dalmatinskih igara i podsjetnik na važnost kretanja i zajedništva;

- ✓ Organizatori projekta su TZ Splitsko-dalmatinske županije i Kineziološki fakultet Sveučilišta u Splitu uz suradnju i potporu lokalnih turističkih zajednica
- ✓ Događanje je održano tijekom mjeseca srpnja na području pet destinacija – Trogir, Jelsa, Omiš, Supetar i Sinj
- ✓ Sudionici su se okušali u igrama koje su nekoć bile neizostavan dio odrastanja: skakanje u vrećama, školica, potezanje konopa, preskakanje laštika, igre na slije, igra „na plojke“ (dalmatinska verzija pljočkanja, koja je danas zaštićeno nematerijalno kulturno dobro), trlja i dr.
- ✓ Cilj manifestacije je čuvati tradiciju, potaknuti tjelesnu aktivnost, razvijati motoričke vještine, vratit život na ulicu te povezati različite generacije putem igre.



Trošak aktivnosti: 29.558 eur

❖ Sufinanciranje razvoja sportskog aktivnog turizma – projekt “Rocket Football Academy” koji ima za cilj promociju i razvoj nogometnih talenata među mladima te pozicioniranje Splitsko – dalmatinske županije kao ključne destinacije sportskog aktivnog turizma u Hrvatskoj i regiji

Trošak aktivnosti: 10.000 eur

❖ Sufinanciranje projekta razvoja AKTIVNOG TURIZMA na području grada Visa – „Viško ljeto 2025“ u organizaciji TZ grada Visa;

Trošak aktivnosti: 5.000 eur

- ❖ *Sufinanciranje 100. obljetnice djelovanja Hrvatskog planinarskog društva „Mosor“* koje je uključivalo niz događanja tijekom 2025. godine – viskogorski pohodi, izložbe fotografija, skup planinarskih društava i svečana sjednica

Trošak aktivnosti: 10.000 eur

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

Pregled odobrenih akcija:

Naziv TZ	AKCIJA ČIŠĆENJA	Odobreno
TZ HVAR	Akcija čišćenja podmorja HVAR Akvatorij grada Hvara – 24. i 25.10. 2025	1.500 eur
TZ SELCA	Akcija čišćenja “S metlom u ruci za planet povuci” Čišćenje podmorja u Sumartinu, Povljima i Selcima, 7. i 8.06.	1.800 eur
TZ MARINA	Akcija čišćenja podmorja MARINA Općina Marina – 29.06. 2025	390 eur
TZ KAŠTELA	Akcije čišćenja podmorja KAŠTELA 2025 Akvatorij kaštelanskog zaljeva – svibanj/lipanj 2025	2.700 eur
TZ DUGI RAT	Akcija čišćenja podmorja ČUVAJMO MORE Akvatorij općine Dugi Rat – 17.05. 2025	1.000 eur
TZ BAŠKA VODA	Akcija čišćenja podmorja općine BAŠKA VODA Plaže na području općine (10 plaža) – 3. – 7.11. 2025	4.000 eur
TZ PODGORA	Akcija čišćenja podmorja ZELENA I PLAVA ČISTKA Podgora i Drašnice – 3 i 4.05. 2025	790 eur
TZ MAKARSKA	Akcija čišćenja podmorja u Makarskoj Priobalni pojas i područje gradske luke – svibanj 2025	4.000 eur
TZ BOL	Akcija čišćenja podmorja SUB ECO BOL 2025 Podmorje općine Bol - 30.04. 2025	2.500 eur
TZ TROGIR	Eko akcija čišćenja podmorja Obalno područje luke Trogir - 19.04. 2025	4.000 eur
TZ DRVENIK	Akcija čišćenja podmorja Drveničke uvale – 12.10. 2025	1.000 eur
UKUPNO odobreno		23.680 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ SDŽ, lokalne TZ, Kineziološki fakultet Split i dr. subjekti

Realizacija: 78.237,74 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 2025. 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. Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske županije od 1. travnja ponovno je pokrenula *Zelenu liniju, turističku autobusnu liniju* koja, u suradnji s turističkim agencijama, omogućuje turistima istraživanje Dalmatinske zagore kroz organizirane dnevne izlete. 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. U sklopu projekta Zelena linija posjetiteljima su dostupni raznovrsni izleti i aktivnosti organizirani u suradnji s partnerskim agencijama Apodos, Go Adventure i Izletišta Lučić. Posjetitelji mogu birati između kulturnih, gastronomskih i adrenalinskih tura, poput obilaska Zavičajne kuće Gornja Poljica, posjeta mini zoološkom vrtu u sklopu Izletišta Lučić, radionice pripreme poljičkog soparnika, raftinga na Cetini, jahanja konja, kanu safarija, canyoninga i vožnje quadovima. 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 2025. godini nastavila s projektom revitalizacije i kulturnog oživljavanja otoka Biševa, a time i Srednje Dalmacije. Nakon što je prošle godine Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije predstavila izložbu „Ispod mora, ispod zemlje“, koji je posjetiteljima približio skrivena podvodna čuda Jadrana, u 2025. godini umjetnost i ljepota Srednje Dalmacije selili su u nebeske visine. Obje izložbe imaju za cilj očuvanje prirodne baštine otoka Biševa, ali i stvaranja novih sadržaja koji će obogatiti iskustvo posjetitelja i potaknuti održivi razvoj otočne zajednice. Dana 21. lipnja u jedinstvenom ambijentu bivšeg vojnog tunela „Gatula“ na otoku Biševu svečano otvorena *izložba fotografija pod nazivom „Iz visina u tišinu“*. Izložbu su otvorili Ivana Vladović, direktorica Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, Blaženko Boban, župan Splitsko-dalmatinske županije, Ivica Vitaljić, gradonačelnik Komiže i Hrvoje Mratinić, gradonačelnik Visa. Izložba „Iz visina u tišinu“ predstavlja novo poglavlje u kulturno-turističkoj ponudi otoka, koji iz godine u godinu potvrđuje svoj status autentične destinacija za sve ljubitelje prirode, umjetnosti i mediteranskog naslijeđa. Autorstvo fotografija potpisuju trojica renomiranih hrvatskih fotografa Zvonimir Barišin, Boris Kačan i Davor Rostuhar čiji radovi već godinama osvajaju publiku i struku svojim originalnim vizijama hrvatskih pejzaža. Njihove fotografije, snimljene iz zraka, donose jedinstven pogled na prirodna i kulturna bogatstva Dalmacije: od dramatičnih stijena i snježnobijelog kamena, preko gustih borovih šuma i modrih jezera, sve do slikovitih gradića koji se stapaju s krajolikom. Riječ je o vizualnom doživljaju koji podsjeća koliko je ljepota oko nas, ali i koliko često ostaje neprimijećena, dok se ne pogleda iz nove perspektive. U sklopu izložbe izloženo je ukupno 80 fotografija, a svi posjetitelji imali su priliku razgledati ovu nesvakidašnju zbirku besplatno. Postav je bio otvoren do 1. listopada, što ga je činilo izvrsnim dodatkom svakom posjetu ovom jedinstvenom otoku.

TZ Splitsko – dalmatinska stavila je naglasak aktivnosti i na promociju vjerskog turizma, te je u 2025. nastavila sa sufinanciranjem *projekta Procesije „Za križen“* u organizaciji TZ općine Jelsa s ciljem promoviranja potencijala za razvoj vjerskog i kulturnog turizma. Ujedno, s ciljem razvoja kulturnog turizma i obogaćivanja turističke ponude, sufinancirani su određeni projekti koji doprinose obogaćivanju kulturne turističke ponude destinacije.

Za aktivnosti razvoja i promocije kulturnog turizma planiralo se izmjenama i dopunama programa utrošiti 65.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi 67.399 eura, što neznatno više u usporedbi s izmjenama i dopunama plana.

U okviru navedene stavke u 2025. realizirano je sljedeće;



Slika: Programi za turiste i posjetitelje u sklopu „Zelene linije” – izletničke linije s ciljem promocije Zagore

❖ *Realizacija projekta „GREEN LINE“ za sezonu 2025. godine s ciljem promocije Dalmatinske zagore;*

- autobusna linija u razdoblju od 1.04. – 31.10. 2025. koja turistima omogućuje istraživanje Dalmatinske zagore kroz organizirane dnevne izlete te uključuje lokalitete; *Skrivena Dalmacija, Stella Croatica, Klis i dr. lokalitete*
- projekt je osmišljen s ciljem promoviranja Dalmatinske zagore kao atraktivne destinacije za aktivni turizam i autentična lokalna iskustva. Kroz organizirane dnevne izlete, turisti imaju priliku otkriti skrivene kutke Dalmatinske zagore, istražiti kulturnu i prirodnu baštinu unutrašnjosti Splitsko – dalmatinske županije te sudjelovati u raznim aktivnostima na otvorenom

Trošak aktivnosti: 10.585 eur



Slika – Biševo, otvaranje izložbe „Iz visina u tišinu“ u bivšem vojnom tunelu

❖ *Izložba „IZ VISINA U TIŠINU“ - izložba fotografija u vojnim tunelima na otoku BIŠEVO;*

- ✓ *nastavak projekta revitalizacije i kulturnog oživljavanja otoka Biševa, a time i Srednje Dalmacije,*
- ✓ *obogaćivanje kulturno-turističke ponude otoka Biševa, koji iz godine u godinu potvrđuje svoj status autentične destinacija za sve ljubitelje prirode, umjetnosti i mediteranskog naslijeđa,*
- ✓ *80 fotografija snimljenih iz zraka koje donose jedinstven pogled na prirodna i kulturna bogatstva Dalmacije:*

Trošak aktivnosti: 12.965 eur

❖ *Sufinanciranje projekta „Poljička republika“ koji zajednički provode TZ grada Splita, grada Omiša i općine Podstrana i Dugi Rat temeljem sporazuma o projektnom udruživanju;*

- *Stvaranje preduvjeta za razvoj turističke ponude i valorizaciju kulturne baštine na području nekadašnje Poljičke republike*

U trajnom nastojanju da svoju kulturno povijesnu baštinu sačuvaju i predstave na reprezentativan način, četiri turističke zajednice – TZ grada Splita, TZ grada Omiša, TZ općine Podstrana i TZ općine Dugi Rat, sklopile su 24. studenog 2024. Sporazum o projektnom udruživanju za razvoj integriranog kulturno-turističkog proizvoda – Poljička Republika. Turistička zajednica Splitskodalmatinske županije, na čelu s direktoricom Ivanom Vladović, podržala je ovaj projekt i Programom rada za 2025. osigurala financijsku potporu za njegovo ostvarenje.

Trošak aktivnosti: 10.000 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

❖ *Sufinanciranje kulturnog turizma s ciljem očuvanja tradicije i baštine vrličkog kraja –*

KUD Milan Begović osnovan 1964. godine sa svrhom promocije, edukacije i prenošenja narodnih običaja prezentiranjem izvornog folklora na području plesa, vokalne instrumentalne glazbe i ostalih etnografskih i folklornih izražaja

Trošak aktivnosti: 3.000 eur

❖ *Sufinanciranje programa obilježavanja jubilarne 30. godišnjice Oluje, Dana domovinske zahvalnosti, dana Hrvatskih branitelja i 30 godina emisije „Lijepom našom“*

Dana 2. kolovoza 2025. godine u Radošiću u na terenima eko sela Škopljanci održan je veliki centralni koncertni program pod nazivom „Neka vide da nas ima“ u čast velike obljetnice vojno – redarstvene operacije Oluja, Dana domovinske zahvalnosti i dana Hrvatskih branitelja.

Trošak aktivnosti: 8.000 eur

❖ *Sufinanciranje projekta razvoja KULTURNOG TURIZMA na području grada Visa – „Viško ljeto 2025“ u organizaciji TZ grada Visa;*

Trošak aktivnosti: 5.000 eur

Ostali troškovi – autorska, prava, autorski honorari, ostalo

Trošak: 2.848 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, razni partneri, lokalne TZ

Realizacija:

67.398,58 eur

2.2.3. Enogastronomija Srednje Dalmacije

Opis i cilj aktivnosti:

Splitsko-dalmatinska županija ima brojne potencijale za razvoj enogastronomске 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 od strane TZ Splitsko – dalmatinske je projekt i priča o *Dalmatinskoj marendi*. Cilj brendiranja marendе je njezino predstavljanje kao neizostavnog dijela domaćeg gastro identiteta. Projekt Dalmatinska Marenda TZ SDŽ pokrenula je tijekom 2023. godine s ciljem predstavljanja marendе 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 2025. 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 u 2024. godini, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije osvojila je i prestižnu nagradu u kategoriji “Gastronomski doživljaj godine” za projekt „Dalmatinska marena”.

Trošak realizacije aktivnosti u 2025. iznosi 335.821 eura, što je za 10% više u odnosu na izmjene i dopune plana i programa, a provedba navedene aktivnosti nastavlja se u značajnom opsegu i u narednoj 2026. godini.

Realizirane aktivnosti u 2025. godini:

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

Kreiranje, priprema snimanja i scenarij novih promotivnih video materijala/filmova u odabranim ugostiteljskim objektima na području 5 destinacija; Trogir, Šolta, Omiš, Komiza, Vis i Brštanovo/Klis
“Slatka Dalmacija” – brendiranje tradicionalnih dalmatinskih slastica



Slike: isječci iz epizoda “Dalmatinska marena” koji se prikazuju na HRT-u

Nakon uspješne prve sezone, TZ Splitsko – dalmatinska kreirala je u 2025. godini novi serijal “Dalmatinska marena” koji donosi još više zanimljivih priča o dalmatinskoj gastronomiji i običajima. Serijal, koji je nastavak projekta Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije, emitirat će se na Hrvatskoj radioteleviziji, svake nedjelje u terminu od 16:45 sati na HTV 1, a prva epizoda na rasporedu je bila 1. siječnja 2026. U deset novih epizoda gledatelji imaju priliku upoznati različite dalmatinske krajeve i gastronomske specijalitete karakteristične za svaki. Serijal kroz lokalne ugostitelje, kuhare i stanovnike prikazuje filozofiju marende i dalmatinskih gastronomskih običaja, pojašnjavajući da marena u Dalmaciji nije samo obrok, već dio dalmatinskog načina života, uživanja u hrani i druženja s obitelji i prijateljima. Prva epizoda gledatelje vodi u Trogir, a posvećena je ribljim specijalitetima. U idućim epizodama gledatelji imaju priliku upoznati lokalna jela i gastronomske običaje Omiša, Brštanova (Klis), Šolte, Visa i Komize. U dvije epizode iz Omiša gledatelji će, uz zvukove klapske pjesme iz omiških kala, pratiti pripremu lokalnih riječnih specijaliteta. U epizodi snimljenoj u selu Brštanovo, u sklopu općine Klis, marena će se prikazati u autentičnom okruženju obiteljskog imanja s knjižnicom koja broji više od 30.000 naslova. Posebna pažnja u drugoj sezoni serijala posvećena je otocima i otočkim gastronomskim običajima.

Na Šolti su snimljene dvije epizode u kojima se predstavljaju autohtona otočka jela, od artičoka do lokalnih proizvoda i vinskih sorti, dok su na otoku Visu snimljene četiri epizode u kojima se kroz priče o lokalnim ribarima i ljudima dočarava suživot otočana s morem i važnost ribarstva kao jedne od glavnih djelatnosti na otoku. 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 teasera za TV emitiranje i dr. razne troškove.

Projekt Dalmatinska marena, osim brendiranja marenje 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 spravljaju dalmatinska tradicionalna jela vezana uz marende. TZ Splitsko – dalmatinska pokrenula je u 2025. godini i projekt brendiranja tradicionalnih dalmatinskih slastica pod nazivom “Slatka Dalmacija”, kako bi taj segment gastronomije dodatno približila turistima i posjetiteljima.

Trošak aktivnosti cijeloga projekta: 170.757 eur

❖ *Projekt MICHELIN CROATIA 2025 – marketinška suradnja u sklopu koje se provode razna promotivna događanja s ciljem brendiranja hrvatske gastronomije*

Dodjela Michelinovih zvjezdica i preporuka restoranima veliko je priznanje cijelom hrvatskom turističkom sektoru, a u tome je i veliki promotivni efekt za eno-gastro turizam i Hrvatsku u cjelini.

Aktivnosti na razini SDŽ u 2025. godini uključivale su ;

- *producer focus (kreiranje, produciranje i objava video materijala s fokusom na lokalnog proizvođača i njegovu ponudu)*
- *digitalna kampanja u ekosustavu MICHELIN vodiča*

Trošak aktivnosti: 55.000 eur

❖ **Titula SPLITSKO – DALMATINSKE ŽUPANIJE ZA EUROPSKU REGIJU GASTRONOMIJE U 2027. godini** koju dodjeljuje Institut za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam “IGCAT” u suradnji s UNWTO-om i UNESCO-om



Slika; Dodjela titule Europske regije gastronomije 2027. godine i posjet komisije SDŽ u svibnju 2025. godine

Upravo podižući kvalitetu destinacije kroz gastronomiju, Srednja Dalmacija je u 2025. godini ostvarila veliko europsko priznanje. Naime, Splitsko – dalmatinska županija uspješno je prošla proces kandidature i ponijela je titulu Europske regije gastronomije 2027. godine, prestižno priznanje koje dodjeljuje Međunarodni institut za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam (IGCAT). Nakon što je komisija sastavljena od pet uglednih stručnjaka, zajedno s predsjednicom IGCAT-a Diane Dodd, posjetila u 2025. godini Splitsko – dalmatinsku županiju radi procjene prijave za titulu Europske regije gastronomije 2027., Splitsko-dalmatinska županija postala je službeni kandidat za titulu Europske regije gastronomije 2027. i istu službeno dobila u sklopu događanja European Young Chef Award koje se održavalo u Barceloni (Španjolskoj) od 24. do 28. studenoga 2025. Tijekom posjeta u mjesecu svibnju, međunarodni stručnjaci (komisija od 5 glednih stručnjaka) obišli su brojne projekte – od obrazovnih institucija u turizmu i gastronomiji, muzeja, vinarija, tvornica prehrambene industrije, restorana i OPG-ova - te razgovarali s više od 75 dionika iz područja turizma, gastronomije, obrazovanja i poljoprivrede. Time je potvrđeno da Dalmacija nije samo destinacija poznata po prirodnim ljepotama i prekrasnom obalnom pojasu, već i prostor u kojem se hrana i kultura stapaju u jedno, pružajući posjetiteljima doživljaj mediteranskog načina života.

Titulu svake godine nose po dvije različite europske regije i to one koje se ističu svojom jedinstvenom gastronomskom tradicijom i predanošću održivim praksama u poljoprivredi, zatim edukaciji, zaštiti i promociji lokalne hrane i kulture, ali i poticanju međusektorskog povezivanja turizma. Službenu plaketu direktorici Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, Ivani Vladović, uručile su Diane Dodd, predsjednica IGCAT-a, te Cristina Massot, glavna tajnica za poljoprivredu, stočarstvo, ribarstvo i prehranu Vlade Katalonije. Osim dodjele nagrade, u sklopu natjecanja European Young Chef Award, Srednju Dalmaciju je predstavljao mladi kuhar Ivan Barčot. Riječ je o natjecanju koje okuplja neke od najperspektivnijih mladih kuhara iz europskih Regija gastronomije te potiče kreativne interpretacije tradicionalnih jela. Barčot je ovom prilikom postao i službeni ambasador Srednje Dalmacije pri IGCAT-u, što otvara niz mogućnosti za daljnju promociju naše gastronomije i kulture u suradnji s Institutom.



Slika: Svjetski summit gastronomije u palači Palau de Pedralbes u Barceloni i nagrada Food Film Menu

Vezano za dodjeljeno priznanje, TZ Splitsko-dalmatinska sudjelovala je na 30. sastanku Platforme Svjetskih regija gastronomije, održanom u Kataloniji od 24. – 26. rujna 2025. na događanju koje je okupilo predstavnike više od 30 svjetskih i europskih regija gastronomije. Poseban trenutak za TZ Splitsko - dalmatinske bilo je osvajanje prestižne nagrade Food Film Menu za najbolji video u kategoriji „Food Heritage and Tradition“ s promotivnim filmom Dalmatinska marendia. Ovo priznanje snažna je potvrda da autentičnost dalmatinskog načina života, ukorijenjenog u jednostavnosti, druženju i poštovanju prema lokalnim namirnicama, ima univerzalnu vrijednost i prepoznaje se na svjetskoj sceni.

U sklopu događanja direktorica Ivana Vladović sudjelovala je i na panelu “Good Food for Everyone”, istaknuvši važnost zajedničkog djelovanja u razvoju održivih i uključivih gastronomskih praksi. Paralelno sa sastankom Platforme održan je i 1. Svjetski summit gastronomije u palači Palau de Pedralbes u Barceloni, koji je okupio stručnjake iz cijelog svijeta na temu Hrana u središtu kulture (Food at the Heart of Culture) i Kulturna vrijednost hrane (The Cultural Value of Food). Summit je organizirao Međunarodni institut za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam (IGCAT), uz potporu Vlade Katalonije, Svjetske regije gastronomije 2025. (World Region of Gastronomy 2025), te kao službeni popratni događaj MONDIACULT 2025. Sastanak i summit još su jednom potvrdili važnost međunarodne suradnje, razmjene znanja i iskustava te jačanja zajedničke vizije održive budućnosti hrane, u kojoj gastronomija zauzima ključno mjesto kao most između kulture, zajednice i održivog razvoja. Na samom kraju summita usvojena je Deklaracija Summita, kojom su partneri zajednički istaknuli hranu i vino kao kulturnu baštinu te naglasili potrebu da se gastronomija snažnije ugradi u kulturne, poljoprivredne, turističke i obrazovne politike.

Europska regija gastronomije je istovremeno međunarodna titula, ali i globalna poslovna te komunikacijska platforma ustanovljena od strane Međunarodnog Instituta za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam (IGCAT). Do danas je titulu europske regije gastronomije ponijelo 20 regija iz 15 zemalja, a cilj platforme je holističko, sustavno, plansko i strateško povezivanje gastronomije, turizma i kulture te razmjena znanja i koordinacija projekata između poljoprivrednog, obrazovnog, turističkog te institucionalnog sektora. Time se izravno potiče regionalni razvoj, ojačava lokalna zajednica i gradi prepoznatljivost regija koje su pristupile platformi. Srednja Dalmacija je pristupanjem platformi European Region of Gastronomy postala druga hrvatska regija koja nosi titulu Europske regije gastronomije, nakon Kvarnera. U projektu, uz TZ Splitsko - dalmatinske županije koja je nositelj, sudjeluju i Splitsko-dalmatinska županija, Hrvatska gospodarska komora, Ekonomski fakultet u Splitu i ŠKMER. Ova titula omogućit će Splitsko-dalmatinskoj županiji daljnje jačanje imidža kao gastronomske destinacije, omogućiti veliku vidljivost i prezentaciju projekata vezanih uz gastronomiju u medijima te stvaranje novih prilika za povezivanje poljoprivrede, turizma i obrazovanja.

Tijekom 2027. očekuje se i bogat program gastronomskih manifestacija, što će poslužiti i kao izvrstan motiv za privlačenje gostiju u destinaciju tijekom cijele godine te potaknuti posjetitelje na sadržajni boravak. Trošak aktivnosti (članarine, organizacija posjeta komisije, sudjelovanje raznih dionika u procesu, natjecanja, paneli...): 110.064 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, HTZ, lokalne TZ, SDŽ, ŠKMER, Ekonomski fakultet, HGK – ŽK Split, IGCAT i razni drugi partneri

Realizacija:

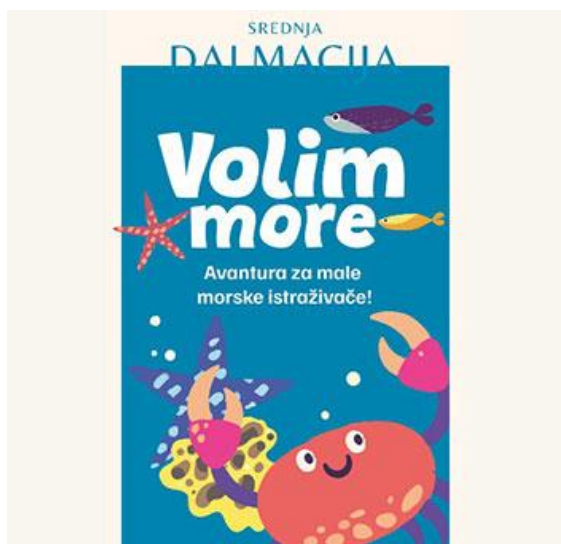
335.820,67 eur

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 2025. godini iznosi 26.556 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; Sutivan, Omiš, Stobreč i Šolta*



Projekt „Volim more“ organiziran u 2025. godini uključivao je jedinstvene morske avanture kroz Sutivan (Brač), Stobreč, Omiš i Šoltu – s ciljem da se najmlađima približi maritimna baština, očuvanje prirode i tradicijske vještine. Festival obuhvaća radionice o morskim organizmima, edukativne predstave i aktivnosti koje djeci približavaju svijet Jadrana. Kroz igru, glazbu i

edukaciju, djeca su imala priliku učiti, stvarati i istraživati more na njima prilagođen način. Program je bio besplatan te otvoren za sve male zaljubljenike u more. Manifestacija je usmjerena na djecu i mlade s ciljem edukacije o očuvanju morskog svijeta, ekologiji i tradiciji.

Troškovi organizacije i medijskog praćenja projekta: 21.756 eur

- ❖ *Sufinanciranje projekta razvoja nautičkog turizma „Zalogaj velikog mora“ u organizaciji TZ grada Komiže s ciljem očuvanja i promocije bogate maritimne baštine otoka Visa i Komiže, valorizacije ribarske tradicije te jačanja kulturnog identiteta*

Trošak aktivnosti: 4.800 eur

Nositelji aktivnosti:

TZ Splitsko – dalmatinska, lokalne TZ, Slobodna Dalmacija i partneri

Realizacija:

26.555,59 eur

2.2.5. Zdravstveni turizam Srednje Dalmacije

Zdravstveni turizam, kao jedan od najstarijih oblika turizma ima neopisivo važnu ulogu u životu modernog čovjeka. Uzmemo li u obzir današnji način života i općenitu zanemarenost za zdravljem u ranijoj i srednjoj dobi ljudskog života, možemo opisati zdravstveni turizam kao idealan spoj ugodnog i korisnog.

S obzirom na značajne komparativne prednosti regije Srednje Dalmacije za razvoj zdravstvenog turizma, a koje prije svega podrazumijevaju pružanje zdravstvenih usluga na visokoj razini, stručan i kvalificirani kadar, prirodne ljepote i povoljnu klimu, dugu tradiciju u turizmu, blizinu velikim tržištima, visoku sigurnost zemlje te konkurentne cijene, zdravstveni turizam je proizvod s visokim potencijalom rasta. Zbog svega navedenoga, TZ Splitsko – dalmatinska krenula je u 2025. godini s aktivnostima na promociji i iskorištavanju potencijala ovog dijela ponude. Sagledavanje mogućnosti razvoja zdravstvenog turizma temeljenog na prirodnim ljekovitim činiteljima destinacija, što uključuje poticanje razvoja holističkih programa za održavanje i unapređenje psiho-fizičkog zdravlja (fizička aktivnost, prehrana, meditacija I sl.) kao proizvoda nove generacije su jedne od glavnih pravaca djelovanja u budućem razdoblju. U 2025. godini aktivnosti su uključivale organizaciju specijalizirane radionice za djelatnike turističkog sektora, a koja je uključivala resetiranje, opuštanje, učenje i degustiranje ljekovite mediteranske prehrane, svjesno kretanje kroz predivan krajolik i stjecanje alata za stres menadžment kod kuće te, životni i hormonski balans. Trošak realizacije aktivnosti u 2025. godini iznosio je 4.795 eura, što je sukladno sredstvima planiranim temeljem izmjena i dopuna programa, a odnosi se na;

❖ *RADIONICA „Vrata prema zdravlju!” (stress menadžment cjelodnevna radionica), Villa Gala, 17.03. 2025. godine*

- *„Kako ovladati s stresom“, učenje o mediteranskoj prehrani, potrebi kretanju, korištenju ljekovitog bilja, jednostavnim tehnikama za upravljanje stresom za predstavnike turističke struke*

Trošak aktivnosti: 4.795 eur

Nositelji aktivnosti:

TZ Splitsko – dalmatinska, predavači

Realizacija:

4.795,00 eur

2.3. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

TZ Splitsko – dalmatinske županije u 2025. 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 150.000 eura. Izmjenama i dopunama programa rada, na stavci PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI rashodi predmetne aktivnosti blago su smanjeni na iznos od 148.000 eura. U konačnici realizacija iznosi 144.713 eura, a što je za 2 posto manje u odnosu na izmjene i dopune programa.

2.3. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI – 144.713 eura				
	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025	
2.3.1. Potpore razvoju programa DMK-a	50.000	41.000	41.000	
2.3.2. Suradnja s strukovnim udruženjima	60.000	45.000	42.013	
2.3.3. Potpore ostalim subjektima u turizmu	40.000	62.000	61.700	

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 2025. godini. Dana 31. ožujka 2025. godine objavljen je na internetskim stranicama JAVNI POZIV za kandidiranje potpora za programe promocije složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa u 2025. godini sa definiranim uvjetima, kriterijama i namjenom trošenja sredstava.

Temeljem predmetnog natječaja odobrena su sredstva u iznosu od 41.000 eura, a što je bilo manje u odnosu na planirana sredstva. 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 i/ili autentičnog 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 kojim 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 2025. temeljem natječaja

Agencija	Naziv programa	Odobrena sredstva
TA "UNILINE", Pula	Dalmacija – putovanje kroz stoljeća Dalmacija – baština koja živi	6.000 eur
TA "3D ADVENTURE d.o.o., Split	Gastro eno Brač by bike Gastro eno Dalmatinska zagora by bike	7.000 eur
TA „SHUTTLE“, Split	Tastes of Central Dalmatia Dalmatia for visually impaired	5.000 eur

GOLDEN AREA d.o.o. Gornji Dolac	Zeleni bijeg Soparnik tura Rafting i obilazak OPG-a Jahanje konja i radionica izrade soparnika	13.000 eur
GO ADVENTURE d.o.o. Split	Rafting na rijeci Cetini Canyoning na rijeci Cetini Quad Adventure: Imotski, Wine Tasting, Klis	10.000 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:
TZ Splitsko – dalmatinska i DMK agencije

Realizacija:
41.000,00 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 *UHPA-om*, 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. U 2025. članovi Upravnog i Nadzornog odbora UHPA-e u sklopu dvodnevnog studijskog posjeta Županiji, dana 13. i 14. veljače 2025., imali su priliku povezati se s dionicima regije koja predvodi razvoj cjelogodišnjeg turizma na hrvatskoj obali. Predstavnike turističkih agencija ugostile su TZ Splitsko-dalmatinska i TZ grada Splita koje svoje upravljačke kapacitete već dugi niz godina usmjeravaju na održivost, autentičnost i kvalitetu. Stoga je ovaj susret bio odlična prilika za povezivanje lokalnih dionika s turističkim agencijama, nositeljima organiziranih dolazaka u pred i posezoni, ne samo kako bi se dodatno unaprijedila kvaliteta turističke ponude, već i kako bi se dodatno ojačao razvoj cjelogodišnjeg turizma u Srednjoj Dalmaciji. Studijski posjeti prilika su za izravno upoznavanje s pružateljima usluga, atrakcijama i programima koji se u destinaciji realiziraju, a upravo oni čine ključne elemente za razvoj novih turističkih aranžmana i produljenje glavne turističke sezone. Tijekom dvodnevnog studijskog posjeta održana je i sjednica tijela UHPA-e u hotelu Cornaro u Splitu.

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. Sukladno tome, u 2025. godini sufinancirana je organizacija četvrtog 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 raznih institucija 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 2025. realizirano je sljedeće;

UHPA – službeni posjet SDŽ članova Upravnog i Nadzornog odbora dana 13. – 14.02. 2025.;

- dolazak predstavnika turističkih agencija u službeni posjet SDŽ i gradu Splitu – terenska sjednica i studijski posjet, sjednica, prezentacija destinacije, sastanak s dionicima
- studijski posjet Splitsko-dalmatinskoj županiji predstavlja ključnu inicijativu za povezivanje predstavnika UHPA i lokalnih dionika, čime se otvaraju nove mogućnosti za unapređenje i razvoj cjelogodišnjeg turizma na hrvatskoj obali

Trošak aktivnosti: 3.748 eura

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 sufinanciranja: 2.655 eur

HRVATSKA UDRUGA OBITELJSKOG SMJEŠTAJA – temeljem ugovora o suradnji sufinanciranje organizacija 4. Kongresa obiteljskog smještaja dana 4. – 5. travnja 2025. godine u prostorijama Regionalnog centra kompetentnosti pri Turističko – ugostiteljskoj školi Split
Trošak sufinanciranja: 7.960 eur
Ostali troškovi (tehnička produkcija i snimanje videa): 7.650 eur

UDRUGA IMPRESIA - sufinanciranje nastupa grupacije Impresia – jedinstvenih hrvatskih hotela na sajmovima i radionicama specijaliziranim za segment luksuznog turizma i provedbu marketinških aktivnosti
Trošak sufinanciranja: 10.000 eur

UDRUGA OMH – sudjelovanje u aktivnostima i sufinanciranju rada Udruge;

- za pokroviteljstvo Gourmet Authentic događaja s ciljem razvoja nove kategorije gourmet authentic hotela koji će gostima nuditi vrhunsko gastronomsko iskustvo i za izradu nove web stranice

Trošak sufinanciranja: 10.000 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska i strukovna udruženja

Realizacija:

42.012,64 eur

2.3.3. Potpore ostalim subjektima u turizmu

Opis i cilj aktivnosti:

Turistička zajednica Splitsko – dalmatinska županije raspisala je u 2025. godini JAVNI POZIV za potpore poslovnim subjektima u provedbi programa, aktivnosti i projekata s ciljem razvoja i promocije turizma Srednje Dalmacije u 2025. godini.

Riječ je o otvorenom natječaju za razne poslovne subjekte i organizacije, a vezano za sufinanciranje različitih aktivnosti, programa i projekata koji su se provodili u zemlji i inozemstvu, a sve s ciljem promocije Splitsko-dalmatinske županije, odnosno Srednje Dalmacije kao turističke destinacije. Bespovratna sredstva potpore odobravala su se za prihvatljive aktivnosti, projekte i programe koji su se planirali realizirati tijekom 2025. godine i to od;

- općeg društvenog značaja (kulturne, zdravstvene, sportske, ekološke, obrazovne, znanstvene i druge aktivnosti)
- značaja za razvoj i promociju turizma (marketinške, edukativne, stručni skupovi i konferencije, izdavaštvo i slične aktivnosti)
- i druge općekorisne svrhe;

Korisnici potpora temeljem ovoga poziva mogu biti udruge, kulturno – umjetnička društva, zaklade, fundacije, ustanove, umjetničke organizacije, komore, sindikati, obrazovne, znanstvene i vjerske ustanove, javne i državne ustanove, trgovačka društva i obrti. Svaki poslovni subjekt mogao je u tekućoj kalendarskoj godini za dodjelu potpore kandidirati 1 (jedan) program/projekt/aktivnost. Ukupan godišnji iznos potpora planiran na temelju programa rada za 2025. godinu iznosio je 40.000 eura, ali izmjenama i dopunama programa iznos sredstava je povećan na 62.000 eura, prvenstveno zbog velikog broja prijavljenih projekata. U konačnici je utrošeno 61.700 eura, što je sukladno sredstvima planiranim izmjenama i dopunama programa.

Tablica - POPIS odobrenih projekata za sufinanciranje u 2025. godini

Naziv prijavitelja	Naziv programa/aktivnosti	Odobreno
Turističko – ugostiteljska škola Split	Predstavljanje rezultata projekta „YOURS DIGITALLY“, studeni 2024. – svibanj 2025.	1.500,00
OŠ Ravne njive - Neslanovac Split	Projekt kulturne demokratizacije kroz zborsko pjevanje - SONGS OF HUMANITY, listopad 2024. – lipanj 2025.	1.500,00
SPOT d.o.o. Varaždin	Konferencija DANI CIKLOTURIZMA 2025, 23. – 25.04. Gradac i Vrgorac	2.000,00
Splitski klub olimpijaca Split	Biografija o ŽELJKU JERKOVU – velikanu splitskog i hrvatskog sporta	1.500,00
Obrt KULTA. Zaostrog VI. Božena Delaš	Manifestacija 101. DAN – promocija dalmatinskog psa, ožujak – travanj 2025	1.000,00
Nogometni klub Poljičanin 1921 Srinjine	Postavljanje spomenika poginulim braniteljima (Ivica Vuco i Drago Jukić)	1.000,00
Biblijski vrt STOMORIJA Kaštela, Kaštel Novi	DANI otvorenih vrata – upoznavanje jedinstvenog vrta u HR u svetištu Gospe Stomorije	1.000,00

Umjetnička organizacija 4KONEKT, Hvar	Festival malih formi FORMAT – festival suvremenog kazališta	1.500,00
Katarina Tours Tugare	Upoznajmo Poljičku baštinu – program očuvanja i promocije baštine Poljičke kneževine	2.000,00
Ogranak Matice hrvatske u Trogiru, Trogir	Knjiga KAIROS ZAUSTAVLJEN U TROGIRU autora Radovan Slade Šilović	2.000,00
KUD Milan Begović, Vrlika	Predstavljanje SDŽ i grada Vrlike na festivalu „Svi zajedno Hrvatsko naj“, Vukovar	2.000,00
TechFuturo innovation j.d.o.o., Split	Znanstveno – stručni kongres „SIGURNOST U TURIZMU 2025“, Split	2.500,00
Ronilački klub PIK Mornar, Split	2025 Masters WC Freediving – svjetski turnir u freediving ronjenju, 18. – 25.05. Atena	1.200,00
LIBOR marketing management d.o.o., Split	Natjecanje u pripremi dalmatinske marende, svibanj – kolovoz i rujan - studeni	2.000,00
Hrvatska Yachting Asocijacija Split	Sajam CROYA YACHT CHARTER SHOW 2025, Split 29.9. – 1.10. 2025	4.000,00
Hrvatsko društvo umjetnika NANAEL, Split	Umjetnička manifestacija i promocija knjige „Kako je Mama tražila istinu“, Split 15.05. 2025	1.500,00
Kulturna i sportska udruga SVIB, Svib (Imotski)	MALE BRANKE za Veliku Gospu 2025 (Gospini dani), 21.07. – 16.08.	1.000,00
Obrt ANA IN MAMALAND, Podstrana	Izložba „Nevidljiva“ – nevidljivi teret majčinstva, Split 12. – 13.05. 2025	800,00
Interpretacijski centar ribarske baštine, Sućuraj	Izrada multimedijske platforme za Interpretacijski centar ribarske baštine u Sućurju	3.000,00
Crkva Sv. Ante, Sućuraj	Nabava galerijske opreme za ljetne izložbe u crkvi Sv. Ante, Sućuraj – otok Hvar	1.000,00
KINOKLUB Ogulin, Ogulin	Kratkometražni film „Korijen boje“ o hrvatskom slikaru Frane Radak, snimanje otok Brač	1.000,00
Udruga "Hvar metropola mora" Hvar	Izdavanje knjige "Hvar" -na engleskom jeziku	4.000,00
TZ općine Postira Postira	"Međunarodni simpozij o maslinovim uljima Hrvatske i Jadranske obale"	5.000,00
KUDŽ "Filip Dević" Split	Turneja u SAD-u – predstavljanje kulturne baštine Hrvatske i SDŽ na tržištu SAD-a	3.000,00
Udruga CRONAVES Split	"Plavetnilo Hrvatske" – promicanje očuvanja hrvatske maritimne baštine i Jadranskoga mora	1.200,00
Pinkica j.d.o.o. Split	"Historytelling Dalmatia – Story of Domnio", video storytelling ture Salone kroz priču o Svetome Dujmu	1.500,00
Galerija malih formata KOLOČ j.d.o.o., Bol	IZLOŽBA Jasne Bogdanović u Bolu s ciljem obogaćivanja kulturne ponute otoka Brača	300,00
Hrvatski nogometni klub "VRLIKA", Vrlika	Malonogometni turnir "VRLIKA 2025" – obogaćivanje turističke ponude grada Vrlike tijekom sezone	2.500,00

Županijska liga protiv raka Split Split	7. Race for the cure – Think Pink, najveći svjetski događaj posvećen borbi protiv raka dojke	2.000,00
Udruga Ljetnja glazbena škola Sinj, Sinj	"8. Ljetna glazbena škola Sinj" – međunarodni karakter škole za učitelje, studente, učenike glazbe...	3.000,00
Ajme portal j.d.o.o., Split	Festival putopisa "Ajme, di ću?"	1.200,00
Plesni klub "Vruća čokolada" Split	"XV. International Music & Dance Festival „DUBAI PALM FESTIVAL" – predstavljanje SDŽ i Splita	3.000,00
UKUPNO ODOBRENO		61.700,00

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska

Realizacija:

61.700,00 eur

2.4. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

TZ Splitsko – dalmatinska nastavila je u 2025. godini s programima PODRŠKE RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA, za što se planiralo utrošiti ukupno 1.230.000 eura. Naime, TZ Splitsko – dalmatinska podržava održavanje turističkih manifestacija/događanja šireg značaja koje imaju za cilj unapređenje ponude te stvaranje prepoznatljivog imidža 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 1.220.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi 1.198.794 eura, a što je za 2 posto manje u odnosu na rebalansirana sredstva.

2.4. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA – 1.198.794 eura

	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025
2.4.1. Potpore TZ I subjektima za događanja – Javni poziv	1.000.000	1.110.000	1.093.613
2.4.2. Sudjelovanje u organ. i provedbi događanja na području SDŽ	230.000	110.000	105.181

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

Opis i cilj aktivnosti:

TZ Splitsko – dalmatinske županije podržavala je tijekom 2025. 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 u razdoblju od 26.02 – 26.03. 2025. godine. 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 slijedećim 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. Sukladno objavljenom Javnom pozivu za potpore turističkim događanjima napodručju Splitsko - dalmatinske županije u 2025. godini, Stručno povjerenstvo donijelo je dana 24. lipnja 2025. godine ODLUKU o dodjeli potpora 243 manifestacija i događanja.

Na koncu obračunskog razdoblja utrošeno je 709.205 eura na manifestacije od lokalnog, regionalnog i nacionalnog značaja, uz napomenu da 10 subjekata nisu podnijeli izvješća, povukli odobrena sredstva niti obavijestili TZ o navedenim razlozima odustajanja (iznos sredstava koji je odobren, a nije isplaćen je 22.500 eura.)

POPIS odobrenih manifestacija za sufinanciranje u 2025. 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 Županije u 2025. godini, bio je raspisan na internetskim stranicama Zajednice www.dalmatia.hr također u razdoblju od 26.02. do 26.03. 2025 i temeljem njega odobrena su i isplaćena sredstva u ukupnom iznosu od 384.409 eura za 32 subjekta. Predmet Javnog poziva je bila dodjela bespovratnih novčanih sredstava 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 2025.

RB	ORGANIZATOR MANIFESTACIJE	NAZIV MANIFESTACIJE	ODOBRENA SREDSTVA
1.	Udruga DALMACIJA TRAILS	DALMACIJA ULTRA TRAIL 2025	12.000 eur
2.	TZ grada TRILJA	THRILL BLUES FESTIVAL	20.000 eur
3.	MARATON KLUB MARJAN	25. SPLIT MARATHON	18.000 eur
4.	LUKAS ŠPORT d.o.o.	WTA CROATIA MAKARSKA OPEN	16.000 eur
5.	Festival DALMATINSKIH KLAPA OMIŠ	59. FESTIVAL DALMATINSKIH KLAPA	18.000 eur
6.	Viteško ALKARSKO DRUŠTVO	309. SINJSKA ALKA	25.000 eur
7.	BK BIKE EVENT	CRO RACE	20.000 eur
9.	HNK Split	71. SPLITSKO LJETO	12.000 eur
10.	Festival MEDITERANSKOG FILMA Split	18. Festival MEDITERANSKOG FILMA	10.000 eur
11.	DALMACIJA KONCERT d.o.o.	MELODIJE JADRANA SPLIT 2025	25.000 eur
12.	WOLFMAN j.d.o.o.	SPLITSKI FESTIVAL	16.000 eur
13.	SPORT EVENT	MASTER HANDBALL WORLD CUP	19.000 eur
14.	TZ općine SUTIVAN	BICIKLISTIČKI MARATON UVATI VITAR	9.000 eur
15.	Jedriličarski klub LABUD	SPLITSKI FESTIVAL JEDRENJA	9.000 eur
16.	AVANTURA ŽIVOTA d.o.o.	SPARTAN World Championship HVAR	21.000 eur
18.	Udruga GLUMCI U ZAGVOZDU	28. Kazališni susreti GLUMCI U ZAGVOZDU	12.000 eur
19.	ŠKMER	Festival BISER MORA	15.000 eur
20.	MPG LIVE d.o.o.	ULTRA MUSIC FESTIVAL	25.000 eur
21.	TZ grada VRLJIKE	Opera ERO S ONOGA SVIJETA	15.000 eur
23.	Folklorni ansambl JEDINSTVO	4. MEĐUNARODNI FESTIVAL FOLKLORA Split	14.000 eur
24.	TZ općine POSTIRA	8. Svjetsko prvenstvo u BRANJU MASLINA	8.000 eur
26.	HANZA MEDIA d.o.o.	VINSKI PODRUM	8.000 eur
27.	TZ grada STAROGA GRADA	EUROPEAN AQUATICS 2025	8.000 eur
29.	TZ općine ŠOLTA	POTEZANJE MRDUJE	9.000 eur
30.	TZ općine MILNA	MRDUJA MILNA 2025	9.000 eur
32.	TZ grada TROGIRA	ZIMSKA ADVENTURA TROGIR 2025	12.000 eur
UKUPNO			385.000 eur

*neiskorištena sredstva - 591,43 eur

Za potpore svim događajima i manifestacijama organiziranim na području Splitsko – dalmatinske županije planiralo se 1.000.000 eura, nakon provedenih natječaja, izmjenama i dopunama plana, sredstva su povećana na iznos od 1.110.000 eura, a u konačnici su utrošena sredstva u iznosu 1.093.613 eura što je za 1,5 posto manje u odnosu na izmjene plana.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska i razni organizatori manifestacija

Realizacija:

1.093.613,44 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 intenzivne 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 i za društvene mreže, kao i bazu fotografija i video materijali o destinaciji i događanjima. Za organizaciju događanja na području regije, kao i oglašavanje događanja planiralo se izmjenama i dopunama utrošiti 110.000 eura, a u konačnici trošak sredstava iznosi 105.181 eura što je 4 posto manje u odnosu na izmjene i dopune plana. U okviru navedene stavke u 2025. realizirano je sljedeće;

❖ *Organizacija proslave 30 godina postojanja, rada i djelovanja TZ Splitsko – dalmatinske županije;*



Slika: Galerija Meštrović Split, proslava 30 godina rada i djelovanja TZSDŽ

Godine 1995. održana je osnivačka Skupština TZ Splitsko – dalmatinske županije, te se u 2025. godini slavilo 30 godina rada i djelovanja TZ Splitsko – dalmatinske županije. S tim ciljem organiziralo se posebno događanje kako bi se na primjeren način obilježila ova velika i značajna obljetnica.

Dana 13. lipnja 2025. godine u Galeriji Meštrović organizirano je posebno događanje, a svečanost su uveličali brojni uzvanici među kojima su bili i direktor HTZ-a Kristijan Staničić, župan Splitsko - dalmatinske županije Blaženko Boban te gradonačelnik Splita Tomislav Šuta. Proslava je okupila oko 200 uzvanika, a među njima i bivše direktore županijske TZ, članove Turističkog vijeća i Skupštine, direktore lokalnih turističkih zajednica te brojne dionike iz turističkog, javnog i privatnog sektora koji su kroz protekla tri desetljeća doprinijeli pozicioniranju Županije kao globalno prepoznate turističke destinacije. Trideset godina postojanja Turističke zajednice svjedoči o zajedničkom trudu svih koji su Srednju Dalmaciju oblikovali u poželjnu destinaciju. Taj put nije se mjerio samo brojkama, već ljudima, susretima i vrijednostima koje se njeguju, a koje su omogućile da Žpanija postane prepoznata u svijetu. U sklopu svečanosti dodijeljene su nagrade i priznanja za poseban doprinos turizmu Županije. Priznanja za dugogodišnji rad i doprinos razvoju privatnog smještaja primili su Mandalena Jerković iz Baške Vode, Margita Visković iz grada Hvara i Božidar Barač iz Komize, privatni iznajmljivači koji se, prema podacima lokalnih turističkih zajednica, najduže u kontinuitetu bave uslugom pružanja smještaja. U kategoriji Priznanja za povijesnu izvrsnost u hotelijerstvu i unaprjeđenju turističke ponude nagrađen je Hotel Palace Elisabeth, hvarski hotel čija povijest datira još od 1899., dok je Priznanje za doprinos razvoju turizma SDŽ dodijeljeno prvom direktoru TZ SDŽ, Miliju Razoviću. Posebno priznanje za doprinos sigurnosti destinacije uručeno je Vatrogasnoj zajednici SDŽ, a Nagradu za očuvanje tradicijske baštine i doprinos turizmu primili su KUD Jedinstvo i Viteško alkarsko društvo Sinj. Nadalje, za promociju i razvoj turizma županije nagrađeni su JU Park prirode Biokovo, Jadrolinija - uz zahvalu svim mornarima i članovima posade na predanom radu i entuzijazmu, Nacionalna udruga obiteljskih i malih hotela, ACI, Sveučilište u Splitu, Udruga hrvatskih putničkih agencija, Turističko - ugostiteljska škola Split te Zračna luka Sveti Jeronim.

Goste je pri samom dolasku, u impresivnom špaliru, dočekalo Viteško alkarsko društvo Sinj i HPO Gradska glazba Imotski, a u nastavku večeri, uz prigodan glazbeni program, prikazan je i video u kojem se kroz ključne trenutke, ljude i postignuća sažima 30 godina Splitsko - dalmatinskog turizma. Troškovi organizacije obilježavanja 30 godina rada TZ SDŽ uključivali su;

- scenarij, režija, montaža, kolorkorekcija, miks zvuka i grafičko pakiranje za video 30 godina,
- usluga postavljanja i isporuke te produkcije led ekrana, razglasa, video produkcije i rasvjete,
- dizajn vizualnog identiteta, izrada pozivnica, press wall, posebna priznanja, idejno rješenje posebne nagrade,
- ugostiteljske usluge pripreme, dostave i posluge hrane (270 osoba),
- najam prostora (galerija Meštrović)
- transport, montaža, demontaža i najam pozornice sa pripadajućom scenografijom
- troškovi glazbenog nastupa (razni izvođači) i dr. troškovi

Troškovi organizacije događanja: 83.481 eur

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

- oglašavanje manifestacija na području Splitsko – dalmatinske županije za ljetnu sezonu 2025. godine; Radio Dalmacija – „Najbolje od Dalmacije“
- oglašavanje advenstih događanja na području SDŽ na web portalu dalmatinskiportal.hr - Adventski kalendar (članci +baneri tijekom prosinca 2025.)
- dizajn i priprema banneri za oglašavanje ADVENTA

Trošak aktivnosti: 21.700 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, razni mediji i dr.subjekti

Realizacija:

105.180,79 eur

2.5. EU PROJEKTI

TZ Splitsko – dalmatinske županije od 2025. godine sudjeluje u EU projekatima, s posebnim naglaskom na projekte iz područja kulture. Sudjelovanjem u navedenim projektima, područje Srednje Dalmacije biti će obogaćeno brojnim materijalnim i nematerijalnim vrijednostima, što će u konačnici doprinjeti valorizaciji bogate kulturne baštine regije.

TZ Splitsko – dalmatinska najviše je uključena u Interreg projekte. Program Interreg, kao jedan od ključnih mehanizama prekogranične suradnje, omogućuje provedbu projekata koji ne samo da potiču kulturnu razmjenu između zemalja, već i doprinose očuvanju zajedničke kulturne baštine, održivom turizmu i jačanju regionalne konkurentnosti. Ovaj program nudi mogućnost dodatnog jačanja kulturnih i turističkih potencijala regija i destinacija, kao i povezivanje s međunarodnim partnerima radi razmjene znanja, iskustava i resursa.

Naziv projekta: „MEDiterranean 4 REGENerative Tourism and Culture“ (približno na hrvatskom: „Mediterran za regenerativni turizam i kulturu“)

Period provedbe projekta: od 01.04.2025. do 31.12.2027.

Ukupni budžet projekta: 2.076.429,60 EUR

Partneri u projektu:

Regija Veneto (Odjel za kulturnu baštinu i sport) – Italija

Sveučilište IUAV u Veneciji (Odjel za arhitekturu i umjetnost) – Italija

Muzej arhitekture i dizajna - Slovenija

Općinski odjel za inicijative i poslovne aktivnosti Malage – Španjolska

Sveučilište u Sarajevu, Arhitektonski fakultet – BiH

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije – Hrvatska

Regija Epir, Uprava za planiranje razvoja – Grčka

Laboratorij za otvoreni turizam - Francuska

Očekivani ciljevi i rezultati:

MED4REGEN je projekt sufinanciran kroz Interreg Euro-MED program i koji ima za cilj pretvoriti muzeje i kulturne institucije u katalizatore održivijeg, regenerativnog oblika turizma na Mediteranu. Temeljen na hiper-lokalnom pristupu, projekt okuplja kulturne dionike, turističke tvrtke, stanovnike i posjetitelje oko pet glavnih izazova: prekomjernog turizma, dominantnih narativa, prirodne baštine, urbanih središta i perifernih područja. Kroz transnacionalne radne skupine, fokus grupe, pilot akcije i praktični set alata, projekt razvija konkretna rješenja za ponovno povezivanje turizma s lokalnim područjima i poticanje kulturnog pomaka i svijesti prema dobrobiti klime, bioraznolikosti i lokalnih zajednica.

U okviru navedene stavke u 2025. realizirano je sljedeće;

❖ **Projekt MED4REGEN;**

- *Usluga tehničke pomoći u provedbi EU projekta MED4REGEN – 1. Obrok (nositelj: IRI Centar Split)*

- *Usluga istraživanja i primjene metoda regenerativnog turizma u hiper – lokalnim kulturnim eko sustavima (nositelj: Ekonomski fakultet Split)*
- *Sudjelovanje djelatnika TZSDŽ na radionicama, sastancima i radu radnih skupina i partnera*

Trošak aktivnosti: 27.103 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, IRI Centar Split, Ekonomski fakultet Split i dr.

Realizacija:

27.102,93 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, kao i sa nastupima na sajmovima i organizacijom prezentacija. Tijekom 2025. aktivnosti su bile usmjerene na produkciju materijala, nabavu prigodnih poklona, a naglasak aktivnosti je stavljen na dodatno unapređenje novih internetskih stranica. Za realizaciju svih aktivnosti predmetne stavke planirala su se programom rada sredstva u iznosu od 2.527.000 eura, međutim izmjenama i dopunama programa, iznos sredstva je smanjen na 2.126.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi 2.033.346 eura, što je za 4% manje te predmetni rashodi sudjeluju sa 36% u ukupnoj strukturi realiziranih aktivnosti turističke zajednice.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE – 2.033.346 eura				
	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025	
3.1. Definiranje branding sustava i arhitekture	20.000	-	-	
3.2. Oglašavanje destinacijske ponude i proizvoda	1.020.000	1.005.000	1.009.663	
3.3. Odnosi s javnošću: PR	100.000	100.000	98.515	

3.4. Marketinške i poslovne suradnje	292.000	406.000	391.491
3.5. Sajmovi, prezentacije i radionice	380.000	292.000	292.758
3.6. Suradnja s organizatorima putovanja	70.000	38.000	42.735
3.7. Kreiranje promotivnog materijala	450.000	200.000	122.427
3.8. Internetske stranice	25.000	20.000	17.136
3.9. Kreiranje i upravljanje bazama podataka	20.000	20.000	17.008
3.10. Turističko – informativne aktivnosti	150.000	45.000	41.613

3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA

Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske županije odabrala je u 2024. godini novi vizualni identitet (logo i popratne vizualne elemente) koji su sastavni dio svih marketinških i promotivnih aktivnosti. Osvremenjivanje vizualnoga identiteta otvara mnoge nove mogućnosti u pozicioniranju Srednje Dalmacije kao konkurentne i privlačne destinacije. Time će se unaprijediti prepoznatljivost i atraktivnost Splitsko – dalmatinske županije te dodatno ojačati brend Srednje Dalmacije na globalnoj turističkoj karti. Obzirom su aktivnosti na primjeni novoga vizualnog identiteta već intezivirane i u velikoj mjeri realizirane, u 2025. godini nije bilo utroška planiranih sredstva.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, Filburg i partneri

Realizacija:

0,00 eur

3.2. OGLAŠAVANJE DESTINA. PONUDE I PROIZVODA

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 1.020.000 eura. Izmjenama i dopunama programa za 2025. godinu, trošak predmetne stavke smanjen je na iznos od 1.005.000 eura. Obzirom na stanje i okolnosti na tržištima, sve aktivnosti i planovi bili su podložni promjenama te su se prilagođavali tržišnim kretanjima.

U konačnici rashodi predmetne stavke iznose 1.009.663 eura, što je gotovo istovjetno s sredstvima planiranim izmjenama plana.

3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKE PONUDE I PROIZVODA – 1.009.663 eur			
	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025
3.2.1. Offline oglašavanje	120.000	135.000	133.576
3.2.2. Online oglašavanje	900.000	870.000	876.087

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. S obzirom na ključne turističke proizvode kao i na korisnike različitih dobni 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 domaća tržišta 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 2025. kampanje su bile najvećim dijelom fokusirane na glavna i tradicionalna emitivna tržišta, kao i domaća tržišta koje sve više pokazuje svoj značaj i potencijal.

I u 2025. 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 133.576 eura, što je za 1 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;

Oglašavanja u TISKU

EXPLORE ADRIATIC 2025, vodič Oglas 1/1 str. u tiskanom izdanju vodiča, 130x210 mm	INOZEMNA	788 eur
PETIT FUTE 2025, vodič Oglas u tiskanom izdanju vodiča Dizajn i priprema za tisak oglasa	FRANCUSKA	250 eur
LUST AUF KROATIEN magazin 2/1 oglas – print oglašavanje u magazinu i PR članak	NJEMAČKA	5.625 eur
TOP CAMPING 2025 magazin Oglas 1/1 str., format A4 u boji + web oglašavanje	INOZEMNA	1.438 eur
Publikacija 100 VODEĆIH HRVATSKIH RESTORANA Oglašavanje u publikaciji – oglas	HRVATSKA	700 eur
UHPA Directory 2025/2026 / UHPA Stručna revija Zakup oglasnog prostora u publikacijama – prilog Follow Croatia	HRVATSKA	2.250 eur
KAMPING UDRUŽENJE HRVATSKE Oglašavanje Croatia Best Campsites 2025 – paket	HRVATSKA	1.250 eur
ASTA Worldwide Destination Guide, vodič Partner content full page – top 5 highlights	INOZEMNA	4.000 eur

TV/RADIO Oglašavanja

NAUTICAL CHANNEL 2025 Promocija destinacije u sklopu TV serijala ANCHORED IN PARADISE (2 emisije)	EUROPA	4.688 eur
COOLTURIST Sudjelovanje destinacije unutar emisije NOVA TV	HRVATSKA	14.063 eur
TV KRONE, Dalmatinska marenda-savjetovanje	AUSTRIJA	1.875 eur
RADIO DALMACIJA Oglašavanje projekta Dalmatinske marende	HRVATSKA	6.659 eur

Posebne marketinške suradnje - UGOVORI

ID RIVA TOURS GmbH Oglašavanje u sklopu kataloga „Kroatien 2025“ - dizajn i priprema za tisak oglasa	NJEMAČKA	250 eur
PUTNI KOFER Paket oglašavanja na portalu Putni Kofer – native članci tijekom 2025. godine	HRVATSKA	10.540 eur
MORSKI.HR Kampanja oglašavanja u trajanju od dvanaest mjeseci	HRVATSKA	5.040 eur
London underground 30 stanica – jumbo poster Oglašavanje u trajanju od 5. – 18.05. 2025	UK	12.541 eur
HANZA MEDIA – Slobodna Dalmacija Microsite i članci „Dalmatinska marenda“	HRVATSKA	10.000 eur
TPORTAL, native oglašavanje Promocija SDŽ uz slogan Blue, Golden Endless na news portalu	HRVATSKA	37.500 eur
GAULT&MILLAU CROATIA 2025, vodič Promotivna suradnja – gala večera, oglašavanje u vodiču, promocija na webu i ostalim kanalima	INOZEMNA	12.500 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri u zemlji i inozemstvu

Realizacija:

133.575,94 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 najjači generatori povećanja broja turista, akcent promotivnih aktivnosti i u 2025. godini stavljen je na realizaciju online oglašavanja koje je uključivalo sljedeće vrste oglašavanja;

- ✚ NATIVE kampanje - POSEBNE promotivne online kampanje
- ✚ Oglašavanje na DRUŠTVENIM MREŽAMA – Facebook, Youtube, Instagram i LinkedIn

DISPLAY oglašavanje – Google, Adwords kampanje i oglašavanje na internet portalima

Za aktivnosti online oglašavanja utrošeno je ukupno 876.087 eura, što je za 1 posto više u usporedbi s 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 kampanje na inozemnim tržištima u suradnji s raznim partnerima, provode se 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.

TZ Splitsko – dalmatinska pokrenula je u veljači glavnu promotivnu kampanju na sedam europskih tržišta: Austrija, Njemačka, Francuska, UK, Slovenija, Švedska i Poljska. Kampanja se provodila na online kanalima, s ciljem pozicioniranja Srednje Dalmacije kao poželjne i atraktivne destinacije za odmor, te je bila aktivna do mjeseca srpnja. Promotivne aktivnosti obuhvaćale su različite vrste sadržaja, od native članaka na relevantnim news portalima, objava na društvenim mrežama, oglasnih display banneri te ciljanih web oglasa, prilagođenih svakom tržištu. U 2025. poseban naglasak stavljen je i na video formate, točnije dinamične video oglase koji dodatno ističu ljepotu destinacije kroz atraktivne kadrove mora, plaža, prirode, povijesnih gradova i kulturnih lokaliteta. Osim toga, kroz kampanju je ciljano pozicioniran narativ o Srednjoj Dalmaciji kao ekološkoj destinaciji, uključujući i informaciju da je Hrvatska, prema istraživanju Europske agencije za zaštitu okoliša, proglašena zemljom s najvišom kvalitetom morske vode što doprinosi pozicioniranju Srednje Dalmacije kao regije koja spaja prirodne ljepote i održivi turizam.

Tijekom 2025. godine realizirana je sveobuhvatna online kampanja na šest ključnih europskih tržišta: Njemačkoj, Austriji, Velikoj Britaniji, Francuskoj, Švedskoj i Sloveniji u suradnji s agencijom Star Digital, s primarnim ciljem jačanja prisutnosti brenda na ključnim europskim tržištima i privlačenja gostiju s navedenih tržištima u destinacijama. Primijenjen je "multi-format" pristup kako bi se osigurala maksimalna vidljivost i angažman korisnika kroz različite vrste oglasnih materijala:

- ✓ Native oglašavanje: Objava native članaka koji stilom i tonom u potpunosti oponašaju urednički (informativni) sadržaj portala. Time se osiguralo da poruke ne izgledaju kao oglasi, već kao relevantan sadržaj integriran u samu srž medija. Takav „urednički“ pristup rezultirao je s preko 340.000 čitanja, što potvrđuje da su korisnici sadržaj percipirali kao vrijedan izvor informacija, a ne samo kao reklamu
- ✓ Oglasni formati / banneri: Hero banneri, image galerije i video oglasi za snažan vizualni utjecaj
- ✓ Inovativni formati: Korištenje oglasa na web portalima koji imitiraju društvene mreže (Branded Stories i Social Cards) te teaser oglasa za poticanje klikova.

Kampanja je realizirana na vodećim nacionalnim portalima na ciljanim tržištima, čime je osiguran visok kredibilitet i doseg prema relevantnoj publici:

Tržište	Ključni mediji
Njemačka	T-online.de, SZ.de (Süddeutsche Zeitung), Focus.de, Web.de
UK	The Independent, The Guardian, Telegraph.co.uk
Francuska	Le Monde, Le Point
Austrija	Krone.at
Švedska	Aftonbladet.se
Slovenija	Siol.net, Žurnal24.si

Kampanja je ostvarila iznimne rezultate u vidu vidljivosti i interakcije s korisnicima na svim ciljanim tržištima:

- ✓ Snažna prisutnost (Reach): Ostvareno je preko 1.300.000 impresija (prikaza) oglasa
- ✓ Visok angažman korisnika (Engagement): Zabilježeno je više od 340.000 čitanja i pregleda native članaka, što ukazuje na izniman interes publike za sadržaj o Srednjoj Dalmaciji
- ✓ Konverzija i interes (Traffic): Oglasi su generirali preko 30.000 klikova, usmjeravajući relevantan promet (korisnike) na službenu web stranicu TZ SDŽ i članke u medijima o Srednjoj Dalmaciji

TZ Splitsko – dalmatinske županije nastavila je i u 2025. 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. Kampanja je realizirana s naglaskom na visokokvalitetni video sadržaj i primjenu umjetne inteligencije, a što je uključivalo;

- Native sadržaj: Objavljeno je ukupno 14 native članaka koji su kreirani u suradnji s uredništvom portala, čime je osigurano da promotivne poruke budu prezentirane u obliku relevantnog, informativnog sadržaja koji prirodno odgovara interesima čitatelja.
- Reaktivacija video serijala "Onet on Tour": Ponovno su aktivirane epizode popularnog serijala "Onet on Tour" u kojima sudjeluje poznati poljski TV voditelj Marcin Prokop. Video sadržaj je ponovno distribuiran izravno na portalu Onet.pl te na pripadajućim društvenim mrežama medija.
- Inovativni AI Planner: Kao tehnološki iskorak, na portalu Onet.pl implementiran je AI Planner. Riječ je o naprednom alatu baziranom na umjetnoj inteligenciji koji je korisnicima omogućio personalizirano planiranje

Kampanja je ostvarila iznimne rezultate u vidu vidljivosti i interakcije s korisnicima:

- ✓ Čitanost i doseg sadržaja: Native članci privukli su više od 140.000 jedinstvenih čitatelja,
- ✓ Video sadržaj doseg: Ostvareno je preko 1.250.000 pregleda video materijala,
- ✓ Korisnička interakcija (AI planner): Inovativni AI Planner aktivno je koristilo 60.000 jedinstvenih korisnika

Hrvatska turistička zajednica u 2023. pokrenula je promotivnu kampanju na Expediji, jednoj od najznačajnijih travel platformi na američkom tržištu, koja je nastavljena i u 2025. godini. Kampanja se odvijala od 26.3. do 4.7., a ukupno je ostvareno više od \$11 milijuna vrijednosti bookinga što obuhvaća više od 25.000 putnika, 22.000 rezerviranih noćenja i 6.000 avio karata. Kampanja je realizirana kao zajednički projekt u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ) i ostalim hrvatskim županijama, s ciljem pozicioniranja Hrvatske i Srednje Dalmacije na prioritetnom tržištu Sjedinjenih Američkih Država. Aktivnosti kampanje uključivale su:

- Specijalizirani microsite: Namjenska stranica unutar platforme posvećena promociji Hrvatske, s istaknutim sadržajem o destinacijama Srednje Dalmacije
- Display oglašavanje: Primjena različitih oglasnih formata na ključnim pozicijama unutar platforme radi postizanja maksimalne vidljivosti prema ciljanoj publici

Kampanja je postigla značajan doseg i mjerljiv učinak na turistički promet s tržišta SAD-a:

- Vidljivost: Ostvareno je ukupno 5,9 milijuna impresija
- Interakcija: Zabilježeno je 2,7 tisuća klikova na oglasne formate
- Realizirani promet: Putem platforme je evidentirano 8.464 putnika te je kupljeno 793 zrakoplovnih karata za SDŽ (Split)
- Učinak na smještajne kapacitete: Kampanja je izravno rezultirala s 8.040 ostvarenih noćenja u Splitsko – dalmatinskoj županiji

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. Tijekom 2025. godine TZ Splitsko-dalmatinske županije nastavila je sustavno razvijati prisutnost na društvenim mrežama, pri čemu je Facebook profil @centraldalmatia (Dalmatia.hr) zadržao poziciju najjačeg komunikacijskog kanala s publikom, s bazom od približno 677.000 pratitelja i stabilnim angažmanom kroz redovite promotivne objave, najave događanja, kampanje, dijeljenje medijskih objava te informativne sadržaje vezane uz turističku ponudu i aktivnosti na razini županije. Instagram profil @dalmatiahr tijekom godine je bilježio kontinuiranu aktivnost i rast zajednice, dosegnuvši oko 63.400 pratitelja uz više od dvije tisuće objava, a sadržaj je bio dominantno vizualan – profesionalne fotografije i video materijali prirodnih ljepota, plaža, kulturne baštine, eno-gastro ponude, manifestacija i doživljaja, uz naglasak na inspirativni i lifestyle pristup destinaciji. LinkedIn profil @Tourist Board of Split-Dalmatia County, usmjeren na profesionalnu i poslovnu publiku, pokazao je osobito snažan početni rast te je tijekom prvih godinu dana djelovanja u 2025. godini porastao za oko 1.000 pratitelja, a objave su bile fokusirane na strateške projekte, suradnje, edukacije, sudjelovanja na sajmovima i konferencijama, javne pozive te druge informacije relevantne za dionike u turističkom sektoru, čime se dodatno ojačala B2B komunikacija i institucionalna vidljivost Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije.

Rekapitulacija aktivnosti online oglašavanja u 2025. godini

VRSTA OGLAŠAVANJA	Iznos TROŠKA
Display oglašavanje – GOOGLE Oglašavanje na tržištima EU i SAD, razdoblje 2025. godine	307.126 eur
GOOGLE ADWORDS kampanje Vođenje kampanja u razdoblju siječanj – prosinac 2025. godine	12.000 eur
Oglašavanje na DRUŠTVENIM MREŽAMA (Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn) - vođenje društvenih mreža u razdoblju siječanj -prosinac - održavanje i objavljivanje sadržaja na profilima društvenih mreža - story najave evenata i manifestacija	16.629 eur

- djeljenje objava pretitelja koje su u skladu sa strategijom vođenja profila - komentiranje objava vezanih uz područje TZ SDŽ/veća interakcija	
POSEBNE PROMOTIVNE ONLINE KAMPANJE	540.332 eur
AXEL SPRINGER – posebna kampanja za tržište POLJSKE - native sadržaj, reaktivacija video serijala "Onet on Tour", inovativni AI Planner	
EXPEDIA GROUP – posebna kampanja za tržište SAD-a - Kampanja je obuhvatila izradu Spotlight landing stranice na kanalima Expedita te dodatne promotivne aktivnosti kroz različite medijske kanale	
LE PETIT FUTE 2025 – oglašavanje na tržištu FRANCUSKE Magazin „Horse serie“ – 1 page ad + 3 pages article/print 2 sponsored articles, 3 posts on IG and FB/digital	
WANDERLUST – kampanja oglašavanja na tržištu UK-a Online Custom Article including paid social media promotion for 8 weeks – live in September 2025	
HURST MEDIA - oglašavanje na tržištu UK-a News portal DAILY MAIL – 1Xnative feature in travel top 10 checklist published on 11.02. 2025	
U suradnji sa PROMOTIVNIM AGENCIJAMA Oglašavanje na TRŽIŠTU UK-a - The Independent, 2x new written Articles, 1x Brand Story, 1xSnapshot Video The Guardian, 4x Content Block Dizajn i priprema banneri Oglašavanje na TRŽIŠTU ŠVEDSKE - Aftonbladet.se, 2x Native Article+ Native Teasers Oglašavanje na tržištu SLOVENIJE - Siol.net, Editorial + Facebook Media Share Žurnal24.si, Editorial + FB share Video Opendoor Oglašavanje na TRŽIŠTU NJEMAČKE - Tonline.de, Native Story Advanced, Native Story Teasers Sz.de, advertorial+Advertorial Teasers Web.de, MaxiAD+Exclusive XL+ Pre-Roll Spot Oglašavanje na TRŽIŠTU AUSTRIJE – Krone.at/TV – Editorial, Native Teasures, Newsletter Integration, Cooking show Oglašavanje na TRŽIŠTU FRANCUSKE -	

LeMonde.fr, Branded content Carroussel LeMonde fr., Long form Article, Facebook&Instagram post Lepoint.fr, Editorial Brandend Content, Native Teasers Social Media Amplification Promidžbena kampanja i promo video – Telegraph, Independent, web.de, Guardian, Sioil.net/Žurnal24.si	
---	--

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

876.086,93 eur

3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU

Opis i cilj aktivnosti:

U planu rada i djelovanja za 2025. 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 98.515 eura što je za 1 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 tiskanim, 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 njoj 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.

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 2025. 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
- izrada PR tekstova i ideja za potrebe predstavljanja posebnih projekata u organizaciji TZSDŽ (*Journal.hr* – promocija videa “Dream is real”)

- izrada PR tekstova za potrebe posebnih priloga u dnevnim tiskovinama; posebni prilog "Turizam" u Slobodnoj Dalmaciji, izdanje studeni 2025, prilog Gastro&Wine u tjedniku Nacional, izdanje 22.04.2025., 23.09.2025. i 9.12. 2025., 24sata.hr naslovnica dana 30.11. i 31.12. 2025.,
- organizacija pressica od strane TZSDŽ povodom objave i predstavljanja raznih događanja na području SDŽ

Trošak aktivnosti: 43.736 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 vodiča, troškove smještaja, ugostiteljske usluge, usluge oglašavanja, troškove prijevoza i transfera i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 54.779 eur

Analitički prikaz dolazaka predstavnika medija/influencera u 2025. g.

ZEMLJE dolaska	BR. predstav.	MJESEC dolaska	Vrsta MEDIJA
USA	1 novinar 3 novinara	svibanj travanj	Richard Varr, freelancer(Travel Magazine) Amy Kay Nelson, ultimate travel guide
NJEMAČKA	5 novinara 3 novinara	studeni lipanj	Isabella Patricia Jasmin Hoffinger, Daily newspaper-travel section Barbara Katharina Forster "Frau von Heute" und "TV fur mich" Kurt Heinrich, Albert Sohnemann, journeys all over the world Kirsten Bungart, Reisen Exclusiv Freelancer Wolfgang Fassbender, Gunnar Knechtel, food magazine, ESSEN & TRINKEN(print, monthly, online Bernd Gutknecht, National public radio
POLJSKA	1 novinar	lipanj	Pawel Kunz, Outdoor Magazine (radio, TV, broadcast)
ŠVICARSKA	1 novinar	studeni	Gehri Katrin, Prestige Magazine
UK	1 novinar 1 novinar 4 novinara 1 novinar	listopad svibanj svibanj	John Gimlette, Telegraph Media Group Matt Kollat, Lifestyle and Tech- monthly print edition Bettany Hughes - TV ekipa, Treasures of Croatia Joanna Booth, online newspaper
SLOVAČKA	3 novinara	lipanj	Filip Sestrenek, Erik Vrabel, Ivana Kapralikova, slovački radio i TV
NIZOZEMSKA	1 novinar 2 blogera	rujan lipanj	Petra Brigitta Pulgroms, Margriet magazine, print and online Jasper van der Pol, Maria Brinkman
MAĐARSKA	1 novinar	lipanj	Sasvari Zoltan, online portsal, outdoor activities

ESTONIJA	2 novinar	lipanj	Thea Karin& Jana Rand, Postimeesgrupp i Newspaper Masleht
ITALIJA	7 novinara 2 novinara	svibanj svibanj	TV RAI 2, program “Green Lovers” Cagnoni Valeria, Gattafoni Erinaldo, TV RAI (Dream road)
ŠKOTSKA	1 novinar	svibanj	William Metcalfe , Scottish Sun
KANADA	1 novinar	svibanj	Sean Terence Mallen, Dreamscapes Magazine
ČEŠKA	4 novinara	svibanj	Martin Froyda, Ondrej Slanina, Katerina Kavinova, Marek Froyda, TV program “Kluci v Akci”
KOREA	4 novinara	svibanj	Nacionalna TV
ŠPANJOLSKA	3 novinara	travanj	Santiago Morales, Nacionalna TV, emisija “Aqui La Terra”
FRANCUSKA	1 novinar	travanj	Anne Golec, Meet and travel Mag, print and digital magazine

U 2025. realizirana je posebna kampanja;

❖ *DIGITALNA kampanja HTZ u suradnji s najpoznatijim influencerom Kristijanom Iličićem i osam međunarodno popularnih travel influencera*



Promocija putem digitalnih kanala komunikacija ima primat prilikom provođenja aktivnosti koje za cilj imaju približavanje turističke ponude destinacija, zbog čega je u 2025. napravljen poseban program za osam međunarodno popularnih travel influencera koji su boravili u Hrvatskoj s ciljem upoznavanja hrvatske turističke ponude. Riječ je o projektu kojeg je HTZ provodila u suradnji s Kristijanom Iličićem, najpoznatijim domaćim influencerom koji je obišao sve zemlje svijeta. Nathalie Aron, Patrick Aron i Franziska Niehus iz Njemačke, Tom Maria Alouis Grond iz Nizozemske, Jess Melu iz Švicarske, Christian Byfield iz Kolumbije, Emanuel Raul Vierra Issa i Valery Issa iz Venezuele, Kasem Hato iz Jordana te Belkacem Ben Arous i Ester Arguto iz Alžira zajedno ostvaruju doseg od preko 20 milijuna pratitelja diljem svijeta na društvenim mrežama Facebook, Instagram, TikTok i You Tube.

Za kraj boravka u Hrvatskoj, koji je bio 19. svibnja, influenceri su posjetili Splitsko-dalmatinsku županiju gdje su u suradnji s TZŽ Splitsko-dalmatinske koja se aktivno uključila u projekt, razgledali Split, Omiš, Šoltu, Hvar, Brač i dr. destinacije. S više od 900 uspješno objavljenih objava i priča kroz različite aktivacije te ukupnim dosegom od preko 52 milijuna pregleda, ova kampanja je pokazala, ne samo snažnu angažiranost kreatora, već i izuzetan utjecaj na publiku.

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

98.514,77 eur

3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE

U skladu s dosadašnjom praksom, tržišnim i poslovnim okolnostima TZ Splitsko – dalmatinske županije nastavila je u 2025. 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 292.000 eura, a izmjenama i dopunama programa, iznos predviđenih sredstava je korigiran na 406.000 eura. U konačnici realizacija predmetne aktivnosti iznosi 391.491 eura, što je 4 posto manje u usporedbi s izmjenama i dopunama programa.

3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE – 391.491 eur			
	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025
3.4.1. Udruženo oglašavanje	160.000	170.000	151.497
3.4.2. Strateški projekti i suradnje	132.000	236.000	239.993

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 25. siječnja 2025. na svojim internetskim stranicama sa rokom prijave do 25. veljače 2025. 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 17 subjekata s područja Županije iz turističkog sektora u iznosu od 175.630 eura, što je bilo za 6 posto više u odnosu na prvobitno planirana sredstva.

Izmjenama i dopunama programa iznos je korigiran na visinu odobrenih sredstava, a u konačnici troškovi navedene stavke iznose ukupno 151.497 eura, zbog odustajanja pojedinih subjekata od realizacije oglašavanja ili smanjene realizacije odobrenog media plana.

Pregled aktivnosti udruženog olašavanja po partnerima;

UDRUŽENO OGLAŠAVANJE ponude destinacije Splitsko - dalmatinska županija, realizacija do 31.12.2025			
POSLOVNI SUBJEKT	Odobreno-eur	Fakturirano	Neiskorišteno
Excelsus CAMPING Stobreč	9.770,00	9.517,15	252,85
RADISSON BLUE RESORT Split	5.000,00	-	odustali
VALAMAR – Hoteli Makarska	7.000,00	7.000,00	-
Grand hotel VIEW Postira	15.000,00	4.676,32	10.323,68
BRETANIDE Resort d.o.o.	12.000,00	12.000,00	-
Hotel PLAŽA Duće	1.750,00	1.700,00	50,00
Hotel PARK Split	4.000,00	-	odustali
SUNCE hoteli	25.000,00	25.000,00	-
Visa promet d.d. - Kamp ROŽAC	4.634,53	4.634,50	0,03
SALVE REGINA - Sagitta	3.675,00	3.675,00	-
Hotel AMBASADOR Split	28.000,00	28.000,00	-
SUNČANI HVAR d.d. Hvar	30.000,00	30.000,00	-
Hotel MARVIE Split	2.900,00	2.900,00	-
Kamp GALEB Omiš	18.500,00	17.994,25	505,75
Kamp BUNJA Supetar	4.000,00	-	odustali
MASLINA RESORT Stari Grad	3.400,00	3.400,00	-
TST Villas Apartments	1.000,00	999,84	0,16
UKUPNO	175.629,53	151.497,06	24.132,44

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri iz turističkog sektora

Realizacija:

151.497,06 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. Strateški partneri su turoperator i organizirani programi za Hrvatsku i prijevoznici za Hrvatsku u zračnom, autobusnom, željezničkom, i/ili brodskom prijevozu koji uvode nove, pojačavaju postojeće programe i/ili proširuju period svojih programa. Svrha suradnje je podići svijest o turističkom brendu Hrvatske na odabranom tržištu usmjeravajući se na potencijalne goste kroz zajedničke kampanje. Te su kampanje vezane uz program strateških partnera za Hrvatsku koji je usklađen sa strateškim ciljevima HTZ-a. Putem javnog poziva za iskazivanje interesa pozivaju se zainteresirani turoperator i prijevoznici koji promoviraju svoje programe za Hrvatsku da HTZ-u i predstavništvima HTZ-a na svom tržištu dostave prijedlog suradnje za tekuću godinu. 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 132.000 eura. Izmjenama je iznos korigiran na 236.000 eura zbog plaćanja udjela i TZ grada Splita koja sudjeluje u strateškim projektima, a koji iznos je zatim fakturiran za refundaciju.

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 239.993 eura.

TZ SDŽ realizirala je suradnju s sljedećim partnerima;

STRATEŠKI PROJEKTI – Splitsko – dalmatinska županija	
Strateško oglašavanje – CROATIA AIRLINES	31.250,00 eur
Strateški projekt (marenda u avionu) – CROATIA AIRLINES	37.500,00 eur
Strateško oglašavanje – KLM DUTCH AIRLINES	28.125,00 eur
Strateško oglašavanje - EUROWINGS	42.125,00 eur
Strateško oglašavanje - JET2COM	6.250,00 eur
Strateško oglašavanje - EASYJET	42.125,00 eur
Strateško oglašavanje - SNAV	16.375,00 eur
Strateško oglašavanje – WIZZ AIR HUNGARY	12.500,00 eur
Strateško oglašavanje – EDELWEISS AIR	11.625,00 eur
Strateško oglašavanje – VOLOTE S.L.	11.625,00 eur

Ostalo - web banneri, dizajn i priprema oglasa za magazine – 493,50 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

HTZ, TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

Realizacija:

239.993,50 eur

3.5. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I RADIONICE

TZ Splitsko – dalmatinske županije u okviru stavke SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE planirala je sredstva u ukupnom iznosu od 380.000 eura, ali izmjenama i dopunama programa sredstva su smanjena na iznos od 292.000 eura. Tijekom 2025. godine nastupilo se na brojnim sajmovima, te održalo cijeli niz značajnih prezentacija turističke ponude. Realizacija cjelokupne stavke u konačnici iznosi 292.759 eura, što je sukladno rebalansiranim sredstvima.

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 2025. ukupno 139.205 eura, što je za 1 posto manje 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.

TZ Splitsko-dalmatinske županije predstavila je tijekom 2025. godine svoju bogatu turističku ponudu na nizu vodećih međunarodnih sajmova, potvrđujući snažnu prisutnost na ključnim emitivnim tržištima. Pri tome je TZ Splitsko – dalmatinska promovirala raznoliku ponudu destinacije – od kulturne i prirodne baštine do aktivnog, gastronomskog i održivog turizma. Kroz izravne susrete s turističkim profesionalcima, medijima i potencijalnim gostima dodatno je osnažena prepoznatljivost Splitsko-dalmatinske županije kao atraktivne cjelogodišnje destinacije na međunarodnom tržištu. U 2025. godini nastupilo se na ukupno 19 sajma na tržištima Njemačke, UK-a, Francuske, Češke, SAD-a, Španjolske, Italije, Nizozemske i dr. emitivnih tržišta. U okviru navedene stavke u 2025. godini realizirani su sljedeći sajamski nastupi;

SAJAM – zakup štanda HTZ-a

❖ Nastup na sajmu FITUR Madrid, 22. – 26.01. 2025. u sklopu štanda HTZ-a

Međunarodni sajam turizma - Fitur, jedan je od najvažnijih turističkih sajmova na svijetu te se održava na velesajamskom prostoru IFEMA u Madridu. Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 5.003 eur

❖ *Nastup na sajmu TRAVEL&ADVENTURE SHOW New York, 25. – 26.01. 2025. godine u sklopu štanda HTZ-a*

Sajam New York Travel & Adventure Show održava se u kongresnom centru Jacob K. Javits Convention Center u New Yorku i riječ je o jednom od najvećih sajmova u SAD-u. Hrvatska na ovom sajmu ima značajan nastup kroz štand Hrvatske turističke zajednice, na kojem svoju ponudu predstavljaju i regionalne turističke zajednice, poput TZ Splitsko – dalmatinske. 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: 8.652 eur

❖ *Nastup na sajmu TRAVEL&ADVENTURE SHOW Chicago, 1. – 2.02. 2025. godine u sklopu štanda HTZ-a*

Chicago Travel & Adventure Show održava se u prostoru Donald E. Stephens Convention Center. Ovaj vodeći turistički događaj okuplja predstavnike brojnih svjetskih destinacija, turoperatore i stručnjake iz industrije, pružajući posjetiteljima izravan pristup informacijama o trendovima putovanja i ekskluzivnim ponudama. Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta i smještaja te PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 8.463 eur

❖ *Nastup na sajmu FREE Munchen, 19. – 23.02. 2025. godine u sklopu štanda HTZ-a*

Turistički sajam f.re.e u Münchenu najveći je sajam putovanja i slobodnog vremena u Bavarskoj, koji se održava u prostoru Messe Munchen te je jedan od najvećih turističkih sajmova i jedan od najznačajnijih događaja za hrvatski turizam, prvenstveno zbog specifičnog položaja na ovom važnom emitivnom tržištu. Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja suizlagačkog štanda, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 2.107 eur

❖ *Nastup na sajmu ITB Berlin, 4. – 6.03. 2025. godine u sklopu štanda HTZ-a*

ITB Berlin (Internationale Tourismus-Börse) je vodeći svjetski turistički sajam i ključna platforma za globalnu turističku industriju. Osnovan 1966. godine, sajam iz godine u godinu potvrđuje status nezaobilaznog mjesta za umrežavanje i ugovaranje poslova. Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 6.133 eur

❖ *Nastup na sajmu BMT Napulj, 13. – 15.03. 2025. godine u sklopu štanda HTZ-a*

Riječ je o iznimno važnom poslovnom događaju koji predstavlja jednu od vodećih platformi za susrete profesionalaca u turističkoj industriji te pruža izvrsnu priliku za promociju destinacije na talijanskom tržištu. Sajam BMT je isključivo poslovni događaj, a tijekom trajanja sajma održavaju se brojni B2B sastanci i paneli, na kojima se razmjenjuju informacije o aktualnim trendovima u turizmu te očekivanjima za sezonu. Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta i smještaja informatora na štandu i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 8.295 eur

❖ *Nastup na sajmu FERIE N MESSE Beč, 16. – 19.01. 2025. godine u sklopu štanda HTZ-a*

Turistički sajam Ferien-Messe Wien najveći je i najznačajniji međunarodni sajam za odmor, putovanja i slobodno vrijeme u Austriji. Održava se svake godine u siječnju u Messe Wien Exhibition Congress Centeru i ključan je događaj za turističku industriju u srednjoj Europi. Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta i smještaja informatora na štandu i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 4.000 eur

❖ *Nastup na sajmu IFTM TOP RESA Pariz, 23. – 25.09. 2025. godine u sklopu štanda HTZ-a*

Sajam IFTM Top Resa u Parizu predstavlja najznačajniji i najveći poslovni (B2B) turistički sajam u Francuskoj.

Njegov primarni značaj leži u tome što okuplja cjelokupni turistički ekosustav na jednom mjestu, služeći kao ključna platforma za umrežavanje i promociju destinacija na jednom od najvažnijih svjetskih emitivnih tržišta. Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja suizlagačkog štanda za poslovnu publiku, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN direktorice i informatora na štandu i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 16.590 eur

❖ *Nastup na sajmu WTM London, 4. – 6.11. 2025. godine u sklopu štanda HTZ-a*

World Travel Market London smatra se najutjecajnijim svjetskim događajem u sektoru putovanja i turizma. Njegov primarni značaj leži u tome što služi kao globalno središte za poslovno povezivanje, definiranje budućih trendova i sklapanje ključnih ugovora za nadolazeće turističke sezone. Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja suizlagačkog štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 9.672 eur

SAJAM – samostalni nastupi više županijskih TZ u inozemstvu

❖ *Nastup na sajmu MATKA Helsinki, 16. – 19.01. 2025. godine, nositelj TZ Splitsko - dalmatinske županije*

Turistički sajam Matka Nordic Travel Fair u Helsinkiju najveći je turistički događaj u sjevernoj Europi i ključna točka za ulazak na nordijsko tržište. Održava se svake godine u siječnju u Messukeskus Helsinki kongresnom centru i okuplja preko 800 izlagača iz više od 70 zemalja. 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: 21.714 eur

❖ *Nastup na sajmu HOLIDAY WORLD Dublin, 24. – 26.01. 2025. godine, nositelj TZ Dubrovačko - neretvanske županije*

Holiday World Show Dublin najvažniji je i najveći turistički sajam u Irskoj, koji služi kao ključna platforma za promociju globalnih i domaćih destinacija irskim putnicima.

Sajam se tradicionalno održava krajem siječnja u dvorani RDS Simmonscourt u Dublinu, privlačeći desetke tisuća posjetitelja koji izravno planiraju i rezerviraju svoje odmore. Troškovi nastupa uključivali su 1/2 troška zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 6.589 eur

❖ *Nastup na sajmu DESTINATIONS London, 30.01. – 2.02. 2025. godine, nositelj TZ Dubrovačko – neretvanske županije*

Sajam Destinations: The Holiday & Travel Show u Londonu jedan je od najvažnijih turističkih događaja u Velikoj Britaniji, prvenstveno usmjeren na krajnje korisnike (putnike) i ljubitelje putovanja. 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: 9.675 eur

❖ *Nastup na sajmu FIETS EN WANDELBEURS Utrecht, 14. – 16.02. 2025. godine, nositelj TZ Zadarske županije*

Sajam Fiets en Wandelbeurs u Utrechtu smatra se najvećim i najvažnijim europskim događajem specijaliziranim za aktivni odmor, prvenstveno biciklizam i pješaćenje. 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: 3.972 eur

❖ *Nastup na sajmu BTM Bari, 26. – 28.02. 2025., nositelj TZ Dubrovačko – neretvanska*

Sajam BTM (Business Tourism Management), najvažniji je događaj posvećen turizmu u Italiji koji unazad nekoliko godina okuplja sve veći broj izlagača, operatera, avio prijevoznika, brodara, te domaćih i stranih destinacija. Namijenjen je poslovnoj i širokoj publici. Na sajmu su se po prvi put i to na zajedničkom štandu predstavile TZ Dubrovačko-neretvanske županije, TZG Dubrovnika, TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Zadarske županije i nacionalni brodar Jadrolinija, a uz podršku Predstavništva HTZ-a u Italiji.

Trošak aktivnosti: 3.348 eur

❖ *Nastup na sajmu BTRAVEL Barcelona, 28. – 30.03. 2025. godine, nositelj TZ Splitsko - dalmatinske županije*

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije predstavlja se na sajmu B-Travel u Barceloni, s naglaskom na autentične doživljaje i raznolikost ponude od obale do zaleđa. Nastup na ovom tržištu prilika je za dodatno pozicioniranje Dalmacije među španjolskim putnicima te jačanje suradnje s turističkim profesionalcima. Troškovi nastupa uključivali su trošak zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 17.086 eur

❖ *Nastup na sajmu HOLIDAY WORLD Prag, 14. – 16.03. 2025. godine, nositelj TZ Zadarske županije*

Sudjelovanjem na ovom sajmu koji je jedan od najznačajnijih turističkih događanja u srednjoj Europi, poseban naglasak stavlja se na bogatu kulturnu baštinu, prirodne ljepote, eno-gastronomsku ponudu te raznolike mogućnosti aktivnog odmora koje nudi Splitsko-dalmatinska županija. Troškovi nastupa uključivali su 1/7 troška zakupa i uređenja štanda, trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu, troškove prijevoza promo materijala i dr. troškove.

Trošak aktivnosti: 3.974 eur

❖ *Nastup na bike festival RIVA DEL GARDA, 1. – 4.05. 2025., nositelj TZ Šibensko – kninske županije*

Bike Festival Riva del Garda jedan je od najvažnijih događaja u svijetu brdskog biciklizma u Europi, koji svake godine u svibnju označava službeni početak biciklističke sezone. Troškovi nastupa uključivali su refundaciju 1/2 troška uređenja i zakupa štanda, otpreme i prijevoza materijala te trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora..

Trošak aktivnosti: 1.929 eur

❖ *Nastup na sajmu CARAVAN SALON Dusseldorf, 29.08. – 7.09. 2025, nositelj TZ Zadarske županije*

Sajam CARAVAN SALON Düsseldorf smatra se najvećim i najznačajnijim svjetskim sajmom za kampere, karavane i opremu za mobilni odmor. Njegov značaj proizlazi iz činjenice da služi kao glavna globalna platforma za predstavljanje inovacija, postavljanje trendova u industriji te kao ključno mjesto susreta proizvođača i kupaca.

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: 4.430 eur

❖ *Nastup na sajmu IL SALONE DEL CAMPER Parma, 13. – 21.09. 2025., nositelj Top Camping/TZ Zadarske županije*

Il Salone del Camper u Parmi najvažniji je sajam posvećen karavaningu i turizmu na otvorenom u Italiji te jedan od najznačajnijih događaja te vrste u Europi. Održava se svake godine u rujnu u izložbenom prostoru Fiere di Parma, privlačeći desetke tisuća posjetitelja i stotine izlagača. Troškovi nastupa uključivali su refundaciju 1/5 troška uređenja i zakupa štanda, otpreme i prijevoza promo materijala te trošak prijevoza, puta, smještaja i PN informatora na štandu.

Trošak aktivnosti: 4.036 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

139.205,17 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 2025. 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 i predstaviti turistički potencijal regije te konkretne turističke proizvode koji se nude turistima. Troškovi prezentacija su temeljem izmjena i dopuna programa planirani u iznosu od 152.000 eura te je u konačnici za organizaciju prezentacija utrošeno sredstava u iznosu od 153.553 eura, što je gotovo istovjetno s izmjenama plana.

U okviru navedene stavke realizirane su sljedeće aktivnosti;

❖ *Prezentacija „Dalmatinske marende SDŽ“ u sklopu sajma TRAVEL AND ADVENTURE SHOW, New York, 28.01. 2025.*

– predstavljanje gastronomske ponude SDŽ u sklopu nacionalne prezentacije HTZ-a na sajmu Travel Show u New Yorku



TZ Splitsko - dalmatinske županije u sklopu nastupa na sajmu Travel and Adventure Show u SAD-u održala je u izložbenom prostoru prestižnog restorana Delmonico's posebno događanje posvećeno predstavljanju Srednje Dalmacije i Dalmatinske marende predstavnicima američkih putničkih agencija, odnosno organizatora putovanja. Na događanju je uz direktoricu Ivanu Vladović, prisustvovao i ministar turizma i sporta Tonči Glavina, veleposlanik RH u SAD-u Pjer Šimunović, gradonačelnik grada Hvara Rikardo Novak i direktorica predstavništva HTZ-a u New Yorku Leila Krešić - Jurić. Riječ je o vrlo važnom predstavljanju, budući da se tržište SAD-a profiliralo kao najzastupljenije emitivno tržište izvan Europe za Srednju Dalmaciju. Shvaćajući važnost i potencijal daljnjeg pozicioniranja na ovom tržištu, organizirano je posebno događanja kako bi se predstavilo bogatstvo turističke ponude regije. Više od 50 akreditiranih novinara, turističkih agenata i predstavnika turističkog sektora imalo je priliku upoznati prirodne ljepote i atrakcije regije kroz atraktivnu video prezentaciju, dok je poseban naglasak stavljen na eno-gastronomski doživljaj pod nazivom „Dalmatinska marena“.

Ovaj projekt promovira autentične dalmatinske delicije, koje su u New Yorku predstavljene kroz kulinarske kreacije renomiranih Šefova kuhinja iz mediteranskih i europskih regija, predvođenih masterchefom Željkom Nevenom Bremecom. Događaj je dodatno bio obogaćen glazbenim nastupom Katice Marinović, dok je ulogu voditelja imao ugledni američki novinar i dugogodišnji voditelj CBS-a Lou Young. Ovom prilikom, u organizaciji događaja sudjelovale su i lokalne turističke zajednice Splita, Trogira i grada Hvara, koje su također predstavile svoju ponudu. Osim što je SAD peto najveće emitivno tržište, riječ je ujedno i o tržištu s kojeg je tijekom proteklih nekoliko godina (od 2016. kad je uveden sustav eVisitor) ostvaren rast turističkog prometa od gotovo 150%. Istovremeno, turisti iz SAD-a u prosjeku imaju najveću dnevnu potrošnju i to 380 eura. Kada su u pitanju motivi putovanja u Srednju Dalmaciju, najveći interes je za proizvode i ponude koji se odnose na istraživanje destinacije (touring), sunce i more, prirodu, kulturu i gastronomiju. Trošak organizacije prezentacije: 66.429 eura

❖ *Prezentacija turističke ponude Srednje Dalmacije i „Dalmatinske marende” OSLO, 20.03. 2025. godine - predstavljanje turističke ponude Srednje Dalmacije i usluge hrvatskog nacionalnog avioprijevoznika za tržište Skandinavije*



TZ Splitsko – dalmatinske županije i Croatia Airlines predstavile su na zajedničkoj prezentaciji održanoj u Oslu dana 20. ožujka 2025. godine turističku ponudu Srednje Dalmacije i usluge hrvatskog nacionalnog avioprijevoznika za tržište Skandinavije. Tržište Skandinavije jedno je od najperspektivnijih tržišta za Srednju Dalmaciju, pri čemu turisti iz zemalja Skandinavije zauzimaju četvrto mjesto po broju noćenja u Županiji.

Na posebnom događanju koje su organizirali TZ Splitsko-dalmatinske županije i Croatia Airlinesa u suradnji s HTZ-om u Oslu, uz direktoricu TZ SDŽ Ivanu Vladović i rukovoditeljicu prodaje Mariju Pavić te rukovoditeljicu marketinga Anamariju Jurinjak iz Croatia Airlinesa, prisustvovali su i veleposlanica RH u Kraljevini Norveškoj Andrea Gustović-Ercegovac, direktor predstavništva Hrvatske turističke zajednice u Stockholmu Vedran Sušić te brojni predstavnici turističkog sektora iz Norveške. Osim turističkog prometa, gosti iz Skandinavije su i iznadprosječni potrošači s dnevnom potrošnjom od 203€. Kada su u pitanju motivi putovanja u Srednju Dalmaciju, najveći interes s ovog tržišta je za proizvode i ponude koji se odnose na sunce i more, citybreak, prirodu i gastronomiju, dok su najpopularnije destinacije Split i Makarska. Shvaćajući važnost i potencijal daljnjeg pozicioniranja na ovom tržištu, TZ SDŽ predstavila je bogatstvo turističke ponude i enogastronomskih delacija kroz Dalmatinsku marendu. Ova jedinstvena prezentacija donijela je kreativne kreacije chefova iz mediteranskih i europskih regija, pod vodstvom renomiranog masterchefa Željka Nevena Bremeca, uz glazbeni nastup Katice Marinović. Ujedno, hrvatski avioprijevoznik je tom prilikom predstavio svoje ponude za nadolazeću sezonu, a u suradnji s Croatiom Airlines, dalmatinska marenda dijelit će se putnicima na avionskim linijama Croatia Airlinesa od 1. travnja do 31. srpnja 2025. godine.

Trošak organizacije prezentacije: 30.131 eur

- ❖ *Prezentacija turizma SDŽ u okviru proslave Dana državnosti RH u Češkoj o organizaciji veleposlanstva RH”, PRAG 28.05. 2025. godine - predstavljanje turističke enogastronomске ponude Srednje Dalmacije*



Veleposlanstvo RH u Češkoj organiziralo je dana 28. svibnja 2025. godine proslavu Dan državnosti, na kojoj je prisustvovalo oko 200 osoba iz politickog i javnog života Češke, predstavnici diplomatskog zbora, te veci broj hrvatskih gradana koji žive i rade u Češkoj. Prostor i povijesno značajne Novoměstské radnice u središtu Praga oživjeli su gostima koji su se zajedno s djelatnicima Veleposlanstva RH u Pragu i vojnim izaslanikom brigadirom Zdravkom Barbarićem iz Berlina okupili na svečanom obilježavanju Dana državnosti i Dana Oružanih snaga. Ujedno je to bila i prigoda prisjetiti se 2025. godine kao obljetnice 1100. godina Hrvatskog kraljevstva. Prisutnima iz češkog Ureda Predsjednika i Premijera, MVP-a i resornih ministarstava, diplomatskog zbora, gospodarstva i turizma te javnog, političkog, vjerskog i kulturnog života pridružili su se i moravski Hrvati koji su na hrvatskom i češkom otpjevali hrvatsku i češku himnu. Svečanost je bila posvećena i promociji TZ Splitsko-dalmatinske županije koju je predstavio zamjenik direktorice Joško Stella, a pjesmom i video zapisom kroz njene ljepote proveo je muzički sastav izvedbom dalmatinskih pjesama uz pratnju gitare i bogat gastronomski program s naglaskom na dalmatinske delicije.

Trošak organizacije prezentacije: 5.049 eur

❖ *Prezentacija ponude Srednje Dalmacije i “Dalmatinske marende”, VARŠAVA, 30. listopada 2025. godine*



TZ Splitsko-dalmatinske županije predstavila je turističku ponudu Srednje Dalmacije na poljskom tržištu, jednom od najvažnijih emitivnih tržišta kako za Srednju Dalmaciju tako i za hrvatski turizam.

Prezentacija je održana dana 30. listopada 2025. u Varšavi, u sklopu posebnog događanja posvećenog promociji kulture, gastronomije i turističkih doživljaja Srednje Dalmacije. Uz direktoricu Ivanu Vladović, događanju su prisustvovali i župan Splitsko-dalmatinske županije Blaženko Boban, veleposlanik RH u Poljskoj Tomislav Vidošević, direktorica predstavništva HTZ-a u Varšavi Małgorzata Kowalska, te brojni predstavnici poljskog turističkog sektora, uključujući turoperatore i novinare. Poljsko tržište zauzima drugo mjesto po broju noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji, a ujedno je i jedno od najvažnijih tržišta za hrvatski turizam u cjelini. Dobri rezultati potvrđuju kontinuirani interes Poljaka za hrvatsku obalu te učvršćuju Srednju Dalmaciju kao jednu od njihovih najpoželjnijih destinacija. Svjesna važnosti daljnjeg pozicioniranja na ovom tržištu, TZ SDŽ je u Varšavi predstavila bogatstvo dalmatinske turističke i gastronomske ponude kroz prepoznatljivi projekt „Dalmatinska marena“. U sklopu događanja održana je i atraktivna gastronomska prezentacija na kojoj su predstavljene autentične dalmatinske delicije, pod vodstvom renomiranog masterchefa Željka Nevena Bremeca ujedno i predsjednika Udruge 'Šefovi kuhinja mediteranskih i europskih regija' (ŠKMER). Glazbeni ugođaj upotpunila je Katica Marinović, izvođačica tradicionalne dalmatinske pjesme uz pratnju. Najveći interes poljskih gostiju usmjeren je prema proizvodima i doživljajima koji uključuju sunce i more, prirodne ljepote te kulturnu baštinu. Posebno su popularne destinacije Omiš i Makarska rivijera, gdje se ujedno bilježi najveći promet posjetitelja iz Poljske.

Trošak organizacije prezentacije: 44.690 eur

❖ *Prezentacija turističke ponude Srednje Dalmacije na manifestaciji “Saboris Antigus”, SARDINIJA 22. 11. 2025. g.*



TZ Splitsko-dalmatinske županije predstavila je gastronomske i kulturne posebnosti Srednje Dalmacije na manifestaciji Saboris Antigus, koja se održava već 12. godinu u devet općina sardinskih regija Trexenta i Sarcidano.

Tema izdanja u 2025. godini - "Okusi gostoprimstva: Ruke, mjesta, lica - ljudska strana hrane" fokusirala se na ljude koji čuvaju i prenose lokalnu kulinarsku tradiciju. U mjestu Gesico, Srednja Dalmacija predstavila se kroz priču o gastronomiji uz degustaciju više pogače, soparnika, torte hrpoćuše, vitalca, te vrhunskih vina i maslinovog ulja. Delegaciju koja je predstavljala Srednju Dalmaciju činili su Mia i Dino Šeparović iz Konobe Kala u Supetru, Andrea Matoković iz Muzeja otoka Brača i Petra Bartulović iz Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije.

Trošak organizacije prezentacije: 3.482 eur

❖ *Prezentacija Srednje Dalmacije na 10. izdanju
Mediterranean Tourism Forumu, MALTA 26. – 28.11. 2025.*

TZ Splitsko-dalmatinske županije sudjelovala je na 10. izdanju Mediterranean Tourism Forumu, održanom od 26. do 28. studenoga u St. Julian's na Malti, koji je i u 2025. godini okupio vodeće mediteranske destinacije i stručnjake iz više od 30 zemalja. Forum je bio fokusiran na ključne teme budućnosti turizma: održivost, kvalitetu iskustva i inovacije kroz umjetnu inteligenciju, kao temelje za daljnji razvoj mediteranskog turizma. Razgovaralo se i o brojnim drugim temama u turizmu kao što je nautički turizam i važnosti održivog razvoja ovog segmenta turizma u kojem prednjači Splitsko-dalmatinska županija. Na forumu je nastupila i glazbenica Katica Marinović i to u posebnom dijelu programa, na Mediterranean Stars koncertu, glazbenom dijelu programa koji je predstavio bogatstvo mediteranskog kulturnog identiteta.

Trošak organizacije prezentacije: 1.918 eur

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

✓ *DUBLIN, Irska dana 15. listopada 2025. godine
povodom nove linije Dublin - Split*

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 i TZ Splitsko-dalmatinske županije u Dublinu dana 15. listopada 2025. godine održali zajedničko predstavljanje irskim poslovnim (B2B) novinarima i turističkim agentima.

Na prezentaciji u Dublinu predstavljena je nova sezonska linija Croatia Airlinesa iz Splita u Dublin, kojom će hrvatski nacionalni avioprijevoznik izravno povezivati najveće turističko središte Dalmacije i irski glavni grad.
Trošak aktivnosti: 1.584 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:
TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

Realizacija:
153.553,39 eur

3.6. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

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 2025. 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 38.000 eura, a realizacija u konačnici iznosi 42.735 eura, a što je za 12% više 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 2025. g.

TRŽIŠTA	BROJ agenata	MJESEC dolaska	VRSTA organizatora
ITALIJA	23 agenata	svibanj	Udruženje turističkih agencija Italije FIAVET
KANADA	11 agenata	listopad	Virtuosso Travel Group
UK	4 agenata	listopad	Trailfinders
IRSKA	2 agenata	listopad	Trailfinders
BELGIJA	10 agenata	rujan	Razni – odabrani od strane predstavništva
KINA	12 agenata	travanj	Iz raznih dijelova zemlje, srednje velike agencije
RAZNA TRŽIŠTA	130 agenata	rujan	Forum/radionica “Break The Ice”

Od značajnijih predstavnika agenata koji su u 2025. posjetili SDŽ izdvajaju se;

❖ *Nacionalno udruženje turističkih agencija FIAVET i talijanski brodar SNAV - fam trip za 22 turistička agenata iz ITALIJE*



Slika: Hotel Cornaro - susret predstavnika FIAVET-a, SNAV-a i sustava TZ

Hrvatska turistička zajednica i Predstavništvo HTZ-a u Milanu je u suradnji Nacionalnim udruženjem turističkih agencija FIAVET i talijanskim brodarom SNAV organizirala fam trip za 22 turističkih agenata iz Italije, a u programu je sudjelovalo i troje predstavnika specijaliziranih medija Quality travel news, Turismo attualita' i Travelquotidiano.

Program putovanja uključivao je razdoblje od 9. do 14. svibnja, a u njegovoj pripremi i provedbi sudjelovala je TZ Splitsko-dalmatinske županije i sustav lokalnih turističkih zajednica. Studijsko putovanje je bilo informativnog i edukativnog karaktera uz prezentaciju novosti, proizvoda i potencijala Splitsko-dalmatinske županije, a krajnji cilj je podizanje svijesti talijanskih turista za ovim dijelom Hrvatske, odnosno daljnje jačanje prisutnosti i vidljivosti hrvatskog turizma na tržištu Italije. Itinerar je obuhvaćao zaleđe, odnosno destinacije Imotski, Sinj i Biokovo, Makarsku rivijeru i otok Brač s Bolom, Supetrom te selom Škrip, a agenti su razgledali i Split u kojem je organiziran i susret predstavnika FIAVET-a, SNAV-a i sustava turističkih zajednica.

❖ *MICE B2B radionica „Break The Ice Forum“, Le Meridien Lav/Split, 25. – 27. rujna 2025. godine*



Slika; Le Meridien Lav – sudionici B2B radionice „Break The Ice Forum“

Međunarodna MICE B2B radionica pod nazivom Break The Ice Forum, održala se od 25. do 27. rujna u Splitu. Hrvatska turistička zajednica bila je jedan od partnera događanja, uz Turističku zajednicu Splitsko-dalmatinske županije i Turističku zajednicu grada Splita, dok je hotelski partner i domaćin bio Le Méridien Lav Split, baš kao i lokalna DMC agencija Intours, zadužena za logistiku i organizaciju programa. Na Forumu je sudjelovalo ukupno 123 sudionika: 62 inozemna buyera i 61 supplier, među kojima su se istaknuli domaći hoteli s kongresnim kapacitetima, DMC agencije, turističke zajednice i kongresni uredi. „Break The Ice Forum“ u Splitu je pokazao da Hrvatska ima snažan potencijal u segmentu poslovnog turizma. Ovakvi skupovi izuzetno su važni jer, osim što omogućuju direktno povezivanje domaćih i stranih partnera, pružaju i priliku da sudionici upoznaju Hrvatsku kroz autentične sadržaje, dodatno pozicionirajući destinaciju na međunarodnoj karti poslovnog turizma.

Format Foruma uključivao je unaprijed pripremljene rasporede sastanaka, a program je bio obogaćen atraktivnim destinacijskim aktivnostima koje su buyerima pružile priliku da iz prve ruke upoznaju Split i okolicu. Sudionici su birali između više team building opcija, poput sportova na plaži u sklopu hotela Le Méridien Lav, adrenalinske karting utrke, e-bike ture kroz park Marjan te izleta na tvrđavu Klis i imanje Stella Croatica prilikom čega su svi zainteresirani mogli kušati maslinovo ulje i tradicionalne dalmatinske proizvode.

Nakon završetka Foruma, Hrvatska turistička zajednica je u suradnji s lokalnim partnerima organizirala studijsko putovanje u Splitu za 10 odabranih inozemnih buyera. Cilj putovanja bio je dodatno predstaviti kongresne i incentive kapacitete destinacije. Program je obuhvatio obilazak ključnih hotela i lokacija, uključujući hotele Ambassador, Cornaro, Radisson Blu, Amphora i AC Marriott, uz posjete Galeriji Meštrović, Muzeju grada Splita, Hrvatskom domu Split, Žnjanskom platou te atrakcijama u Splitu i Trogiru. Uz stručno vođene obilaske i site inspekcije, sudionici su imali priliku doživjeti i autentičnu gastronomsku ponudu u lokalnim restoranima.

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

42.735,16 eur

3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

Opis i cilj aktivnosti:

Kao i svake godine, tako i u 2025. ured TZ Splitsko – dalmatinske pristupio je izradi i KREIRANJU PROMOTIVNIH MATERIJALA za što se planiralo programom rada utrošiti sredstva u visini od 450.000 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, sajмова, direktnim marketingom, putem turističkih ureda u inozemstvu, raznih događanja i prezentacija te drugih događanja. U 2025. godini plan je bio realizirati određene nove materijale, sukladno novom vizualnom identitetu, 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 200.000 eura, zbog nemogućnosti izrade svih planiranih novih materijala, a konačna realizacija iznosi 122.427 eura. U 2025. godini realizirane su sljedeće aktivnosti pripreme i tiska promotivnih materijala u izdanju TZ SDŽ:

Vrsta PROMO materijala/aktivnosti	Iznos troška
Image brošura SREDNJA DALMACIJA novo izdanje - dizajn i priprema prijeloma nove imidž brošure HR - rashodi iz proteklih godina	5.916 eur
TURISTIČKA KARTA Srednja Dalmacija/Hrvatska - usluga tiskanja, 7 500 kom	3.819 eur
Brošura NAUTIČKI VODIČ Srednja Dalmacija - tisak brošure zapadna mutacija (de, fr, es), 10 000 kom - dizajn i priprema za tisak/engleska verzija - usluga prijevoda, lekture tekstova i kvalitete (de, fr, es) - prijelom jezičnih verzija (de, fr, es)	19.967 eur
Brošura CAMPING Srednja Dalmacija - tisak brošure/njemački, talijanski i engleski jezik, 14 500 kom	15.804 eur

Brošura TURISTIČKI VODIČ Srednja Dalmacija - tisak brošure na njemačkom jeziku, 2000 kom - tisak brošure na engleskom jeziku, 3000 kom - tisak brošure na hrvatskom jeziku, 1500 kom - usluge prijevoda, lekture i provjere kvalitete tekstova	10.312 eur
NOVI promotivni VIDEO film SREDNJA DALMACIJA - prilagodba promotivnog filma Central Dalmatia – naracija i tekstovi na njemačkom jeziku - grafički dizajn, produkcija i montaža videa	3.500 eur
Promotivna VREĆICA Srednja Dalmacija s tiskom - usluga izrade i tiskanja vrećica, 2500 kom	8.813 eur
FASCIKL Srednja Dalmacija, 1500 kom -usluga tiskanja	1.500 eur
LUXURY promotivni video „The Dream is Real“ - montaža videa i priprema grafičkog pakiranja	10.500 eur
OFFicial music video COPACABANA (plaža Žnjan) U izvedbi DJ Antoine, Mad Mark & Lovespeake	12.500 eur
LAVANDA vrećice s logom, 1200 kom	1.020 eur
KALENDAR trodjelni s dotiskom, 100 kom	244 eur
KAPA promotivna Srednja Dalmacija, 300 kom	1.515 eur
SUVENIRI/PROMOTIVNI POKLONI; Paket SREDNJA DALMACIJA – LJETO; Ručnik za plažu tirkizno plavi 100x170 cm 100 kom Aluminiska boca bijela sa logotipom, 500 kom Torbica sa patetnim zatvaračem bijela+logotip, 500 kom Lepeza plava sa logotipom 500 kom VIP torba za plažu velika+ logotip, 200 kom Rashladna torba za 6 limenki sa logotipom, 100 kom Lavanda ulje 50 ml, 150 kom Krema prirodna – smilje, 50 kom	12.001 eur
OSTALO (vodiči, monografije, knjige, razglednice i dr.)....	730 eur
UREDSKI materijal (omotnice, vizit karte,memorandumi, naljepnice za pultove, roll up, vizuali)	533 eur
Držanje i skladištenje promo materijala – SKLADIŠTE u najmu HTZ-a	14.754 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:
TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

Realizacija:
122.427,29 eur

3.8. INTERNETSKJE STRANICE

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, a tijekom 2025. godine jedan od prioriteta aktivnosti bilo je daljnje unapređenje web stranice. Za potrebe održavanja i nadogradnje web stranica utrošeno je na koncu obračunskog razdoblja ukupno 17.136 eura, a što je 86 posto realizacije plana usporedbi s sredstvima planiranim 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 2025. realizirane su sljedeće aktivnosti;

❖ *Stranica 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 2025. god.*
- *Usluge održavanja i poboljšanja web stranice, ispravci grešaka*
- *Izrada posebne podstranice „Događanja“ i unapređenje iste, uvoz podataka iz Google Sheet, implementacija interaktivne karte, WordPress tehnička podrška i ispravci sustavskih grešaka*
- *tehnička SEO analiza web stranice/podešavanje, mjerenje Google alati*
- *godišnji smještaj 3D karte na serveru*
- *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:

17.135,56 eur

3.9. UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA

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 sadržaja 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 17.008 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 20 videa i 400 fotografija za promociju turizma SDŽ*

Trošak aktivnosti: 10.000 eur

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

Trošak aktivnosti: 2.508 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, Cropix, Shutterstock i dr.

Realizacija:

17.007,50 eur

3.10. TURISTIČKO – INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

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 smeđe signalizacije lokalnom ustroju turističkih zajednica 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 150.000 eura, ali u konačnici realizacija iznosi 41.613 eura, što je za 8% 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 punkteva na dodatnim lokacijama, s ciljem da u 2025. jedan od punkteva bude u Luci Split, ali još nije završen novi putnički terminal. 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 - punkteva 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 2025. realizirane su sljedeće aktivnosti;

Vrsta aktivnosti

INFO punktevi

TIC – Welcome desk Zračna luka Split

- sufinanciranje rada info punkta za sezonu 2025. godine
- print naljepnice i vizuala, demontaža i montaža

Trošak aktivnosti: 15.613eur

INFO table

TZ SDŽ - Table DOBRODOŠLICE

- dizajn signalizacijske table dobrodošlice, idejno i izvedbeno rješenje

Trošak aktivnosti: 1.500 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;

- 3 info panoa dimenzije 90x60 cm

- obavjesna ploča 100x100 cm (Antička sidra)

- obavjesna ploča 150x100 cm (Nečujam)

Trošak aktivnosti: 4.500 eur

TZ općine DUGOPOLJE – sufinanciranje smeđe signalizacije za označavanje biciklističkih ruta na području Dalmatinske zagore (3 biciklističke rute);

- ruta 101 (Klis – Svilaja – Cetina – Trilj – Dugopolje – Klis)

- ruta 404 (Dugopolje – Klis)

- ruta 511 (Sinj – Otok – Trilj)

Trošak aktivnosti: 20.000 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, Zračna luka Split, lokalne TZ

Realizacija:

41.612,50 eur

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Aktivnosti TZ Splitsko – dalmatinske vezane uz područje destinacijskog menadžmenta uključuju daljnji razvoj, održavanje i unaprjeđenja 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 645.000 eura, izmjenama i dopunama sredstva su smanjena na iznos od 554.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi 548.315 eura, što je za 1 posto manje u odnosu na izmjene i dopune programa. Ujedno, predmetne aktivnosti sudjeluju sa 10% u ukupnoj strukturi realiziranih aktivnosti turističke zajednice u 2025. godini.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT – 548.315 eura

	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025
4.1. Turističko – informacijski sustavi	15.000	18.000	17.209
4.2. Stručni skupovi i edukacije	100.000	40.000	35.772
4.3. Koordinacija i nadzor	100.000	70.000	69.621
4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	200.000	140.000	139.713
4.5. Poticanje na uređenje destinacije	230.000	286.000	286.000

4.1. TURISTIČKO – INFORMACIJSKI SUSTAVI

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 15.000 eura, izmjenama i dopunama sredstva su povećana, a u konačnici je utrošeno 17.209 eura. U okviru navedene stavke u 2025. godini realizirano je sljedeće;

- ❖ Ugovor o djelu/radu - usluge dodatnog pomoćnog djelatnika zbog prikupljanja podataka vezano za baze podataka Središnjeg turističkog registra, kontrola, ubacivanje podataka i rada na EU projektima

Trošak aktivnosti: 17.209 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska

Realizacija:

17.208,92 eur

4.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE

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 100.000 eura. Međutim, izmjenama i dopunama programa iznos sredstava je smanjen na 40.000 eura, a u konačnici trošak predmetne stavke iznosi 35.772 eura. U okviru navedene stavke u 2025. godini realizirano je sljedeće;

EDUKACIJE u organizaciji TZSDŽ i partnera

❖ *Edukacije za PRIVATNE IZNAJMLJIVAČE*

Održano na području 11 destinacija u razdoblju II – V 2025.

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

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

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 2025. 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 i Tomislavom Zovićem – stručnjakom u području digitalnog marketinga. 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: 18.568 eur

❖ Edukacije za PRIVATNE IZNAJMLJIVAČE

Održano na području 6 destinacija u razdoblju IV – V 2025.

(Sutivan, Kaštela, Trogir, Imotski, Makarska i Supetar)

(organizacija: Interligo Split)

Program edukacije: novosti u 2025. (detaljne upute što nove upute znače za iznajmljivače i kako dalje uspješno poslovati, novosti + administracija, sezona 2025 – trendovi, unapređenje poslovanja

TZ Splitsko - dalmatinska u suradnji sa Savjetovalištem za obiteljski smještaj INTERLIGO d.o.o., te uz podršku lokalnih turističkih zajednica organizirala je tijekom 2025. godine besplatne edukacije za privatne iznajmljivače na području šest destinacija u razdoblju mjeseca travnja i svibnja. Cilj edukacije je bilo osigurati temeljitu pripremu za turističku sezonu, upoznati sudionike s najnovijim trendovima i promjenama na turističkom tržištu te im pružiti korisne informacije za unapređenje poslovanja. Predavači na ovim edukacijama obrađuju ključne teme vezane uz poslovanje, identificiraju suvremene izazove i predstavljaju novitete koji mogu unaprijediti turističku ponudu. Ove vrste edukacija predstavljaju nastavak dugogodišnje suradnje, s posebnim naglaskom na kontinuirani razvoj i prilagodbu turističkim trendovima.

Edukacije obuhvaćaju predavanja, diskusije i sesije s pitanjima i odgovorima, osiguravajući interaktivan pristup i mogućnost razmjene iskustava među sudionicima.

Trošak organizacije i provedbe: 9.000 eur

Stručni skupovi, konferencije i kongresi - SUFINANCIRANJA

❖ *37. Kongres ugostitelja i turističkih djelatnika Hrvatske obrtničke komore, za obrtnike s područja SDŽ*

*Održano 23. – 25.11. 2025. godine, Aminess Khalani hotel, Makarska
(organizacija: Obrtnička komora SDŽ/Udruženje obrtnika Makarska)*

U kongresnoj dvorani Apfel Arene u Makarskoj dana 23. studenoga 2025. svečano je otvoren 37. Kongres ugostitelja i turističkih djelatnika HOK-A. Riječ je o jednom od najvećih stručnih okupljanja koje traje gotovo četiri desetljeća te kroz panele i predavanja obrađuje aktualne teme poput konkurentnosti hrvatskog turističkog sektora s naglaskom na ugostiteljstvo i cijene te zakonodavnog okvira obavljanja djelatnosti ugostiteljstva s naglaskom na novi Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, svakodnevno poslovanje i inspekcijske kontrole. Kongres je i prilika za dodjelu nagrada ugostiteljima iz svih hrvatskih županija za istaknut doprinos razvoju obrtništva i promicanju ugostiteljske i turističke struke. Domaćin kongresa u 2025. je bila Obrtnička komora SD županije.

Trošak sufinanciranja: 3.500 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: 4.577 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

Realizacija:

35.771,90

4.3. KOORDINACIJA I NADZOR

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 100.000 eura, izmjenama i dopunama programa korigirana su na iznos od 70.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi 69.621 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.

Tijekom 2025. organizirane su i održane sljedeće aktivnosti;

❖ KOORDINACIJE SUSTAVA TZ

Trošak organizacije i sudjelovanja: 7.594 eur

Dana 19. veljače 2025. godine održana je u Splitu u prostorijama ureda TZ Splitsko -dalmatinske sjednica Povjerenstva za provedbu natječaja za područje SDŽ iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, a temeljem provedenoga Javnog poziva za vrednovanje projekata LTZ na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2025. godini s područja Splitsko-dalmatinske županije.

Dana 21. veljače 2025. godine održan je u Splitu u prostorijama hotela Park zajednički sastanak TZSDŽ i turističkih zajednica s područja Splitsko – dalmatinske županije sa dnevnim redom:

- Dogovor oko realizacije aktivnosti iz programa rada TZSDŽ;
- Izrada “Plana upravljanja destinacijom”;
- Razne aktualnosti;

Dana 7. srpnja 2025. godine održan je u Zagrebu u prostorijama Ministarstva turizma i sporta koordinacijski sastanak HTZ-a s regionalnim turističkim zajednicama, pri čemu su teme bile;

- Reforma razvoja održivog turizma
- Oznaka “Local Host”
- Ostalo

Dana 15. srpnja 2025. godine održan je u hotelu Borak na Bolu zajednički sastanak direktora regionalnih turističkih zajednica s područja Dalmacije i Like, sa sljedećim dnevnim redom:

- Izvješće i analiza zajedničkih nastupa na sajmovima i prezentacijama u 2025. godini te preliminarni prijedlozi za zajedničke nastupe u 2026. godini

Dana 24. listopada 2025. godine održan je u Zadru zajednički sastanak direktora regionalnih turističkih zajednica s područja Dalmacije i Like, sa sljedećim dnevnim redom:

- Zajednička promocija nautičkog turizma

Dana 28. studenoga 2025. godine održan je u Zagrebu u prostorijama Hrvatske turističke zajednice koordinacijski sastanak HTZ-a s regionalnim turističkim zajednicama, pri čemu su teme bile;

- Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte regionalnih TZ-a na turistički nedovoljno razvijenim područjima iz Fonda za nerazvijena područja
- Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte manifestacija I TOP događanja regionalnih TZ-a na nedovoljno razvijenim područjima iz Fonda za nerazvijena područja
- Javni natječaj za dodjelu sredstava za projekte udruženih TZ-a u 2026. Iz Fonda za udružene turističke zajednice
- Razno

b) Organizacija STUDIJSKOG PUTOVANJA za sustav TZSDŽ (TZ mjesta, gradova, općina i područja)

- U razdoblju od 22. – 28. travnja 2025. godine TZ Splitsko – dalmatinska organizirala je studijsko putovanje u Portugal za djelatnike sustava TZ s područja Splitsko – dalmatinske županije

Troškovi su uključivali izdatke za organizaciju I itinerer puta (usluge specijalizirane agencije), troškove smještaja, ugostiteljske usluge, usluge prijevoza i vodiča i itd.

Trošak organizacije: 62.028 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, lokalne TZ, HTZ

Realizacija:

69.621,32 eur

4.4. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

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 139.713 eura, a što je u skladu sa sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana. U okviru navedene stavke u 2025. 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;

- Izrada 10 edukacijskih video tutorijala u svrhu tematizacije i specijalizacije privatnog smještaja na području Splitsko – dalmatinske županije;
 - adventski turizam
 - smještaj za obitelj
 - ruralni turizam
 - “pet friendly” smještaj
 - robinzonski turizam
 - bike turizam
 - adrenalinski turizam
 - vinski turizam
 - dobar domaćin
 - moto turizam
 - ✓ Pisanje stručnih tekstova za potrebe izrade videa, priprema materijala, razrada i izrada scenarija, istraživanje i priprema sadržaja na terenu, vođenje i snimanje video tutorijala, troškovi prijevoza, putni troškovi + oprema za snimanje
 - ✓ Usluge glumačko – narativne izvedbe različitih tekstova uz snimanje promotivnih video materijala
 - ✓ Dizajn i tisak zahvalnica za sudjelovanje u projektu
- Trošak aktivnosti: 67.822 eur

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



Slika: SD županija 15. rujna 2025., prijem za predstavnike vatrogasaca i HGSS-a - priznanje i zahvala županijskim vatrogascima i stanicama HGSS-a u Splitu i Makarskoj

- Donacija Hrvatska gorska služba spašavanja – stanica Makarska za nabavku zaštitne odjeće i tehničke opreme za članove stanice s ciljem povećanja sigurnosti i zaštite stanovništva i turista

Trošak aktivnosti: 15.000 eur

- Donacija Hrvatska gorska služba spašavanja – stanica Split za nabavku tehničke i medicinske opreme, potrošni material, opremu za osobnu zaštitu spašavatelja, održavanje i nadogradnju vozila i opreme te edukaciju i osposobljavanje članova, a sve s ciljem povećanja sigurnosti i zaštite stanovništva i turista

Trošak aktivnosti: 15.000 eur

- Donacija VATROGASNA ZAJEDNICA SDŽ za nabavljanje nove i znavljanje uništene vatrogasne opreme tijekom požarne sezone 2025., a s ciljem povećanja sigurnosti i zaštite stanovništva i turista

Trošak aktivnosti: 30.000 eur + izrada čeka

► *Nagrađivanje IZVRSNOSTI i DOSTIGNUĆA destinacija i pojedinaca u turizmu;*

- *Sudjelovanje na „Danima hrvatskog turizma 2025“, 19. – 21.11. 2025. godine, Dubrovnik – djelatnici ureda i dobitnik nagrade za „Najboljeg domaćina TZ SDŽ“*
- *Nagrada „Suncokret ruralnog turizma Hrvatske 2025“-kotizacije*
- *Sudjelovanje na Međunarodnom festivalu turističkog i etno filma – TEF, Krk 25. – 26.09. 2025. - posebna nagrada učenika SŠ “Hrvatski kralj Zvonimir” pripala je filmu “The dream is real” od strane TZ Splitsko – dalmatinske županije*
- *Međunarodna konferencija ITER VITIS – nagrada za TZ Splitsko – dalmatinske u kategoriji Best Wine and Food Experience*

Na međunarodnoj konferenciji ITER VITIS, koja se održala u Solunu (Thessaloniki) u Grčkoj, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije nagrađena je prestižnom nagradom Iter Vitis Awards 2025. u kategoriji Best Wine and Food Experience.

Ova nagrada dodijeljena je TZ SDŽ za snažno poticanje i promociju održivosti, autentičnosti i lokalnog identiteta, kao i za isticanje važnosti sinergije lokalne gastronomije i vinarstva. Konferencija ITER VITIS okupila je vodeće stručnjake iz područja vinskog turizma, kulturne baštine i održivog razvoja iz cijele Europe. Izdanje, pod nazivom „Cultural Vine Tourism in Action: Iter Vitis Best Practices for a Greener, Inclusive, and Innovative Future“ (Kulturni vinski turizam na djelu: najbolje prakse Iter Vitisa za zeleniju, uključivu i inovativnu budućnost), bilo je posvećeno izvrsnosti, inovacijama i održivom razvoju unutar Programa kulturnih ruta Vijeća Europe. Tijekom konferencije održan je i panel „Ekonomska održivost i inovacije“, na kojem su sudjelovali istaknuti stručnjaci iz turističkog sektora, među kojima i Ivana Vladović, direktorica Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije. Ovo priznanje još jednom potvrđuje da Splitsko-dalmatinska županija prepoznaje važnost razvoja vinskog turizma kao dijela svoje kulturne i turističke ponude te uspješno promiče vrijednosti održivosti, kvalitete i autentičnosti.

Trošak svih aktivnosti: 11.792 eur

► *Foto natječaj „Autentična Dalmacija“ u organizaciji TZ SDŽ*

Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske županije organizirala je foto i video natječaj pod nazivom „Autentična Dalmacija“ čiji je cilj bio fotografijom i videom (prilagođenim za objavu na društvenim mrežama) prikazati idealan trenutak na području Splitsko – dalmatinske županije. Teme fotografije ili videa mogle su biti raznolike, ali prednost su imali specifični i neponovljivi dalmatinski trenutci, odnosno dalmatinski način života prenesen na neposredan, šarmantan i autentičan način. Natječaj je bio otvoren od 2. do 30. lipnja 2025. te se dijelio u dva segmenta, odnosno za fotografije i video uratke od kojih je stručni žiri odabrao pet najboljih foto i pet najboljih video radova.

Trošak aktivnosti: 3.500 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:
TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

Realizacija:
139.713,38 eur

4.5. POTICANJE NA UREĐENJE DESTINACIJE

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 raspíše 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 nerazvijenja 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 286.000 eura. U konačnici realizacija predmetne stavke iznosi podjednako sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana. U okviru navedene stavke u 2025. 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 SINJA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture Sinja, II faza	15.000 eur
TZ SINJA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture i razvoj selektivnih oblika turizma – Aeroklub Sinj i sportski aerodrom Piket	50.000 eur
TZ VRGORCA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – Trg Mate Svjetskog (uređenje ispred gradskog kolodvora 1. faza)	15.000 eur
TZ VRLIKE	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje gradske plaže Garjak na jezeru Peruća	12.000 eur
TZ VRLIKE	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – tematska staza „Putevima Winnetoua“	10.000 eur
TZ IMOTA	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – Hodočasnička staza CAMINO IMOTA (III faza)	7.000 eur
TZ IMOTA	Razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih promo aktivnosti – Izrada brošure UNESCO GEOPARK Biokovo – Imotska jezera	2.000 eur
TZ DUGOPOLJE	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje odmorišta uz špilju Vranjaču	5.000 eur
TZ DUGOPOLJE	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje terminala za najam javnih bicikli, II faza	3.000 eur
TZ ŠESTANOVAC	Osnivanje interaktivnih centara i razvoj selektivnih oblika turizma – projekt očuvanja i interpretacije baštine „Tragovi baštine“	5.000 eur
TZ ŠESTANOVAC	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – projekt „Biciklom kroz Šestanovac“ (uređenje biciklističkog odmorišta)	4.000 eur
UKUPNO ODOBRENO		128.000 eur

❖ *Pozivni natječaj za 11 općina bez TZ-a - Dicmo, Hrvace, Muć, Lećevica, Otok, Prigomet, 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

Naziv OPĆINE	PROGRAM - PROJEKT	Odobreno
OPĆINA PRIMORSKI DOLAC	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – uređenje trga u općini Primorski Dolac	15.000 eur
OPĆINA DICMO	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – obnova bunara i uređenje tematskog parka povijesnih puteva i željezničke postaje „Rera“	20.000 eur - odustali
OPĆINA LEČEVICA	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – izgradnja dječjeg igrališta u općini Lečevica, naselje Divojevići	12.000 eur
OPĆINA NEREŽIŠĆA	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje šetnice i cikloturističke staze „Put vod“ od Nerežišća prema Vidovoj gori	15.000 eur
OPĆINA SUĆURAJ	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – nabava i postavljanje klupa za odmor	4.000 eur
OPĆINA SUĆURAJ	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – popločavanje trga u općini Sućuraj	10.000 eur
OPĆINA KLIS	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – rekonstrukcija objekta i uspostava multifunkcionalnog turističkog centra u općini	40.000 eur
OPĆINA ZADVARJE	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje postojeće staze uz pješačko – biciklističku stazu od točke 5 do 9	25.000 eur
OPĆINA PRGOMET	Razvoj i unapređenje ponude destinacije te uvjeta boravka turista – uređenje šetnice do Crkvine u Radničima i vidikovca Vrljica u blizini zaseoka Bogdanovići	25.000 eur
OPĆINA OTOK	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista – izgradnja dječjeg igrališta u naselju Udovičići u općini Otok	12.000 eur
UKUPNO ODOBRENO		178.000 eur
UKUPNO REALIZIRANO		158.000 eur

Nositelji aktivnosti i partneri:

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

Realizacija:

286.000,00 ur

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Opis i cilj aktivnosti:

Cilj rada i djelovanja sustava TZ je biti jedan od bitnih sastavnica turističke industrije, te je sukladno tome članstvo u strukovnim organizacijama bitan dio strategije. Aktivno sudjelovanje u radu, razrada zajedničkih ideja, kreiranje budućeg razvoja, suorganizacija susreta, studijska putovanja i sl. jedni su od načina djelovanja u radu strukovnih organizacija. Za članstvo u strukovnim organizacijama planirala su se sredstva u iznosu od 1.000 eura, međutim izmjenama i dopunama podiže se iznos sredstava na 25.903 eura. Naime, osvajanjem titule za Europsku prijestolnicu gastronomije u 2027. godini, TZ Splitsko – dalmatinska postala je član IGCAT-a (Međunarodni institut za gastronomiju, kulturu, umjetnost i turizam), te je u obvezi plaćanja godišnje članarine, a u 2025. godini i naknade za pristupanje. Riječ je o neprofitnoj organizaciji koja radi na promociji regija i njihovih jedinstvenih gastronomskih, kulturnih, umjetničkih i turističkih vrijednosti, s ciljem podizanja svijesti o važnosti regionalne hrane i održivosti. 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 2025. godini na konto članarine plaćeno UHPA-i 663 eura.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska, HGK i UHPA

Realizacija:

25.902,50 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 2025. godinu u iznosu od 647.510 eura, a izmjenama i dopunama programa rashodi predmetne stavke povećani su na iznos od 676.308 eura. U konačnici realizacija na kraju obračunskog razdoblja iznosi 663.069 eura, što je za 2% manje u odnosu na donesene izmjene i dopune programa. Navedeni poslovi sudjeluju u strukturi realiziranih rashoda programa rada TZ Splitsko – dalmatinske za 2025. godinu sa 11,6 posto.

6.ADMINISTRATIVNI POSLOVI – 663.069 eura

	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025
6.1. Plaće	515.000	547.700	528.649
6.2. Materijalni troškovi	107.510	110.608	108.173
6.3. Tijela turističke zajednice	25.000	18.000	26.247

6.1. PLAĆE

Opis aktivnosti:

Navedena stavka obuhvaća troškove bruto plaća dvanaest zaposlenika ureda TZ Splitsko – dalmatinske županije u 2025. uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. Bruto plaće zaposlenika ureda turističke zajednica koje su bile planirane izmjenama i dopunama u iznosu od 490.000 eura, u konačnici iznose 468.980 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 5.507 eura. U ostale pripadajuće troškove ubrajale su se ostale neoporezive naknade poput regresa, dara za djecu, poklon bona, toplog obroka, jubilarne nagrade, otpremnine za 1 djelatnika, a djelatnicima ureda odobrava se i korištenje CRO kartice u visini od 400 eura neoporezivog iznosa.

Realizacija troškova ostalih naknada u konačnici iznosi 54.162 eura. Cjelokupni troškovi predmetne stavke koji su izmjenama i dopunama programa korigirani na iznos od 547.700 eura, u konačnici iznose 528.649 eura, što je za 4 posto manje.

Nositelji aktivnosti i partneri:
TZ Splitsko – dalmatinska

Realizacija:
528.649,17 eur

6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI

Opis aktivnosti:

Predmetna stavka obuhvaća redovne operative troškove poslovanja i funkcioniranja ureda TZ Splitsko – dalmatinske. Riječ je o režijskim troškovima, troškovima zakupa, nabave uredske opreme i materijala, održavanja prostora, financijske rashode, troškove poštarine, telefona, izdatke za najam prostora za potrebe držanja i skladištenja 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 TZ. Materijalni troškovi ureda planirani na iznos od 107.510 eura, a izmjenama i dopunama programa procijenjeni su na iznos od 110.608 eura. Navedena stavka je realizirana uz određene preraspodijele sredstava te samim time u konačnici trošak ureda iznosi 108.173 eura, što je za 2% manje.

Turistički ured-vrste materijalnih troškova	Realizacija
Uredski materijal (potrošni, sitni inventar)	5.610,18
Trošak poštarine	266,24
Trošak telefona i interneta	6.467,89
Troškovi tekućeg i investicijskog održavanja	8.076,68
Usluge korištenja i održavanja poslovnog prostora	13.652,50
Troškovi najma prostora – skladištenje promo materijala i arhivske građe	4.778,16
Dnevnice za službena putovanja	471,00
Naknade za putničke izdatke i noćenja	2.211,01
Upotreba osobnog auta i rent a car u službene svrhe	432,00
Trošak reprezentacije	3.234,33

Izdaci za stručnu literaturu i tisak	1.246,47
Nabava uredske opreme	14.405,85
Financijski rashodi	11.711,43
Osiguranje djelatnika od posljedica nesretnog slučaja	607,92
Usluge preventivne zaštite djelatnika	6.053,01
Dugoročni najam vozila u poslovne svrhe	23.950,28
Najam servera za računovodstveni program	1.051,22
Troškovi parkinga za djelatnike ureda	1.837,98
Odvjetničke usluge	15.000,00
Ostalo	761,82
UKUPNO	108.172,85

Nositelji aktivnosti i partneri:
TZ Splitsko – dalmatinska

Realizacija:
108.172,85 eur

6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE

Opis aktivnosti:

U ovu grupu troškova ubrajaju se svi troškovi koji se odnose na rad tijela TZ-a i to Turističkog vijeća i Skupštine. Troškovi navedene stavke uključuju rashode za najam prostora i opreme radi održavanja sjednica, naknade članovima TV, troškove reprezentacije i ostale troškove vezane uz rad tijela turističke zajednice te su realizirani u ukupnom iznosu od 26.247 eura, a što je za 46% više u odnosu na planirane izmjene i dopune programa. Za naknade članovima TV planiralo se izdvojiti 13.000 eura, a u konačnici realizacija iznosi 9.433 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 12.000 eura. Izmjenama i dopunama programa sredstva su malo smanjena, a realizacija u konačnici iznosi još više od planiranih sredstava tj. 16.785 eura.

Nositelji aktivnosti i partneri:
TZ Splitsko – dalmatinska

Realizacija: 26.247,18 eur

7. REZERVA I OSTALE AKTIVNOSTI

Opis aktivnosti:

Tijekom 2025. 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 29.557 eura.

Od početka 2023. 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 2025. godini 25.325 eura, te se taj trošak refundira od strane svih institucija.

7. REZERVA I OSTALE NEPLANIRANE AKTIVNOSTI – 54.882 eura

	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025
7.1. Usluge zaštitarske službe za zgradu	26.000	26.000	25.325
7.2. ostale neplanirane aktivnosti	50.000	50.000	29.557

Troškovi ostalih neplaniranih aktivnosti uglavnom uključuju razne vrste troškova, a odnose se na sljedeće;

- ✓ Revizorske usluge (revizija financijskih izvještaja i dogovoreni postupci revizije za potrebe nadzora)
- ✓ Usluge ovlaštene agencije za testiranje kandidata vezano za natječaje za posao
- ✓ Objava oglasa za natječaj moj posao.hr
- ✓ Usluge procjene i testiranja kandidata vezano za natječaj za posao
- ✓ Razne usluge student servisa
- ✓ Usluge odvoza ambalažnog otpada
- ✓ Usluge turističkog vođenja i usluge reprezentacije za potrebe raznih udruga, škola i organizacija (Ljetna škola Domovina, Međunarodni festival folklora Split, Djeca Vukovara, Erasmus studenti)
- ✓ Donacije za razne humanitarne potrebe i projekte (djeca Ukrajine, pomoć djeci i osobama s invaliditetom)

- ✓ Rashodi proteklih godina
- ✓ Plaća u naravi

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ Splitsko – dalmatinska i razni partneri

Realizacija:

54.881,56 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 250.000 eura, ali izmjenama i dopunama korigirana na iznos od 245.864 eura, koliko je odobreno i uplaćeno sredstava, s time da je ukupan iznos u konačnici veći zbog uplata na početku 2025. godine, a koje su se odnosile na projekte iz 2024. godine (dug iz 2024. godine). 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.

JAVNI NATJEČAJ za dodjelu sredstava za projekte lokalnih TZ-a na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2025. s područja SD županije iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja, bio je objavljen dana 5. studenoga 2024. godine na web stranici. Na natjačaj se prijavilo 10 lokalnih TZ-a sa ukupno 25 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. 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 HTZ-a odobreno i uplaćeno na račun TZ Splitsko – dalmatinske 245.864,40 eura, koja je zatim sredstva prosljedila na račune lokalnih TZ-a. Sva odobrena sredstva za 2025. uplaćena su i realizirana do kraja 2025., međutim postoji razlika od 14.795 eura, koja je uplaćena početkom 2025., a odnosi se na projekte iz 2024. godine. Razlika od 14.795 eura isplaćena u 2025. je 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

LTZ	Naziv projekta	Odobreni iznos sredstava HTZ	Isplaćena sredstva LTZ-u 2025
TZG Sinj	Kongres - Dani duhovne baštine Marijanskih svetišta	13.980,00	13.980,00 - 2025
TZG Sinj	Manifestacije TZ grada Sinja za vrijeme Dani alke i Velike Gospe	27.960,00	27.960,00 - 2025
TZG Sinj	Ophodi mačkara podkamešničkih sela i Smotra mačkara cetinskoga kraja - 2025.	9.320,00	9.320,00 - 2025
TZG Solin	Romantika u Saloni	17.708,00	17.708,00 - 2025
TZG Vrgorac	8. Dani dalmatinskog pršuta i vina	18.640,00	18.640,00 - 2025
TZG Vrgorac	25. Pučka fešta Biklijada	9.320,00	9.320,00 - 2025
TZG Vrlika	Opera Ero s onoga svijeta	18.640,00	18.640,00 - 2025
TZG Vrlika	Vrlika Lake Festival	18.640,00	18.640,00 - 2025
TZO Dugopolje	Dugopolje BEER FEST	9.320,00	9.320,00 - 2025
TZO Pučišća	Pirate night - Pučišća 2025.	9.320,00	9.320,00 - 2025
TZO Pučišća	Puteus triatlon 2025	9.320,00	9.320,00 – 2025
TZO Pučišća	Razvoj cikloturističke destinacije na području TZO Pučišća	13.980,00	13.980,00 – 2025
TZO Selca	Brač outdoor weekend	13.796,40,00	13.796,40 - 2025

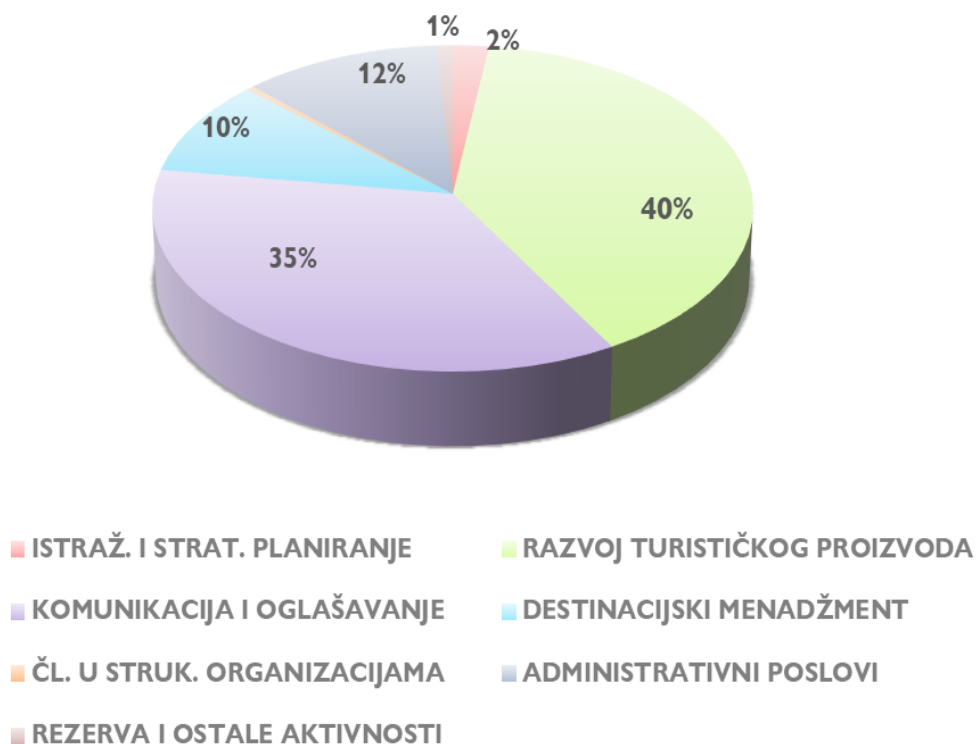
TZO Selca	Biciklom kroz srce kulture otoka Brača	13.980,00	13.980,00 - 2025
TZO Selca	Izrada tiskanih I digitalnih materijala u funkciji promocije turističkog proizvoda	13.980,00	13.980,00 –2025
TZO Šestanovac	Okusi Šestanovca	9.320,00	9.320,00 - 2025
TZO Šestanovac	Lito je i u Šestanovcu	9.320,00	9.320,00 – 2025
TZP Imota	Destinacijski standardi održivosti	9.320,00	9.320,00 – 2025.
UKUPNO SPLITSKO – DALMATINSKA ŽUPANIJA		245.864,40	245.864,40
SREDSTVA UPLAĆENA U 2025. ZA PROJEKTE IZ 2024.			14.794,95

Nositelji aktivnosti i partneri:
HTZ, TZ Splitsko – dalmatinska i lokalne TZ

Realizacija:
245.864,40, 14.794,95 eur – dug iz 2024. (uplaćeno u 2025.)

Rekapitulacija AKTIVNOSTI

AKTIVNOSTI PO VRSTAMA - realizacija 2025.



Izvor: ured TZ SDŽ

U strukturi realiziranih aktivnosti po vrstama, najveće učešće od 40% pripada realizaciji aktivnosti iz stavke RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA, a što se najvećim dijelom odnosilo na podršku razvoju turističkih događanja i aktivnosti razvoja i promocije ključnih turističkih proizvoda regije. Osim toga, najveća sredstva utrošena su još za aktivnosti KOMUNIKACIJE I OGLAŠAVANJA i to ponajviše na realizaciju online i offline oglašavanja te marketinške i poslovne suradnje.



IV.

REKAPITULACIJA
prihoda i rashoda

Programom rada za 2025. 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 2025. Prilikom realizacije Programa rada TZ Splitsko – dalmatinske za 2025. godinu, ostvareni prihodi nešto su manji u odnosu na planirane, te je došlo i do blagog preslagivanja stavki rashoda koji su u konačnici za 2 posto manji u odnosu na rebalansirana sredstva. Ukupni prihodi planirani u programu rada za 2025 g. iznosili su 6.825.000 eura. Ukupni prihodi sukladno izmjenama i dopunama procijenjeni su na iznos od 6.756.534 eura, što je u odnosu na planirane predstavljalo smanjenje za 1%. Istovremeno, ukupni rashodi planirani su u iznosu od 6.352.760 eura, temeljem izmjena i dopuna procijenjeni su na iznos od 5.828.949 eura, a što je u odnosu na inicijalno planirane rashode predstavljalo smanjenje od 8%. Na koncu financijske godine utvrđeni su ukupni prihodi u iznosu od 6.728.565 eura. Istovremeno, konačni rashodi realizirani su u iznosu od 5.716.672 eura. Višak prihoda nad rashodima iznosi 1.011.893 eura.

Ukupni PRIHODI iznose	6.728.565 eur
Ukupni RASHODI iznose	5.716.672 eur
VIŠAK PRIHODA iznosi	1.011.893 eur

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

PRIHODI	4.789.131 eur
VIŠAK PRIHODA iz prethodnih godina	1.939.434 eur
UKUPNO PRIHODI	6.728.565 eur
UKUPNO RASHODI	5.716.672 eur
REZULTAT	+1.011.893 eur

Tablica ostvarenja PROGRAMA RADA za razdoblje I – XII 2025. godine

	PRIHODI	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025	udio %	Real/ replan
1.	Izvorni prihodi	4.600.000	4.635.000	4.610.624	68,5	100
1.1.	Turistička pristojba UK	3.650.000	3.675.000	3.661.076	54,4	100
1.2.	Članarina	950.000	960.000	949.548	14,1	99
2.	Prihodi iz proračuna	-	-	-	-	-
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	100.000	150.000	142.258	2,1	95
4.	Prihodi iz EU fondova	-	1.600	1.600	0,0	100
5.	Preneseni prihod iz prethodne godine	2.100.000	1.939.434	1.939.434	28,8	100
6.	Ostali prihodi	25.000	30.500	34.649	0,5	114
UKUPNO PRIHODI		6.825.000	6.756.534	6.728.565	100,0	100
	AKTIVNOSTI	Plan 2025	Rebalans 2025	Realizacija 2025	udio %	Real/ replan
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	156.250	120.738	120.738	2,11	100
1.1.	Izrada strateških i akcijskih dokumenata	120.000	104.625	104.625	1,83	100
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	30.000	9.875	9.875	0,17	100
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promo. aktivnosti	6.250	6.238	6.238	0,11	100
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	2.300.000	2.250.000	2.270.419	39,72	101
2.1.	Iden. i vredn. resursa i struk. turis. proizvoda	350.000	387.000	387.000	6,77	100
2.1.1.	Pozivni natječaj za sustav TZ na području SDŽ	350.000	387.000	387.000	6,77	100
2.2.	Sustavi označavanja kval. turis. proizvoda	570.000	482.000	512.809	8,97	106
2.2.1.	Aktivni turizam Srednje Dalmacije	130.000	80.000	78.238	1,37	98
2.2.2.	Kulturni turizam Srednje Dalmacije	120.000	65.000	67.399	1,18	104
2.2.3.	Enogastronomija Srednje Dalmacije	250.000	305.000	335.821	5,87	110
2.2.4.	Nautički turizam Srednje Dalmacije	50.000	27.000	26.556	0,47	98
2.2.5.	Zdravstveni turizam Srednje Dalmacije	20.000	5.000	4.795	0,08	96
2.3.	Podrška turističkoj industriji	150.000	148.000	144.713	2,53	98
2.3.1.	Potpore razvoju programa DMK-a	50.000	41.000	41.000	0,72	100
2.3.2.	Suradnja s strukovnim udruženjima	60.000	45.000	42.013	0,73	93
2.3.3.	Potpore ostalim subjektima u turizmu	40.000	62.000	61.700	1,08	99
2.4.	Podrška razvoju turističkih događanja	1.230.000	1.220.000	1.198.794	20,97	98
2.4.1.	Potpore TZ i subjektima za događanja – Javni poziv	1.000.000	1.110.000	1.093.613	19,13	98
2.4.2.	Organizacija i provedba događanja na području regije	230.000	110.000	105.181	1,84	96
2.5.	EU projekti	-	13.000	27.103	0,47	208
2.5.1.	Projekt MED4REGEN	-	13.000	27.103	0,47	208
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	2.527.000	2.126.000	2.033.346	35,57	96
3.1.	Defin. brending sustava i brend arhitekture	20.000	-	-	-	-
3.2.	Oglašavanje destinacijske ponude i proizvoda	1.020.000	1.005.000	1.009.663	17,66	100
3.2.1.	Offline oglašavanje	120.000	135.000	133.576	7,34	99
3.2.2.	Online oglašavanje	900.000	870.000	876.087	15,32	101
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	100.000	100.000	98.515	1,72	98
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	292.000	406.000	391.491	6,85	96
3.4.1.	Udruženo oglašavanje na regionalnoj razini	160.000	170.000	151.497	2,65	89

3.4.2.	Strateški projekti i suradnje	132.000	236.000	239.994	4,20	102
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i radionice	380.000	292.000	292.758	5,12	100
3.5.1.	Nastupi na turističkim sajmovima	160.000	140.000	139.205	2,43	99
3.5.2.	Organizacija i sudjelovanje na prezentacijama	220.000	152.000	153.553	2,69	101
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	70.000	38.000	42.735	0,75	112
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	450.000	200.000	122.427	2,14	61
3.8.	Internetske stranice	25.000	20.000	17.136	0,30	86
3.9.	Kreiranje i upravlja. bazama turist. podataka	20.000	20.000	17.008	0,30	85
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	150.000	45.000	41.613	0,73	92
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	645.000	554.000	548.315	9,59	99
4.1.	Turistički informacijski sustavi	15.000	18.000	17.209	0,30	96
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	100.000	40.000	35.772	0,63	89
4.3.	Koordinacija i nadzor	100.000	70.000	69.621	1,22	99
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	200.000	140.000	139.713	2,44	100
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	230.000	286.000	286.000	5,00	100
5.	ČLANSTVO U STRUK. ORGANIZACIJAMA	1.000	25.903	25.903	0,45	100
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	-	25.000	25.000	0,44	100
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	1.000	903	903	0,01	100
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	647.510	676.308	663.069	11,60	98
6.1.	Plaće	515.000	547.700	528.649	9,25	96
6.1.1.	Bruto plaće zaposlenika TZ SDŽ	455.000	490.000	468.980	8,20	96
6.1.2.	Izdaci za prijevoz na posao i s posla	5.000	5.600	5.507	0,10	98
6.1.3.	Ostale naknade za zaposlene	55.000	52.100	54.162	0,95	104
6.2.	Materijalni troškovi	107.510	110.608	108.173	1,89	98
6.3.	Tijela turističke zajednice	25.000	18.000	26.247	0,46	146
6.3.1.	Naknade za rad tijela	13.000	8.000	9.433	0,17	118
6.3.2.	Troškovi organizacije rada tijela	12.000	10.000	16.814	0,29	168
7.	REZERVA I OSTALE AKTIVNOSTI	76.000	76.000	54.882	0,96	72
7.1.	Usluge zaštitarske službe za zgradu	26.000	26.000	25.325	0,44	97
7.2.	Ostale neplanirane aktivnosti	50.000	50.000	29.557	0,52	59
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA	-	-	-	-	-
UKUPNI RASHODI		6.352.760	5.828.949	5.716.672	100	98
9.	FONDOVI – posebne namjene	250.000	245.864	260.659		
9.1.	Fond za TZ na nedovoljno razvijenim područjima	250.000	245.864	260.659		
VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA		1.011.893				

Zaključak:

Godišnjim programom rada za 2025. 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 2025. godini. Godina 2025. 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 u dolascima i 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 2026. 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 2025. godini pokazuju tendenciju pada u odnosu na prijašnje godine, ali prvenstveno zbog manjeg prenesenog viška prihoda, što je potvrda značajnog opsega aktivnosti koje se provode, ali i nadalje su pozitivan zamah za realizaciju aktivnosti u 2026. godini.