

# **PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA GRAD SOLIN 2025-2029**

## **Konačni izvještaj**

Naručitelj: Turistička zajednica Grada Solina  
Izvršitelj: MarCon, Logic Marketing i proIDEA  
U Splitu, 08.07.2025.

# SADRŽAJ

1. ANALIZE STANJA	002
1.1. Opći okvir turizma	004
1.2. Turistički resursi i atrakcije	019
1.3. Turistički dionici, ponuda i potražnja	054
1.4. Konkurencija i ogledni primjeri najbolje prakse	067
2. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI	087
3. RAZVOJNI SMJER, CILJEVI, MJERE I AKTIVNOSTI	099
3.1. SWOT analiza	101
3.2. Načela, vizija i ciljevi razvoja te plan turističkih proizvoda	106
3.3. Brend identitet i strategija pozicioniranja	121
3.4. Razvojne mjere i aktivnosti	134
4. SMJERNICE I PREPORUKE	159
5. PROJEKTI	166
6. PRILOZI	186
7. IZVORI FOTOGRAFIJA, INFORMACIJA I PODATAKA	188

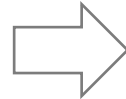
# 1. ANALIZE STANJA



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

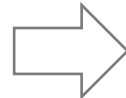
# Glavni ciljevi analiza stanja

## **ANALIZE OPĆEG OKVIRA TURIZMA**



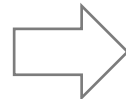
Analizirati prostorna i prirodna obilježja Grada Solina, njegove demografske i gospodarske značajke, prometnu povezanost i komunalnu infrastrukturu te relevantne planove, programe i projekte, s ciljem identificiranja povezanih prednosti, nedostataka, mogućnosti i prijetnji od značaja za turizam Grada Solina te razumijevanja općeg okvira za potrebe planiranja određenih aspekata turističkog razvoja i destinacijskog upravljanja

## **ANALIZE TURISTIČKIH RESURSA I ATRAKCIJA**



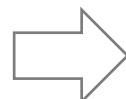
Identificirati sve kulturne, prirodne i druge turističke resurse Grada Solina, kako one koji još uvijek nisu iskorišteni, tako i one koji su manje ili više razvijeni kao atrakcije, s ciljem ocjene njihovog karaktera (globalni, regionalni, nacionalni i lokalni) i turističkog potencijala (od vrlo malog do vrlo velikog), za potrebe planiranja smjera razvoja, tržišnog pozicioniranja, turističkih proizvoda te određenih aktivnosti i projekata

## **ANALIZE TURISTIČKIH DIONIKA, PONUDE I POTRAŽNJE**



Identificirati i analizirati uloge i očekivanja turističkih dionika Grada Solina, trendove, volumen i strukturu smještajne, ugostiteljske i druge turističke ponude kao i trendove, volumen i strukturu turističke potražnje, s ciljem identificiranja povezanih prednosti, nedostataka, mogućnosti i prijetnji, za potrebe postavljanja realnih razvojnih ciljeva te planiranja određenih aktivnosti, smjernica i projekata

## **ANALIZE KONKURENCIJE I OGLEDNIH PRIMJERA NAJBOLJE PRAKSE**



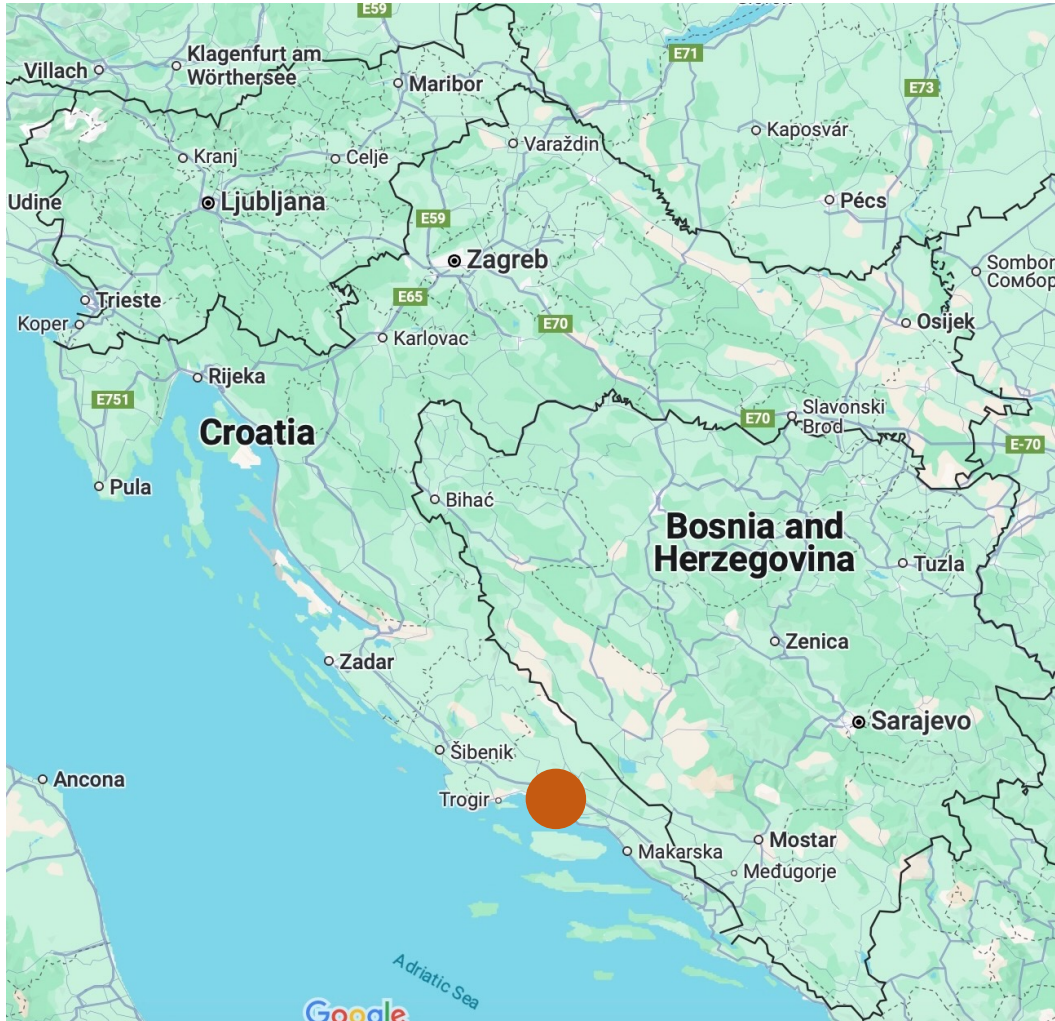
Identificirati i analizirati postojeće primarne i sekundarne konkurentske destinacije u Hrvatskoj (s fokusom na Dalmaciju) te ogledne turističke destinacije, odnosno ogledne primjere najbolje prakse na Mediteranu (s fokusom na Italiju, Francusku i Španjolsku), radi razumijevanja postojeće i planiranja buduće tržišne pozicije Grada Solina, kao i za potrebe planiranja određenih aktivnosti, smjernica i projekata

# 1.1. Opći okvir turizma



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

# Mali mediteranski grad s raznolikim prostorom u srcu Dalmacije



**POLOŽAJ:** na istočnoj obali Jadranskog mora na jugu Hrvatske, u središtu Dalmacije i Splitsko-dalmatinske županije, između gradova Kaštela i Split te općine Klis, a u blizini općina Dugopolje i Podstrana

**PROSTOR:** krajnji istočni dio Kaštelanskog zaljeva s rijekom Jadro, podnožjem i obroncima / dijelovima dviju planina (Kozjak i Mosor) te malim dijelom Dalmatinske zagore (naselje / selo Blaca)

**KLIMA:** sredozemna klima sa 108 vedrih dana i 2.641 sunčanih sati te sa 110 kišnih dana i 811 mm padalina tijekom godine (godišnji prosjeci od 1948. do 2023. za mjernu postaju Split Marjan)

**USTROJ:** 5 naselja - Solin (Centar, Priko vode, Rupotina, Srednja strana i Sveti Kajo) te naselja Blaca, Kučine, Mravince i Vranjic

**POVRŠINA:** 34,63 km<sup>2</sup> (Solin s površinom od 11,49 km<sup>2</sup>, a druga naselja zajedno s ukupnom površinom od 23,14 km<sup>2</sup>)

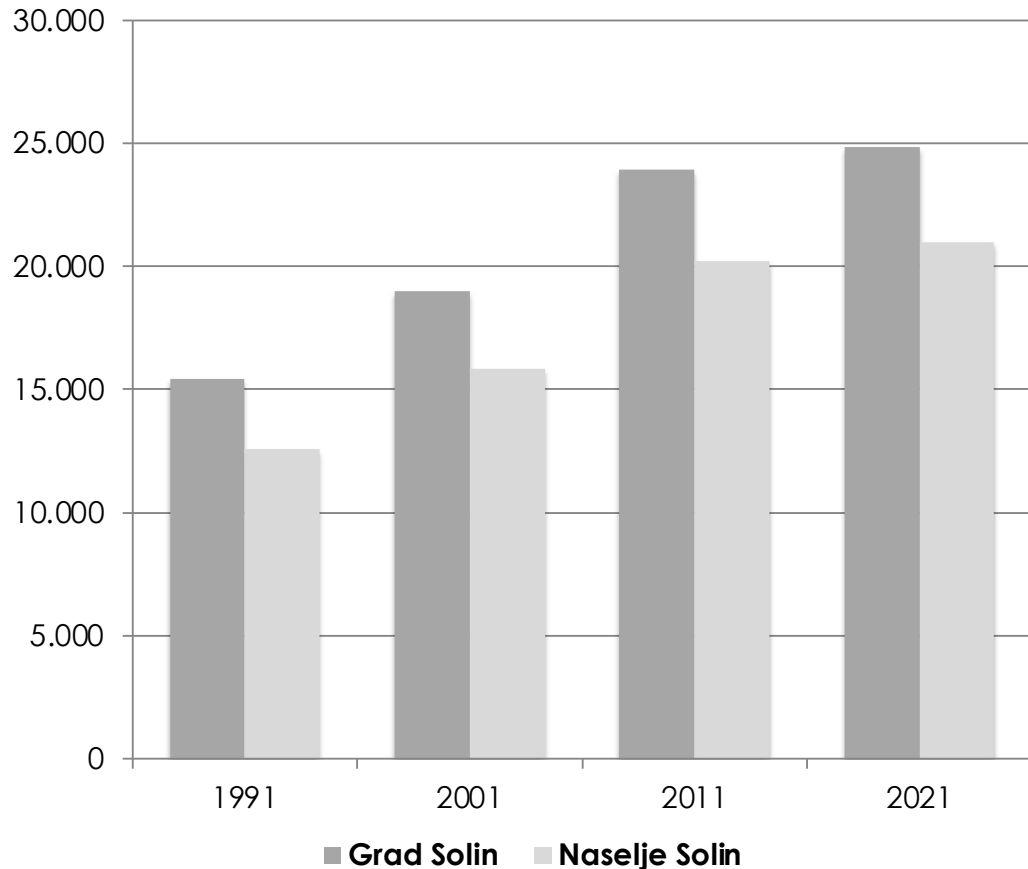
**STANOVNIŠTVO:** 24.862 stanovnika (Solin s 20.996, a druga naselja zajedno s 3.866 stanovnika), s velikom gustoćom naseljenosti od 718 stanovnika po km<sup>2</sup> (1.827 stanovnika po km<sup>2</sup> u naselju Solin)

## Dio (i užeg i šireg) urbanog područja Splita

<b>SPLIT I OKRUŽENJE</b>	➔	<b>Gradovi Kaštela, Solin i Split te općine Dugopolje, Klis i Podstrana</b>	<b>396 km<sup>2</sup></b>	<b>242.604 stanovnika / 613 po km<sup>2</sup> 6,0% manje nego 2011.</b>
<b>TROGIR I OKRUŽENJE</b>	➔	Grad Trogir te općine Marina, Okrug i Seget	246 km <sup>2</sup>	24.172 stanovnika / 98 po km <sup>2</sup> 7,0% manje nego 2011.
<b>OMIŠ I OKRUŽENJE</b>	➔	Grad Omiš te općine Dugi Rat i Zadvarje	290 km <sup>2</sup>	21.304 stanovnika / 73 po km <sup>2</sup> 4,5% manje nego 2011.
<b>SPLITSKA RIVIJERA</b>	➔	<b>Ukupno 13 administrativnih jedinica (5 gradova i 8 općina)</b>	<b>932 km<sup>2</sup></b>	<b>288.080 stanovnika / 309 po km<sup>2</sup> 6,0% manje nego 2011.</b>

Napomena: Urbana područja su urbana područja u turističkom smislu, pri čemu je Split i okruženje uže urbano područje Splita, a Splitska rivijera šire urbano područje Splita.

# Među rijetkim gradovima Hrvatske s rastućim i mlađim stanovništvom



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Grad Solin je od 1991. do 2021. doživio snažni demografski rast s 15.410 stanovnika 1991. na 24.862 stanovnika 2021., ostvarivši time prosječnu godišnju stopu rasta od 1,6%, primarno zbog doseljavanja stanovništva iz Splita, BIH, ali i drugih krajeva (čak 62,5% ukupnog stanovništva 2021.)

Struktura ukupnog stanovništva (2021.):

- Državljanstvo > hrvatsko 99,6%, ostalo 0,4%
- Narodnost > Hrvati 98,0%, ostali 2,0%
- Vjera > katolici 86,7%, ostali 13,3%
- Spol > žene 51,0%, muškarci 49,0%
- Dob > Djeca do 14 godina starosti 18,3%, radno sposobno stanovništvo od 15 do 64 godine starosti 66,6% te odrasli sa 65 i više godina 15,0% (prosječna dob od 39,4 godine)

Struktura stanovništva s 15 i više godina (2021.):

- Stečeno obrazovanje > osnovna škola 12,1%, srednja škola 61,8%, visoko obrazovanje 23,7% i ostalo 2,4%
- Ekonomska aktivnost > zaposleni 53,8%, nezaposleni 3,2%, umirovljeni 24,1% i ostali 18,9% (učenici, studenti i drugi)

# S relativno snažnim gospodarstvom, ali s malim udjelom turizma

Ukupni prihodi gospodarskih subjekata sa sjedištem u Gradu Solinu su relativno veći u odnosu na ukupne prihode gospodarskih subjekata u mnogim drugim hrvatskim gradovima slične veličine. Temeljem analize njihovog poslovanja, proizlazi da je Grad Solin u 2023. imao **982 poduzetnika** (22. mjesto u Hrvatskoj) **sa 6.803 zaposlenih** (21. mjesto u Hrvatskoj) **i ukupnim prihodima od 883,41 mil. eura** (23. mjesto u Hrvatskoj). Glavne djelatnosti kojima se solinski poduzetnici bave su trgovina na veliko i malo, prerađivačka industrija i građevinarstvo, dok su najznačajniji gospodarski subjekti u ove tri djelatnosti prema ukupnim prihodima u 2023. bili:

- **Trgovina na veliko i malo** (skupina G) > Žitni terminal d.o.o. (126,91 mil. eura i 37 zaposlenih), Građa - Prodajni centri d.o.o. (38,05 mil. eura i 173 zaposlena), Građa Maxmart d.o.o. (35,47 mil. eura i 163 zaposlena), Servus d.o.o. (29,03 mil. eura i 231 zaposleni), Elos d.o.o. (23,20 mil eura i 59 zaposlenih), Građa d.d. (19,72 mil. eura i 24 zaposlena), Centaurus d.o.o. (18,79 mil. eura i 103 zaposlena) te Ivica & Jelena d.o.o. (13,94 mil. eura i 20 zaposlenih)
- **Prerađivačka industrija** (skupina C) > AD Plastik d.d. (99,93 mil. eura i 879 zaposlenih), Petason d.o.o. (47,95 mil. eura i 80 zaposlenih), Bobis d.o.o. (30,61 mil. eura i 620 zaposlenih) te Petrokamen d.o.o. (21,70 mil. eura i 74 zaposlena);
- **Građevinarstvo** (skupina F) > Vodoprivreda Split d.d. (14,92 mil. eura i 89 zaposlenih), A3 d.o.o. (14,40 mil. eura i 161 zaposleni) te M-P-Beton d.o.o. (10,25 mil. eura i 69 zaposlenih).

**Gospodarski subjekti Grada Solina koji se bave pružanjem smještaja te pripremom i usluživanjem hrane (skupina I) ostvaruju značajno manje prihode** u odnosu na solinske poduzetnike u drugim djelatnostima. Grad Solin je tako u 2023. imao svega četiri gospodarska subjekta koji su u ovoj djelatnosti ostvarili ukupne prihode veće od milijun eura, a to su: Dolis d.o.o., Dezinfikator d.o.o., Mala luna d.o.o. i Sipos charter d.o.o. (zajedno oko 9,20 mil. eura i 125 zaposlenih).

Potrebno je istaknuti da prikaz solinskog gospodarstva na temelju izloženog treba uzeti s određenom rezervom jer se isključivo odnosi na poslovanje pravnih osoba sa sjedištem u Gradu Solinu, no drukčiji prikaz nije moguć s obzirom da se u Hrvatskoj ne prate podaci za bruto društveni proizvod (BDP) po gradovima i općinama, a koji su mjerodavniji gospodarski pokazatelji od iznesenih.

# S vrlo dobrom prometnom povezanošću



Nekoliko autobusnih linija kojima splitski **Promet** povezuje Solin s mjestima u Splitu i okruženju, na cestovnoj udaljenosti od 14 km od autoceste **A1** (Zagreb - Split - Ploče) i čvorištu sljedećih cesta: državna cesta **D1** (Krapina - Zagreb - Karlovac - Slunj - Udbina - Gračac - Knin - Sinj - Split), državna cesta **D8** / Jadranska magistrala (Rijeka - Senj - Zadar - Šibenik - Split - Makarska - Dubrovnik) i županijska cesta **Ž6253** (Solin - Klis)



**Željeznička stanica Solin** koja se nalazi na međunarodnoj željezničkoj pruzi **M604** (Oštarije - Knin - Split), a koristi za tzv. **splitski metro**, odnosno lokalnu liniju Split (Trajektna luka Split) - Split Predgrađe (Kopilica) - Dujmovača - Solin - Kaštel Sućurac - Kaštel Gomilica - Kaštel Kambelovac - Kaštel Stari, pri čemu bi u funkciji uskoro trebale biti još dvije stanice na području Solina (Solin Širina i Sveti Kajo), dok je u pripremi projekt gradnje nove pruge na trasi Kaštel Stari - Kaštel Novi - Kaštel Štafilić - Zračna luka Split - Trogir



**Trajektna luka Split** smještena na cestovnoj udaljenosti između 7 i 8 km od centra Solina, a koja povezuje Split s mnogobrojnim otočkim i drugim priobalnim naseljima, pri čemu najviše linija nudi **Jadrolinija** (12 linija, od čega 6 trajektnih i 6 brzobrodskih), a potom drugi brodski prijevoznici kao što su Bura Line, Krilo Kapetan Luka, Krilo Shipping Company (KSC), TP Line i talijanski SNAV



**Zračna luka Split** smještena na cestovnoj udaljenosti od 18 km od centra Solina i u ljetnom redu letenja 2025 (od kraja ožujka do kraja listopada) povezana izravnim redovnim letovima sa 74 zračne luke u 26 zemalja na 120 linija u ponudi 32 zrakoplovne tvrtke, pri čemu najviše linija imaju **Croatia** (24 linije, od čega 7 cjelogodišnjih), **easyJet** (16 linija), **Volotea** (10 linija), **Norwegian** (8 linija), **Scandinavian** (7 linija), **Wizz Air** (7 linija), **Eurowings** (6 linija, od čega 3 cjelogodišnje) i **Jet2.com** (6 linija)

# Više od 30 značajnijih urbanih područja na udaljenostima do 600 km

DO 400 KM

**Šibenik (58.737)**  
**Zadar (111.584)**  
Mostar (103.708)  
Zenica (106.962)  
**Dubrovnik (60.510)**  
Sarajevo (471.080)  
Banja Luka (235.026)  
Podgorica (208.555)  
Tuzla (238.900)  
**Rijeka (190.494)**  
**Slavonski Brod (89.104)**

OD 400 DO 500 KM

**Zagreb (972.424)**  
Trst (286.825)  
Ljubljana (483.030)  
**Pula (76.410)**  
**Osijek (136.943)**  
Gorizia - Nova Gorica (131.328)  
**Varaždin (97.111)**  
Kaposvár (107.512)  
Pečuh (241.016)  
Kranj (107.184)  
Tirana (715.934)  
Celje (130.493)

OD 500 DO 600 KM

Maribor (202.768)  
Udine (199.838)  
**Čakovec (83.669)**  
Pordenone (197.886)  
Klagenfurt (166.574)  
Villach (131.154)  
Novi Sad (465.843)  
Graz (466.471)  
Treviso (285.543)  
Beograd (1.681.405)  
Subotica (123.952)  
Venecija (587.568)  
Priština (345.153)

Napomena: Gradovi su razvrstani i poredani prema cestovnim udaljenostima između njihovih središta i centra Solina, a broj stanovnika uključuje stanovništvo grada i stanovništvo njegovog užeg ili šireg okruženja (urbano područje) prema posljednjim raspoloživim popisima ili procjenama nadležnih zavoda za statistiku,

# Izvrсни položaj Solina kao baze za istraživanje Dalmacije

GLAVNI INTERESI	MJESTA KOJA SE NALAZE DO JEDNOG SATA VOŽNJE (OD SOLINA) / PLOVIDBE (OD SPLITA) (izvršna za jednodnevne izlete, a moguće i za ture / obilaske s promjenama smještaja)	OSTALA MJESTA U DALMACIJI, A KOJA SE NALAZE NA VEĆIM UDALJENOSTIMA (neka moguća za jednodnevne izlete, ali bolja za ture / obilaske s promjenama smještaja)
KULTURA	<p>Stari gradovi <b>Split</b> (UNESCO od 1979.), <b>Trogir</b> (UNESCO od 1997.) i <b>Šibenik</b> (UNESCO za katedralu od 2000., a tvrđavu sv. Nikole od 2017.), <b>Primoštenski vinogradi</b> (UNESCO lista čekanja), <b>muzeji i galerije u Splitu</b>, tvrđava <b>Klis</b>, <b>Kaštilac</b>, kaštel <b>Vitturi</b>, <b>Omiš</b> i <b>Sinj</b> sa svojim atrakcijama te otočka naselja <b>Bol</b> (Brač), <b>Hvar</b> (Hvar), <b>Milna</b> (Brač), <b>Supetar</b> (Brač) i <b>Sutivan</b> (Brač)</p>	<p>Stari gradovi <b>Dubrovnik</b> (UNESCO od 1979.) i <b>Zadar</b> (UNESCO za gradske zidine od 2017.), <b>Ston</b> (UNESCO lista čekanja), <b>Nin</b>, tvrđava <b>Knin</b>, itd. te otočka naselja <b>Jelsa</b> (Hvar), <b>Komiža</b> (Vis), <b>Korčula</b> - UNESCO lista čekanja (Korčula), <b>Pustinja Blaca</b> - UNESCO lista čekanja (Brač), <b>Stari Grad</b> - UNESCO za Starigradsko polje od 2008. (Hvar), <b>Vela Luka</b> (Korčula), <b>Vis</b> (Vis), itd.</p>
PRIRODA	<p>Nacionalni park <b>Krka</b> <b>Plaže</b> u naseljima <b>Split</b>, <b>Podstrana</b>, <b>Dugi Rat</b>, <b>Duće</b>, <b>Omiš</b>, <b>Stanići</b>, <b>Lokva Rogoznica</b>, itd. Park šuma <b>Marjan</b>, špilja <b>Vranjača</b> i rijeka <b>Cetina</b> <b>Imotska jezera</b> (Crveno jezero i Modro jezero) Otočke atrakcije kao što su plaža <b>Zlatni rat</b> (Brač) i <b>Paklenski otoci</b> (kod Hvara)</p>	<p>Nacionalni park <b>Paklenica</b> Parkovi prirode <b>Biokovo</b>, <b>Dinara</b> i <b>Vransko jezero</b>, <b>Plaže Makarske rivijere</b>, rijeke <b>Krupa</b> i <b>Zrmanja</b>, itd. Otočke atrakcije kao što su nacionalni parkovi <b>Kornati</b> (UNESCO lista čekanja) i <b>Mljet</b>, parkovi prirode <b>Telašćica</b> (UNESCO lista čekanja) i <b>Lastovsko otočje</b>, <b>Modra špilja</b> (Biševo), itd.</p>

# Mnogobrojne brodske linije preko Luke Split u vrhu sezone

## MJESTA S KOJIMA JE SPLIT POVEZAN TRAJEKTNIM LINIJAMA JADROLINIJE

**Ancona** (Italija) > 4 X tjedno,  
**Rogač** (Šolta) > 6 X dnevno, **Stari Grad** (Hvar) > 7 X dnevno, **Supetar** (Brač) > 14 X dnevno,  
**Vela Luka** (Korčula) > 2 X dnevno, **Vis** (Vis) > uglavnom 3 X dnevno

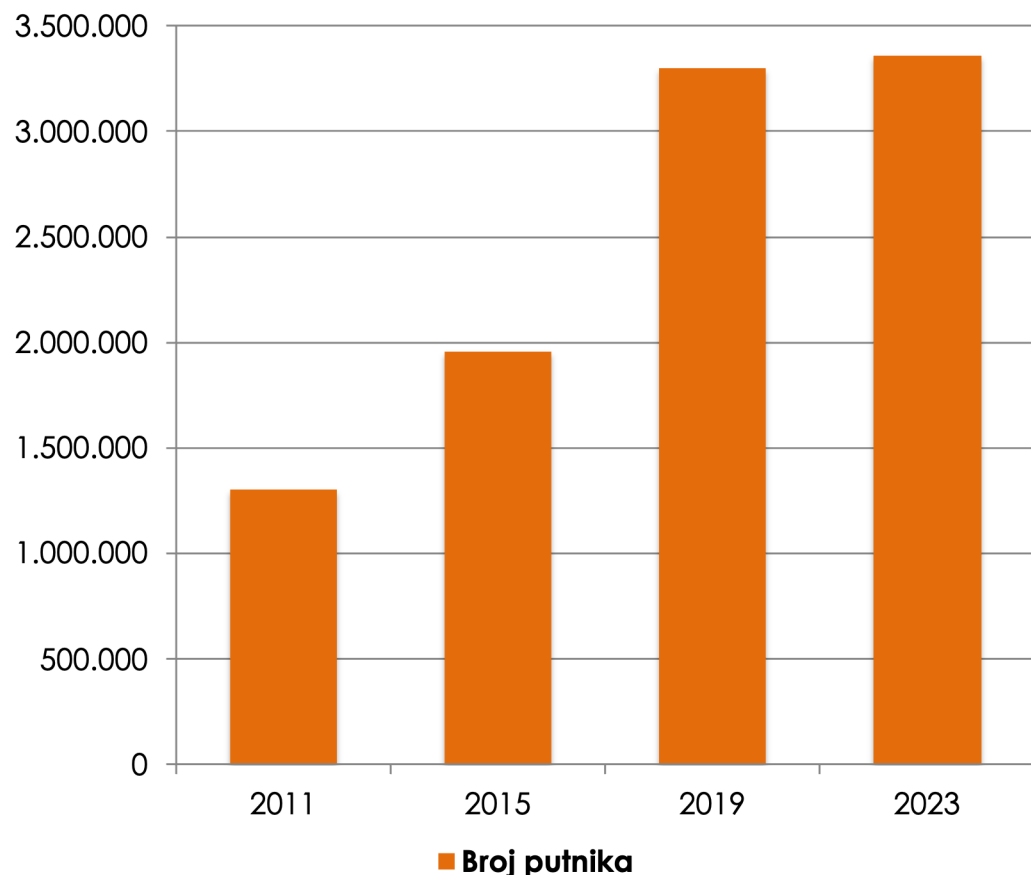
## MJESTA S KOJIMA JE SPLIT POVEZAN BRZOBRODSKIM LINIJAMA JADROLINIJE

**Bol** (Brač) > 2 X dnevno, **Dubrovnik** > 1 X dnevno preko Bola, Hvara i Korčule,  
**Hvar** (Hvar) > 6 X dnevno, 1 X dnevno preko Bola i dodatno 1 X tjedno,  
**Jelsa** (Hvar) > 1 X dnevno preko Bola, **Korčula** (Korčula) > 1 X dnevno preko Bola i Hvara,  
**Milna** (Brač) > 1 X tjedno, **Ubli** (Lastovo) > 1 X dnevno preko Hvara i Vela Luke,  
**Vela Luka** (Korčula) > 1 X dnevno preko Hvara, **Vis** (Vis) > 5 X tjedno i dodatno 2 X tjedno preko Hvara i Milne

## MJESTA S KOJIMA JE SPLIT POVEZAN LINIJAMA PRIJEVOZNIKA BURA LINE, KRILO KAPETAN LUKA, KSC, TP LINE I SNAV

**Ancona** (Italija) > 4 X tjedno, **Bol** (Brač) > 4 X dnevno, **Dubrovnik** > 4 X dnevno preko Bola / Milne i drugih mjesta,  
**Hvar** (Hvar) > 9 X dnevno i 3 X dnevno preko Milne, **Jelsa** (Hvar) > 2 X dnevno preko Bola,  
**Korčula** (Korčula) > 5 X dnevno preko Bola / Hvara / Milne i drugih mjesta, **Makarska** > 1 X dnevno preko Bola,  
**Milna** (Brač) > 3 X dnevno, **Pomena** (Mljet) > 2 X dnevno preko Bola / Milne i drugih mjesta,  
**Prigradica** (Korčula) > 1 X dnevno preko Hvara, **Slatine** (Čiovo) > 4 do 6 X dnevno, **Trogir** > 4 X dnevno preko Slatina

## Više od 3,60 milijuna putnika u Zračnoj luci Split 2024.



Izvor: Zračna luka Split

Zračna luka Split je druga najprometnija zračna luka u Hrvatskoj (poslije Zagreba) te najprometnija zračna luka na hrvatskoj obali i u Dalmaciji (ispred Dubrovnika).

U razdoblju od 2011. do 2019. (prije COVID-19 pandemije) je ostvarivala snažne godišnje poraste prometa (s 1,30 milijuna putnika u 2011. na 3,30 milijuna putnika u 2019., s visokom prosječnom godišnjom stopom rasta od 12,4%), a koji je onda snažno pao, dok je njegov oporavak nakon pandemije bio sporiji u odnosu na većinu drugih zračnih luka Mediterana.

Premda je u 2024. ostvarila rekordni promet s 3,62 milijuna putnika (za 9,8% više nego u 2019., a za 7,9% više nego u 2023.), Zračna luka Split i dalje ima sezonski karakter jer većinu prometa ostvaruje tijekom sedam mjeseci od početka travnja do kraja listopada (94,3% putnika u 2024.), a najviše u lipnju, srpnju, kolovozu i rujnu (70,9% putnika u 2024.).

S obzirom da se promet Zračne luke Split približio gornjim granicama održivosti u vrhu sezone, snažniji rast broja putnika će uglavnom ovisiti o tome da li će i u kojoj mjeri relevantni dionici Splita i Dalmacije biti uspješni u razvoju i promidžbi izvansezonskih turističkih proizvoda, posebno za razdoblje od početka listopada do kraja prosinca te u ožujku i travnju.

# 78 izravnih redovnih linija iz 44 zračne luke u 11 zemalja

<p><b>UJEDINJENA KRALJEVINA I IRSKA</b></p>		<p>8 zrakoplovnih tvrtki s 23 redovne linije iz 14 zračnih luka</p>	<p><b>London</b> (10 linija &gt; Gatwick s 3 linije, Heathrow s 2 linije, Luton s 2 linije, Stansted s 2 linije i City s 1 linijom), Dublin (3 linije), Manchester (3 linije), Birmingham (1 linija), Bristol (1 linija), East Midlands (1 linija), Edinburgh (1 linija), Glasgow (1 linija), Leeds Bradford (1 linija) i Liverpool (1 linija)</p>
<p><b>NJEMAČKA TE AUSTRIJA I ŠVICARSKA</b></p>		<p>9 zrakoplovnih tvrtki s 22 redovne linije iz 12 zračnih luka</p>	<p>Beč (3 linije), Berlin (3 linije), <b>Düsseldorf</b> (3 linije), <b>Frankfurt</b> (3 linije), <b>München</b> (2 linije), <b>Zürich</b> (2 linije), Basel (1 linija), Dortmund (1 linija), Hamburg (1 linija), <b>Köln - Bonn</b> (1 linija), <b>Stuttgart</b> (1 linija) i Ženeva (1 linija)</p>
<p><b>NORDIJSKE ZEMLJE</b></p>		<p>5 zrakoplovnih tvrtki s 19 redovnih linija iz 9 zračnih luka</p>	<p><b>Kopenhagen</b> (3 linije), Oslo (3 linije), Stockholm (3 linije), Bergen (2 linije), Helsinki (2 linije), Stavanger (2 linije), Trondheim (2 linije), Göteborg (1 linija) i Reykjavík (1 linija)</p>
<p><b>FRANCUSKA</b></p>		<p>5 zrakoplovnih tvrtki s 14 redovnih linija iz 9 zračnih luka</p>	<p>Pariz (5 linija &gt; Charles de Gaulle s 3 linije i Orly s 2 linije), Lyon (3 linije), Bordeaux (1 linija), Lille (1 linija), Marseille (1 linija), Nantes (1 linija), Strasbourg (1 linija) i Toulouse (1 linija)</p>

Izvor: Zrakoplovne tvrtke za ljetni red letenja 2025 na dan 06.04.2025. (tamno su označeni gradovi u ponudi zimskog reda letenja 2024/2025)

# I još 42 izravne redovne linije iz 30 zračnih luka u 15 zemalja

<p><b>SREDNJA EUROPA</b></p>		<p>4 zrakoplovne tvrtke s 9 redovnih linija iz 7 zračnih luka</p>	<p>Prag (2 linije), Varšava (2 linije), Gdańsk (1 linija), Katowice (1 linija), Krakov (1 linija), Lublin (1 linija) i Wrocław (1 linija)</p>
<p><b>ITALIJA</b></p>		<p>5 zrakoplovnih tvrtki s 8 redovnih linija iz 5 zračnih luka</p>	<p><b>Rim</b> (3 linije, sve Fiumicino), Milano (2 linije &gt; Linate s 1 linijom i Malpensa s 1 linijom) Napulj (2 linije) i Bari (1 linija)</p>
<p><b>BENELUKS</b></p>		<p>6 zrakoplovnih tvrtki sa 7 redovnih linija iz 3 zračne luke</p>	<p><b>Amsterdam</b> (4 linije), Bruxelles (2 linije) i Rotterdam - Hag (1 linija)</p>
<p><b>OSTALO</b></p>		<p>10 zrakoplovnih tvrtki s 18 redovnih linija iz 15 zračnih luka</p>	<p>Atena (3 linije), Riga (2 linije), Barcelona (1 linija), Beograd (1 linija), Bukurešt (1 linija), <b>Dubrovnik</b> (1 linija), Istanbul (1 linija), Madrid (1 linija), Osijek (1 linija), Porto (1 linija), <b>Pula</b> (1 linija), <b>Rijeka</b> (1 linija), Skopje (1 linija), Tallinn (1 linija) i <b>Zagreb</b> (1 linija)</p>

Izvor: Zrakoplovne tvrtke za ljetni red letenja 2025 na dan 06.04.2025. (tamno su označeni gradovi u ponudi zimskog reda letenja 2024/2025)

# Komunalna infrastruktura

<b>ELEKTRIČNA ENERGIJA</b>	➔	Grad Solin je u sustavu energetske mreže Republike Hrvatske s dalekovodima, transformatorskim stanicama i rasklopnim postrojenjima kako napona 220 kV i višeg, tako i napona 110 kV i nižeg.
<b>PLIN</b>	➔	Grad Solin je spojen na magistralni plinovod Boslijevo - Split - Ploče te visokotlačni distributivni plinovod Split - Klis.
<b>PITKA VODA</b>	➔	Grad Solin je u vodoopskrbnom sustavu aglomeracija Split - Solin i Kaštela - Trogir, a koji opskrbljuje Solin pitkom vodom s izvora rijeke Jadro.
<b>OTPADNE VODE</b>	➔	Grad Solin je u sustavu za odvodnju otpadnih voda aglomeracije Split - Solin.
<b>OSTALI OTPAD</b>	➔	Grad Solin ima centar za sakupljanje, predobradu, obradu i privremeno skladištenje zauljenih tekućih medija na području Karabaš te reciklažna dvorišta iz sustava gospodarenja otpadom, a kruti otpad se odlaže na lokaciji Karepovac (Grad Split).

Izvor: Generalni urbanistički plan Grada Solina

# Nekoliko planova, programa i projekata od značaja za turizam Solina

## OPĆENITO

- Strategija razvoja Grada Solina do 2025. godine (izradio Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu)
- Provedbeni program Grada Solina za razdoblje 2022. - 2025.

## TURIZAM

- Strategija razvoja turizma Grada Solina 2018. - 2025. (izradio Institut za turizam Zagreb)
- Program rada Turističke zajednica Grada Solina za 2025. godinu
- Studija razvoja modela destinacijskog menadžmenta za Arheološki park Salona (izradili BBDO i proIDEA)
- Studija ispitivanja tržišta za izgradnju kongresnog centra u Splitu (izradio MarCon u suradnji s drugim tvrtkama)

## PROSTOR

- Prostorni plan uređenja (PPU) Grada Solina (izrađen 2006. te s nekoliko izmjena i dopuna od 2010. do 2022. godine)
- Generalni urbanistički plan (GUP) Grada Solina (izrađen 2006. te s nekoliko izmjena i dopuna od 2014. do 2022. godine)
- Nekoliko urbanističkih planova uređenja (UPU) za određena naselja i područja
- Mnogobrojni detaljni planovi uređenja (DPU) za određene zone

# Ali s djelomično ostvarenima vizijama i ciljevima iz dva strateška plana

## STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA SOLINA 2018. - 2025.

### VIZIJA

"U 2025. godini grad Solin je međunarodno prepoznatljiva destinacija kulturnog turizma. Osim na jedinstvenom arheološkom nalazištu svoju tržišnu prepoznatljivost i konkurentnost temelji na očuvanom prirodnom okruženju i blizini grada Splita. Osim toga, grad Solin svoj turistički razvoj temelji na učinkovitoj suradnji svih dionika razvoja turizma, a sve u cilju razvoja lokalne zajednice i podizanja razine životnog standarda lokalnog stanovništva."

### CILJEVI

- Podizanje kvalitete cjelovitog destinacijskog proizvoda
- Unaprjeđenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda
- Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja
- Aktivno upravljanje prostorom i turističkim resursima
- Podizanje razine životnog standarda stanovništva Solina kroz turističke aktivnosti

## STRATEGIJA RAZVOJA GRADA SOLINA DO 2025. GODINE

### VIZIJA

"Grad Solin - Izvorište hrvatske nacionalne baštine u kojem će se kroz inovativno i inkluzivno okruženje te održivi razvoj osigurati učinkovito aktiviranje svih potencijala s ciljem njegovanja kvalitete rada i života svih stanovnika."

### CILJEVI

- Povećana privlačnost prostora i razvijeno inovativno održivo okruženje kroz kontinuirano unaprjeđenje dostupnosti i kvalitete infrastrukturnih djelatnosti
- Povećana rezistentnost i smanjena ekonomska ovisnost gospodarstva kroz iskorištavanje poduzetničkih potencijala i povećanje održive zaposlenosti
- Osnažen institucionalni kapacitet za kvalitetno i sinergijsko upravljanje razvojem

## 1.2. Turistički resursi i atrakcije



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tuscolum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

# Uvod

**Grad Solin ima najznačajniju arheološku zonu u Hrvatskoj iz antičkog doba, iznimni značaj u ranokršćanskoj povijesti Hrvatske te vrlo značajnu ulogu u stvaranju i životu srednjovjekovne Hrvatske.** Ima izrazito bogatu ponudu visoko vrijednih kulturnih resursa i veliki broj raznovrsnih događaja, ali i određene prirodne resurse te mnogobrojne sadržaje sporta i rekreacije. Najznačajniji resursi Solina su glavni dio antičke Salone (Arheološka zona Solina) i manje atrakcije kao što su Gospin otok, Gradina, Šuplja crkva i Gašpina mlinica, ali i Jadro, Kozjak, Mosor te neki događaji. Za sve resurse i atrakcije su navedeni njihov karakter i potencijal.

**Karakter resursa (atrakcije)** se odnosi na njegovu prirodu i značaj te s time povezanu postojeću ili buduću atraktivnost, a može biti:

- Globalni > međunarodni karakter od interesa / značaja za cijeli svijet;
- Regionalni > međunarodni karakter od interesa / značaja za Europu / Mediteran / Srednju Europu / Jugoistočnu Europu;
- Nacionalni > od interesa / značaja za Hrvatsku ili veći dio Hrvatske;
- Lokalni > od interesa / značaja za Dalmaciju / Splitsko-dalmatinsku županiju / Split i okruženje / Grad Solin / određeno naselje.

**Potencijal resursa (atrakcije)** se odnosi na turistički promet (broj turista / broj noćenja / broj posjetitelja / prihodi) kojeg je moguće ostvarivati / doprinositi uz pretpostavku profesionalne provedbe relevantnih razvojnih i/ili marketinških aktivnosti, a može biti:

- Vrlo velik > potencijal izrazito velikog prometa (uglavnom za najpopularnije velike atrakcije);
- Velik > potencijal velikog prometa (uglavnom za visoko vrijedne resurse koji tek trebaju postati velike atrakcije);
- Značajan > potencijal osrednjeg, ali značajnog prometa (uglavnom za manje, ali značajne atrakcije);
- Umjeren > potencijal osrednjeg prometa (manjeg od značajnog), često povezan s određenim tržišnim segmentima;
- Malen > potencijal malog prometa, uglavnom povezan s određenim tržišnim nišama;
- Vrlo malen > najčešće slučajan.

# Glavne skupine resursa i atrakcija

## **ANTIČKA SALONA**

Amfiteatar, Forum i Teatar,  
Episkopalni centar i Terme,  
Manastirine i Tusculum,  
Marusinac, itd.

## **SREDNJOVJEKOVNI SOLIN I JADRO**

Crkve na Gospinom otoku,  
Utvrda Gradina, Dvorine,  
Šuplja crkva, Gašpina mlinica,  
park i šetnice uz Jadro, itd.

## **POLUOTOK VRANJIC**

Slikovito priobalno naselje s  
Crkvom sv. Martina biskupa i  
šetnicom uz more oko  
cijelog poluotoka

## **OBRONCI I VRHOVI KOZJAKA**

(s vrlo atraktivnim pogledima)  
18 planinarskih staza,  
6 zip linija i viseći most te  
streljana

## **OBRONCI I PODNOŽJE MOSORA**

Slikovite crkve, Tvrđava Kuk,  
2 planinarske staze,  
streljana i paintball te  
Izletište Jadro

## **DOGAĐAJI**

10 međunarodnih turističkih,  
kulturnih i sportskih događaja,  
Solinsko kulturno ljetno i  
vjerski događaji

# Karakter i potencijal glavnih skupina resursa i atrakcija

## **ANTIČKA SALONA**

Globalni, regionalni i nacionalni karakter te veliki turistički potencijal, uglavnom za ture / obilaske, ali i kratke odmore, događaje i posebne interese

## **SREDNJOVJEKOVNI SOLIN I JADRO**

Nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal, uglavnom za ture / obilaske, ali i kratke odmore, događaje i posebne interese

## **POLUOTOK VRANJIC**

Nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal, uglavnom za ture / obilaske, ali i kratke odmore i posebne interese

## **OBRONCI I VRHOVI KOZJAKA**

Nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal, uglavnom za aktivnosti u prirodi

## **OBRONCI I PODNOŽJE MOSORA**

Nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal, uglavnom za aktivnosti u prirodi

## **DOGAĐAJI**

Karakter i potencijal ovisno o događaju, pri čemu najviše pet ili šest primarnih događaja

# Antička Salona / Arheološka zona Solina - Glavni dio

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Amfiteatar</b>	Ostaci amfiteatra iz 2. stoljeća, dimenzija 125 m X 100 m i s gledalištem za 17 tisuća osoba, srušen od strane Mlečana 1647.	Globalni, regionalni i nacionalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Episkopalni centar</b>	Ostaci dviju dvojnih bazilika (Basilica urbana i memorijalna bazilika), krstionice i biskupove palače iz 5. do 6. stoljeća	Globalni, regionalni i nacionalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Forum</b>	Ostaci foruma koji se proširivao od 1. do 3. stoljeća, dok je u 4. stoljeću počeo gubiti svoju funkciju zbog prijelaza na kršćanstvo	Globalni, regionalni i nacionalni karakter, ali umjereni turistički potencijal
<b>Gradske zidine</b>	Ostaci zidina građenih od 2. stoljeća prije Krista do kraja 2. stoljeća, a koje su imale opseg od čak 4.080 m i više od 90 kula	Globalni, regionalni i nacionalni karakter, ali umjereni turistički potencijal
<b>Ilinac - Insula</b>	Ostaci gradske stambene četvrti s privatnim kućama iz 3. stoljeća	Globalni, regionalni i nacionalni karakter, ali umjereni turistički potencijal

Napomena: Arheološka zona Solina je zaštićeno kulturno dobro u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Izvor: Arheološki muzej u Splitu te Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportal kulturnih dobara Republike Hrvatske

# Antička Salona / Arheološka zona Solina - Glavni dio

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Kapljuč</b>	Ostaci bazilike iz 4. stoljeća, a koja je najstarija grobišna bazilika antičke Salone, nazvana bazilikom Petorice mučenika	Globalni, regionalni i nacionalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Kazalište / Teatar</b>	Ostaci teatra iz 1. stoljeća, a koji je prema dimenzijama (65 m X 58 m) i s gledalištem za oko tri tisuće osoba bio srednje veličine	Globalni, regionalni i nacionalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Manastirine</b>	Ostaci poganskog groblja iz 1. stoljeća, ranokršćanskog groblja iz 4. stoljeća i bazilike iz 5. stoljeća s grobom sv. Dujma	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Marusinac</b>	Ostaci mauzoleja iz 4. stoljeća, bazilike iz 5. stoljeća s grobom sv. Anastazija, još jedne bazilike i ranokršćanskog groblja	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Porta Caesarea</b>	Ostaci istočnih gradskih vrata podignutih u vrijeme cara Augusta, a koja su s kasnijim širenjem grada dobila funkciju slavoluka	Globalni, regionalni i nacionalni karakter, ali umjereni turistički potencijal

Napomena: Arheološka zona Solina je zaštićeno kulturno dobro u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske (lokalitet Marusinac izvan zone obuhvata zbog udaljenosti).

Izvor: Arheološki muzej u Splitu te Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportall kulturnih dobara Republike Hrvatske

# Antička Salona / Arheološka zona Solina - Glavni dio

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Pet mostova</b>	Ostaci mosta s pet lukova iz 1. stoljeća prije Krista (cestovni most preko nekadašnjeg rukavca rijeke Jadro)	Globalni, regionalni i nacionalni karakter, ali umjereni turistički potencijal
<b>Sarkofazi</b>	Groblje sa 16 sarkofaga poredanih u nizu, a koji su pripadali kako poganima, tako i kršćanima	Globalni, regionalni i nacionalni karakter, ali umjereni turistički potencijal
<b>Terme</b>	Ostaci glavnih gradskih termi izgrađenih krajem 2. ili početkom 3. stoljeća, istočno od Episkopalnog centra	Globalni, regionalni i nacionalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Tusculum</b>	Područna zgrada Arheološkog muzeja u Splitu iz 1898., a u kojoj su spomen-soba i konzervatorsko-restauratorska radionica	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter, ali umjereni turistički potencijal
<b>Ostali lokaliteti</b>	Ostaci: Akvadukt / Vodovod, Antička luka, Dionizov ili Liberov hram, Hortus Metrodori, Pretorij / Namjesnikova palača, itd.	Globalni, regionalni i nacionalni karakter, ali mali turistički potencijal

Napomena: Arheološka zona Solina je zaštićeno kulturno dobro u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske

Izvor: Arheološki muzej u Splitu te Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportall kulturnih dobara Republike Hrvatske

## Ostali arheološki lokaliteti / nalazišta

NAZIV	OPIS		KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Bilice</b>	Ostaci kompleksa antičkih zgrada	⇒	Regionalni i lokalni karakter, ali vrlo mali turistički potencijal
<b>Crikvina</b>	Ostaci ranokršćanskog groblja	⇒	Regionalni i lokalni karakter, ali vrlo mali turistički potencijal
<b>Crkvine</b>	Ostaci crkve i srednjovjekovni grobovi s arheološkim nalazima iz 9. do 15. stoljeća	⇒	Nacionalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Dioklecijanov vodovod</b>	Antički vodovod dug 9 km te izgrađen krajem 3. i početkom 4. stoljeća, ali s vrlo malim vidljivim dijelom na području Solina	⇒	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter, ali mali turistički potencijal u Solinu jer je glavni vidljivi dio u Splitu
<b>Dračevac</b>	Ostaci neolitičkog naselja	⇒	Lokalni karakter i vrlo mali turistički potencijal

Napomena: Crkvine i Dioklecijanov vodovod su zaštićena kulturna dobra u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportar kulturnih dobara Republike Hrvatske, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

## Ostali arheološki lokaliteti / nalazišta

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Dvorine</b>	Ostaci starohrvatske stambene arhitekture iz 10. do 11. stoljeća, a koji se nalaze na malom otoku na rijeci Jadro	Nacionalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Glavičine</b>	Ostaci starohrvatskog groblja iz 9. i 10. stoljeća	Lokalni karakter i vrlo mali turistički potencijal
<b>Gospin otok</b>	Ostaci Crkve sv. Stjepana iz 10. stoljeća i Crkva Gospe od Otoka izgrađena na temeljima druge crkve iz 10. stoljeća	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Gradina</b>	Ostaci turske utvrde iz 16. stoljeća, izgrađene od ostataka gradskih zidina Salone na mjestu crkve iz 6. do 11. stoljeća	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Ilirska Salona</b>	Ostaci prapovijesnog i antičkog naselja sa zidinama iz 3. do 2. stoljeća prije Krista	Nacionalni karakter i mali turistički potencijal

Napomena: Dvorine, Gradina te Ilirska Salona su zaštićena kulturna dobra u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske (Gospin otok i Gradina unutar Arheološke zone Solina).  
Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportar kulturnih dobara Republike Hrvatske, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

## Ostali arheološki lokaliteti / nalazišta

NAZIV	OPIS		KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Karabaši</b>	Ostaci s nalazima antičke keramike i nadgrobnih natpisa	⇒	Regionalni i lokalni karakter, ali vrlo mali turistički potencijal
<b>Latičine</b>	Ostaci antičkog groblja i zgrada	⇒	Regionalni i lokalni karakter, ali vrlo mali turistički potencijal
<b>Libovac</b>	Antičko nalazište	⇒	Regionalni i lokalni karakter, ali vrlo mali turistički potencijal
<b>Majdan</b>	Ostaci rustične vile i starohrvatskog groblja	⇒	Regionalni i lokalni karakter, ali vrlo mali turistički potencijal
<b>Rižinice</b>	Ostaci ranokršćanske crkve, a koju je na temeljima antičke rustične vile u 9. stoljeću dao izgraditi knez Trpimir	⇒	Nacionalni karakter i umjereni turistički potencijal

Napomena: Rižinice su zaštićeno kulturno dobro u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportar kulturnih dobara Republike Hrvatske, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

## Ostali arheološki lokaliteti / nalazišta

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Sutikva</b>	Prapovijesno gradinsko naselje s nalazima iz brončanog i željeznog doba	Lokalni karakter i vrlo mali turistički potencijal
<b>Šuplja crkva / Crkva sv. Petra i Mojsija</b>	Ostaci crkve iz 11. stoljeća izgrađene na temeljima ranokršćanske bazilike i povezane s krunidbom kralja Zvonimira	Nacionalni karakter i značajni turistički potencijal
<b>Vodovodni sustav antičke Salone</b>	Ostaci antičkog vodnog sustava s glavnim vodovodom duljine 3.850 m od izvora rijeke Jadro do antičke Salone	Regionalni i lokalni karakter, ali vrlo mali turistički potencijal
<b>Voljak</b>	Ostaci antičke gospodarske građevine	Regionalni i lokalni karakter, ali vrlo mali turistički potencijal
<b>Žižina glavica</b>	Prapovijesna gradina	Lokalni karakter i vrlo mali turistički potencijal

Napomene: Šuplja crkva je zaštićeno kulturno dobro u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske te se nalazi unutar Općine Klis, ali se vodi pod Solinom (isto kao i Dvorine). Uz navedene arheološke lokalitete / nalazišta, nedavno su prilikom građevinskih radova na predjelu Zgon otkriveni ostaci istočnog antičkog groblja iz 3. do 4. stoljeća. Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportal kulturnih dobara Republike Hrvatske, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

# Cjeline i sklopovi

NAZIV	OPIS		KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Urbana cjelina Solina (isključujući prethodno navedene resurse)</b>	Centar Solina nastao tijekom 19. i 20. stoljeća oko Zvonimirove ulice kao glavne osi urbanog razvoja	⇒	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Poluotok Vranjic</b>	Ruralna cjelina i kopnena arheološka zona s hidroarheološkom zonom oko poluotoka	⇒	Nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Ruralna cjelina Blaca</b>	Kraško selo kojeg čini nekoliko zaseoka na sjevernom rubu Blatačkog polja iza Kozjaka (Dalmatinska zagora)	⇒	Lokalni karakter te mali do umjereni turistički potencijal
<b>Sklop kuća Parać</b>	Tradicijske kuće pored Amfiteatra	⇒	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Sklop kuća Vukšić</b>	Tradicijske kuće pored Crkve sv. Nikole	⇒	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal

Napomena: Poluotok Vranjic je zaštićeno kulturno dobro u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportel kulturnih dobara Republike Hrvatske, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

# Crkve

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Crkva sv. Anastazija</b>	Župna crkva Župe Sveti Kajo izgrađena 2000.	Lokalni karakter i vrlo mali turistički potencijal
<b>Crkva Bezgrešnog Začeca Blažene Djevice Marije</b>	Župna crkva Župe Kučine izgrađena 1871. sa zvonikom iz 1881.	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal
<b>Crkva Blažene Djevice Marije / Gospe od Otoka</b>	Prasvetište Gospe od Otoka i župna crkva Župe Gospe od Otoka izgrađena 1898. na temeljima stare crkve iz 976.	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter, ali umjereni turistički potencijal
<b>Crkva Gospe od Zdravlja</b>	Mala crkva u selu Blaca izgrađena 1888., kojoj Solinjani hodočaste svake godine na blagdan Gospe od Zdravlja	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Crkva sv. Ivana Krstitelja</b>	Župna crkva Župe Mravince izgrađena 1873.	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal

Napomena: Crkva Gospe od Otoka je unutar Arheološke zone Solina.

Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportal kulturnih dobara Republike Hrvatske, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

# Crkve

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Crkva sv. Jure</b>	Mala crkva na najvišem vrhu istočnog dijela Kozjaka (676 m), pored koje se nalaze groblje sa stećcima i vidikovac	Lokalni karakter i mali do umjereni turistički potencijal
<b>Crkva sv. Kaja</b>	Mala crkva iz 19. stoljeća u kojoj se nalaze relikvije sv. Kaja, sarkofag s djelima Herakla i "ljekovita voda" koja se nakuplja u crkvi	Regionalni i lokalni karakter, ali mali turistički potencijal
<b>Crkva sv. Luke</b>	Mala crkva iz 12. ili 13. stoljeća s Bratovštinom sv. Luke od 1467.	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Crkva sv. Martina biskupa</b>	Župna crkva Župe Vranjic iz 10. stoljeća, sa zvonikom iz 1930. i modernim ikonama	Nacionalni i lokalni karakter te mali do umjereni turistički potencijal
<b>Crkva sv. Nikole</b>	Mala crkva iz 14. stoljeća s ostacima groblja iz 3. do 17. stoljeća	Lokalni karakter i mali turistički potencijal

Napomena: Crkva sv. Martina biskupa je zaštićeno kulturno dobro u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportala kulturnih dobara Republike Hrvatske, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

# Crkve

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Crkva sv. Obitelji</b>	Najveća crkva u Solinu izgrađena 2020. u modernističkom stilu	Nacionalni i lokalni karakter te mali do umjereni turistički potencijal
<b>Crkva sv. Petra</b>	Mala crkva iz 17. stoljeća, izgrađena na temeljima starije crkve koju su zajedno s obližnjom tvrđavom Kuk bili srušili Turci	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Crkva Solinskih mučenika</b>	Župna crkva Župe Solinskih mučenika izgrađena 2004.	Lokalni karakter i vrlo mali turistički potencijal
<b>Crkva u naselju Mravince</b>	Mala crkva na groblju u naselju Mravince	Lokalni karakter i vrlo mali turistički potencijal

Napomena: Crkva sv. Obitelji je unutar Arheološke zone Solina.

Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportal kulturnih dobara Republike Hrvatske, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

# Kulturni centri

NAZIV	OPIS		KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Dom kulture Zvonimir</b>	Sjedište Javne ustanove u kulturi Zvonimir Solin	⇒	Nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Gradska knjižnica Solin i Teatrin</b>	Glavna gradska knjižnica u sklopu koje se nalaze kazališni prostor s 90 sjedišta i bar	⇒	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Dom kulture Kučine</b>	Kulturni centar u naselju Kučine	⇒	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal
<b>Dom kulture Mravince</b>	Kulturni centar u naselju Mravince	⇒	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal
<b>Kulturni centar don Frane Bulić</b>	Kulturni centar u naselju Vranjic	⇒	Lokalni karakter i mali do umjereni turistički potencijal

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina i drugi izvori

## Ostali (ali vrlo značajni) kulturni resursi / atrakcije

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Tvrđava Kuk</b>	Ostaci tvrđave iz 16. do 18. stoljeća (na padinama planine Mosor iznad naselja Kučine i Mravince)	Nacionalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Gašpina mlinica</b>	Kompleks s mlinom na rijeci Jadro iz početka 18. stoljeća	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Zgrada željezničke postaje Solin</b>	Kompleks tri kamena objekta u nizu, izgrađen 1902. kao prateći objekt uskotračne željezničke pruge Split - Sinj	Nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal

Napomena: Tvrđava Kuk, Gašpina mlinica (unutar Općine Klis) i Zgrada željezničke postaje Solin su zaštićena kulturna dobra u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske.  
Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske - Registar i Geoportal kulturnih dobara Republike Hrvatske, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

# Rijeka Jadro, močvarni čempres i mekousna pastrva (solinka)

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Rijeka Jadro: Gornji tok</b>	Posebni ihtiološki rezervat površine 5,81 ha (zaštićen od 1984.)	Nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Rijeka Jadro: Srednji tok</b>	Dio toka koji prolazi kroz centar Solina (od Šuplje Crkve do istočnog mosta jadranske magistrale / državne ceste D8)	Regionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Rijeka Jadro: Donji tok</b>	Dio toka između centra Solina i ušća	Lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Rijeka Jadro: Stablo močvarnog čempresa</b>	Spomenik parkovne arhitekture u donjem toku rijeke Jadro (zaštićen od 1996.)	Nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Rijeka Jadro: Solinska pastrva</b>	Endemska podvrsta mekousne pastrve / solinka (zaštićena jer je ugrožena vrsta)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

## Planine Kozjak i Mosor (te stijena Sutikva)

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Planina Kozjak</b>	Istočni dijelovi planine Kozjak s vrhovima (npr. sv. Jure 676 m) i područjem očuvanja za ptice i ugrožene stanišne tipove (biljke)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Planina Kozjak: Šuma Voljak</b>	Šuma alepskog bora na južnim obroncima Kozjaka za koju je predviđena zaštita prema Zakonu o zaštiti prirode	Nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Planina Kozjak: Polušpilja Nugal</b>	Polušpilja na litici na južnoj strani Kozjaka	Lokalni karakter i mali turistički potencijal (uglavnom zbog otežanog pristupa)
<b>Planina Mosor</b>	Jugozapadni obronci planine Mosor s područjem očuvanja za ptice i ugrožene stanišne tipove (biljke)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter, ali mali do umjereni turistički potencijal na području Solina (vrlo mali dio planine)
<b>Stijena Sutikva</b>	Soliterna stijena između Solina i naselja Mravince, s postavljenim križem na vrhu (na nadmorskoj visini od 129 m)	Lokalni karakter i mali turistički potencijal

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina, Prostorni plan uređenja Grada Solina i drugi izvori

## Nekoliko sportskih dvorana i velika teretana

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Sportska dvorana Arapovac</b>	Višenamjenska dvorana od 900 m <sup>2</sup> za 900 gledatelja u širem centru Solina	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Sportska dvorana Bilankuša</b>	Višenamjenska dvorana od 800 m <sup>2</sup> za 840 gledatelja u širem centru Solina	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Sportska dvorana Osnovne škole Vjekoslav Parać</b>	Višenamjenska dvorana od 500m <sup>2</sup> pri osnovnoj školi u zapadnom dijelu Solina	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Specijalizirane dvorane</b>	Dvorane boksačkog kluba Salona, gimnastičkog kluba Salto, judo kluba Solin i drugi slični prostori	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Teretana Guliver Energija</b>	Najveća teretana u Solinu i među većim teretanama na području Splita	Lokalni karakter i mali turistički potencijal

Napomena: Grad Solin ima i određene druge sadržaje sporta i rekreacije u zatvorenom.

Izvor: Solinska zajednica športova i Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu - Strategija razvoja Grada Solina do 2025. godine

## Četiri nogometna igrališta i tenis centar

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Nogometno igralište NK Solin</b>	Igralište 100 m X 60 m (trava) za 1.500 gledatelja u centru Solina	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Nogometno igralište NK Sloga</b>	Igralište 100 m X 60 m (trava) za 500 gledatelja u naselju Mravince	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Glavno nogometno igralište NK Omladinac</b>	Igralište 100 m X 60 m (trava) za 900 gledatelja u naselju Vranjic	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Pomoćno nogometno igralište NK Omladinac</b>	Igralište 100 m X 60 m (umjetno trava) u naselju Vranjic	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Igrališta za tenis TK Dalmacijacement</b>	6 igrališta 23 m X 8 m (5 zemlja, 1 kolor set) u širem centru Solina	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal

Napomena: Grad Solin ima i mnogobrojna malonogometna, košarkaška, dječja i druga igrališta na otvorenom.

Izvor: Solinska zajednica športova i Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu - Strategija razvoja Grada Solina do 2025. godine

# Pješačke staze u Saloni, uz Jadro i na poluotoku Vranjic

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Staze glavnog dijela antičke Salone</b>	Staze u glavnom dijelu Arheološke zone Solina, a koje povezuju sve njene lokalitete	Globalni, regionalni i nacionalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Staze obalnog dijela antičke Salone</b>	Staze u obalnom dijelu Arheološke zone Solina, a koje nisu uređene niti povezane	Lokalni karakter i upitan turistički potencijal (uglavnom zbog industrije)
<b>Šetnice i staze uz rijeku Jadro</b>	Staze u srednjem toku rijeke Jadro (Gospin Otok i kontaktne zone u centru Solina)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Obalna šetnica poluotoka Vranjic</b>	Kružna šetnica / riva oko cijelog poluotoka	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Kružna ruta Izvor života</b>	Izletište Jadro - Crkva sv. Jurja - Tvrđava Kuk - Crkva sv. Petra - Kapin - Kučine - Mravince - Izletište Jadro (7,50 ili 9,00 km)	Lokalni karakter i mali turistički potencijal (zbog prevelike duljine i stupnja težine u određenom dijelu)

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina i drugi izvori

## Pet planinarskih staza ukupne duljine između 13 i 14 km

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Mosor: Planinarska staza 102</b>	Izvor rijeke Jadro - Vrh Debelo brdo (oko 6,85 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Mosor: Planinarska staza 135</b>	Kučine - Staza 102 (oko 1,07 km)	Nacionalni i lokalni karakter, ali mali turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 207</b>	Vranjički gaj - Vrata - Vrh Škrabutina s odvojkom za polušpilju Nugal (oko 1,04 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 211</b>	Marića staje - Vrata iznad planinarskog doma Putalj (oko 1,22 km)	Nacionalni i lokalni karakter, ali vrlo mali turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 222</b>	Crkva Gospe na Hladi - Planinarski dom Putalj - Crkva sv. Luke (oko 3,38 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal

Napomena: Planinarske staze 102 i 211 se dijelom nalaze i na području Općine Klis, dok se planinarska staza 222 većim dijelom nalazi na području Grada Kaštela.

Izvor: Hrvatski planinarski savez (s poveznicom na detaljne informacije i podatke o stazi)

## Dodatnih pet staza za planinarenje ukupne duljine oko 10 km

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Kozjak: Planinarska staza 226</b>	Crkva Gospe na Hladi - Vranjički gaj (oko 2,22 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 228</b>	Splitov klinčani put / Staza 245 - Staza 261 (oko 0,86 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter, ali mali turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 229</b>	Staza 243 - Bobanova greda (oko 1,10 km)	Nacionalni i lokalni karakter, ali mali turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 234</b>	Ninčevići - Voljak - Skalice - Vrh sv. Jure (oko 2,64 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 240</b>	Vrata kod vrha Škrabutina - Vrata iznad planinarskog doma Putalj (oko 3,09 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal

Napomena: Planinarska staza 226 se većim dijelom nalazi na području Grada Kaštela, dok se planinarska staza 229 manjim dijelom nalazi na području Općine Klis.

Izvor: Hrvatski planinarski savez (s poveznicom na detaljne informacije i podatke o stazi)

## Još pet staza ukupne duljine oko 10 km

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Kozjak: Planinarska staza 241</b>	Bobani - Vrh sv. Jure (oko 2,59 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 242</b>	Vrata kod vrha Škrabutina - Blaca (oko 1,34 km)	Nacionalni i lokalni karakter te mali do umjereni turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 243</b>	Rupotina - Vrh Tureta - Staza 241 (oko 1,48 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 244</b>	Rupotina - Crvene grede - Vrh sv. Jure (oko 2,12 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 245</b>	Voljak - Solinska strana - Vranjički gaj (oko 2,80 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal

Napomena: Planinarska staza 241 se manjim dijelom nalazi na području Općine Klis.  
Izvor: Hrvatski planinarski savez (s poveznicom na detaljne informacije i podatke o stazi)

# I s još pet proizlazi ukupno 20 planinarskih staza za više od 40 km hodanja

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Kozjak: Planinarska staza 249</b>	Odžići - Vrh Orjak - Umac - Staza 241 (oko 2,41 km)	Nacionalni i lokalni karakter, ali mali turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 251</b>	Vrata iznad planinarskog doma Putalj - Crkva sv. Luke (oko 0,91 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 253</b>	Rupotina - Voljak (oko 1,69 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 255</b>	Solinska strana - Splitov klinčani put (oko 0,48 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter, ali mali turistički potencijal
<b>Kozjak: Planinarska staza 261</b>	Vrata kod vrha Škrabutina - Vrh sv. Jure (oko 1,94 km)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal

Napomena: Oko polovice planinarske staze 249 se nalazi na području Općine Klis.

Izvor: Hrvatski planinarski savez (s poveznicom na detaljne informacije i podatke o stazi)

## Ostali odabrani sadržaji sporta i rekreacije

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Biciklistička ruta Ratnici povijesti</b>	Amfiteatar - Put Voljaka - Kaštel Sućurac - Amfiteatar	Lokalni karakter te mali do umjereni turistički potencijal
<b>Streljane</b>	Streljana Mrtvenice na Kozjaku Streljački centar Dalmacijacement Strelište u naselju Mravince	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Zip Line Split (Kozjak)</b>	6 zip linija ukupne duljine oko 2.500 m i viseći most na visini od oko 90 m (izvan funkcije zbog požara 2024.)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Paintball Salona</b>	Paintball teren u šumi u naselju Mravince, s ponudom cjelokupne opreme, namijenjen odraslima, ali i djeci starijoj od 7 godina	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal
<b>Izletište Jadro</b>	Posjetiteljski centar (dvorana i mrjestilište pastrove), interpretativni centar, tupinolom, poučna staza, dječje igralište i bočalište	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina i drugi izvori

## Događaji od kraja siječnja do Uskrsa

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Solin Winterfest</b>	Zimski program nekoliko manjih događaja i radionica (krajem siječnja i u prvoj polovici veljače)	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Split Maraton</b>	Događaj nastao iz splitskog polumaratona, a čiji se dio odvija i na području Solina (u veljači, od 2001., a od 2020. maraton)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Karneval / Maškare</b>	Tradicijski događaj koji se održava u svim gradskim naseljima (u razdoblju prije početka korizme)	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal
<b>Međunarodni kongres povijesnih gradova</b>	Kongres koji okuplja stručnjake iz područja turizma i arheologije povijesnih gradova (uglavnom krajem ožujka, od 2015.)	Regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Ususret Uskrsu</b>	Gastronomski događaj s ponudom tradicionalnih uskršnjih slastica i dječjom radionicom uskršnjih ukrasa (uoči Uskrsa)	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina i drugi izvori

## Događaji od sredine travnja do sredine lipnja

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Dan mjesnog odbora Sveti Kajo i Blagdan sv. Kaja</b>	Vjerski program i raznovrsni manji događaji (u drugoj polovici travnja)	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Stopama Majke</b>	Program duhovnih predavanja, radionica i drugih događaja s religijskom tematikom (tijekom cijelog svibnja)	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Blagdan Solinskih mučenika</b>	Vjerski program i raznovrsni manji događaji (sredinom svibnja)	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal
<b>Međunarodni turnir Salona Open</b>	Judo natjecanje (krajem svibnja / početkom lipnja, od 2002.)	Regionalni i nacionalni karakter te mali do umjereni turistički potencijal
<b>Solin Springfest</b>	Proljetni program nekoliko manjih događaja i radionica (u prvoj polovici lipnja)	Lokalni karakter i mali do umjereni turistički potencijal

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina i drugi izvori

## Događaji u lipnju, srpnju i kolovozu

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Dan naselja Mravince i Blagdan sv. Ivana Krstitelja</b>	Vjerski program i raznovrsni manji događaji (tijekom cijelog lipnja)	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal
<b>Solinsko kulturno ljeto</b>	Osebujan kulturno-umjetnički program koncerata, predstava i drugih događaja (u srpnju i kolovozu, ali i početkom rujna)	Nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Romantika u Saloni</b>	Večeri oživljavanja rimske povijesti Solina: Noć gladijatora, Antičko vjenčanje i Sajam antičkih zanata (u srpnju i kolovozu)	Regionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Gastronomske večeri u okolici Solina</b>	Gastronomski i zabavni program u naseljima Kučine, Mravince i Vranjic (u srpnju i kolovozu)	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal
<b>Hodočašće Solin - Sinj</b>	Masovno hodočašće mladih iz Solina za Sinj u noćima prije Blagdana Velike Gospe (u prvoj polovici kolovoza, od 1982.)	Lokalni karakter i mali do umjereni turistički potencijal

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina i drugi izvori

## Događaji od kraja kolovoza do sredine listopada

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Iz solinskog lonca - Što su jeli naši stari?</b>	Gastronomski događaj s ponudom tradicionalnih solinskih jela i slastica (u drugoj polovici kolovoza, od 2012.)	Lokalni karakter i mali do umjereni turistički potencijal
<b>Alka na Rici i ribarska fešta</b>	Alkarsko natjecanje na brodicama na rijeci Jadro i ribarska večer s koncertom (krajem kolovoza, od 2004. do 2019.)	Lokalni karakter i mali do umjereni turistički potencijal
<b>Festival duhovne glazbe Papa fest</b>	Festival tradicionalnih crkvenih napjeva i moderne duhovne glazbe u čast pape Ivana Pavla II (početkom rujna, od 1999.)	Nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Dan Grada Solina i Blagdan Male Gospe</b>	Najmasovniji događaj u Solinu s bogatim vjerskim, zabavnim i sportskim programom te tradicionalnim sajmom (početkom rujna)	Nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Međunarodni festival karikatura</b>	Izložba i natjecanje radova te raznovrsne radionice (uglavnom krajem rujna, od 2005.)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina i drugi izvori

## Događaji od sredine listopada do sredine studenog

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Dalmacija Ultra Trail</b>	Utrke na šest ruta po srednjoj Dalmaciji, od kojih najduža (planinska) prolazi i kroz područje Solina (sredinom listopada)	Globalni, regionalni i nacionalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Dan naselja Kučine i Blagdan sv. Luke</b>	Vjerski program i raznovrsni manji događaji (sredinom listopada)	Lokalni karakter i (vrlo) mali turistički potencijal
<b>Međunarodni turnir Salona DC Open</b>	Natjecanje u gađanju zračnim oružjem, puškom i pištoljem (uglavnom početkom studenog, od 2004.)	Regionalni i nacionalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Dan naselja Vranjic i Blagdan sv. Martina</b>	Vjerski program i raznovrsni manji događaji (u prvoj polovici studenog)	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Međunarodni festival turizma INTERSTAS</b>	Međunarodni turistički sajam (u studenom, od 1994.)	Globalni, regionalni i nacionalni karakter te umjereni turistički potencijal

Napomena: Uz događaj INTERSTAS se istovremeno održavaju i događaji ITF'CRO i KEA-CRO.  
Izvor: Turistička zajednica Grada Solina i drugi izvori

## Događaji od sredine studenog do kraja prosinca

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Međunarodni festival turističkog filma ITF'CRO</b>	Među starijim i cjenjenijim festivalima turističkog, putopisnog i dokumentarnog filma u svijetu (u studenom, od 1998.)	Globalni, regionalni i nacionalni karakter te značajni turistički potencijal
<b>Međunarodna smotra krajobraza KEA-CRO</b>	Cvjetno i krajobrazno natjecanje za Međunarodni zlatni cvijet i nagradu Dr. Lucija Čikeš (u studenom, od 2003.)	Regionalni i nacionalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>JADRO KUP</b>	Natjecanje u sportskoj gimnastici (u studenom, od 2021.)	Nacionalni i lokalni karakter, ali mali turistički potencijal
<b>Dan sela Blaca i Blagdan Gospe od Zdravlja</b>	Hodočašće Solinjana u selo Blaca u Crkvu Gospe od Zdravlja i vjerski program (u drugoj polovici studenog)	Lokalni karakter i mali turistički potencijal
<b>Advent u Solinu / Solinski Adventorium</b>	Sajamski i zabavni program uključujući koncerte vodećih pop glazbenika iz Hrvatske i regije (tijekom cijelog prosinca)	Lokalni karakter i umjereni turistički potencijal

Napomena: Događaji ITF'CRO i KEA-CRO se održavaju istovremeno s događajem INTERSTAS.

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina i drugi izvori

# I za kraj nekoliko povijesnih osoba Solina

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
Sv. Kajo	Papa od 283. do 296., rodom iz Solina (Solin, 2. stoljeće - Solin, 296.)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
Sv. Anastazije	Tkalac i stupar koji je u Salonu došao iz Akvileje / u blizini današnjeg Trsta u Italiji (pogubljen u Solinu 304.)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
Sv. Dujam	Solinski biskup koji je u Salonu došao iz Antiohije / današnje Antakye u Turskoj (krajem 3. stoljeća - pogubljen 304.)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
Car Dioklecijan	Rimski car poznat po svojim reformama, progonima kršćana i velebnoj palači (vjerojatno Solin, oko 245. - Split, 313.)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te značajni turistički potencijal

Izvor: Hrvatska enciklopedija i drugi izvori

# I za kraj nekoliko povijesnih osoba Solina

NAZIV	OPIS	KARAKTER I POTENCIJAL
<b>Don Frane Bulić</b>	Hrvatski arheolog, epigrafičar, konzervator, povjesničar i svećenik (Vranjic, 1846. - Zagreb, 1934.)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Vjekoslav Parać</b>	Hrvatski slikar (Solin, 1904. - Zagreb, 1986.)	Nacionalni i lokalni karakter te mali do umjereni turistički potencijal
<b>Sv. Ivan Pavao II</b>	Papa od 1978. do 2005., a koji je 1998. posjetio Solin i održao misu (Wadovice, 1920. - Vatikan, 2005.)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal
<b>Branko Cikatić</b>	Hrvatski kickboksač i osvajač mnogobrojnih trofeja diljem svijeta (Split, 1954. - Solin, 2020.)	Globalni, regionalni, nacionalni i lokalni karakter te umjereni turistički potencijal

Izvor: Hrvatska enciklopedija i drugi izvori

## 1.3. Turistički dionici, ponuda i potražnja



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

## Dionici u sustavima turističkih zajednica i javne uprave

<p><b>TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA SOLINA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizacija koja po načelu destinacijskog menadžmenta promiče i razvija turizam Grada Solina te gospodarske interese pravnih i fizičkih osoba koje pružaju smještajne, ugostiteljske i ostale turističke usluge, odnosno obavljaju djelatnosti koje su izravno povezane s turizmom</li> <li>• Osnovana 1998., s dvoje zaposlenih djelatnika (Direktorica i administratorica) te s malim godišnjim prihodima u odnosu na turističke zajednice većine drugih priobalnih gradova i općina</li> </ul>
<p><b>OSTALE TURISTIČKE ZAJEDNICE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turističke zajednice Grada Splita, Grada Kaštela i Općine Podstrana (za suradnju u planiranju i razvoju određenih turističkih proizvoda, ali i provedbi nekih zajedničkih promidžbenih aktivnosti)</li> <li>• Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije</li> <li>• Hrvatska turistička zajednica</li> </ul>
<p><b>GRAD SOLIN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gradonačelnik (Predsjednik Turističke zajednice Grada Solina) i Gradsko vijeće</li> <li>• Gradski upravni odjeli, posebno Upravni odjel za gospodarstvo, zaštitu okoliša i Europske fondove (nadležan za Izletište Jadro) te Upravni odjel za komunalne djelatnosti i upravljanje prostorom</li> <li>• Komunalno društvo Grada Solina (održavanje čistoće, rasvjete i zelenih površina te druge usluge)</li> <li>• Kreativno razvojni ured Grada Solina (KRUG Solin)</li> </ul>
<p><b>OSTALA TIJELA JAVNE UPRAVE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grad Split, Grad Kaštela, Općina Klis i Općina Podstrana (za sve projekte od zajedničkog interesa)</li> <li>• Splitsko-dalmatinska županija (uključujući relevantne upravne odjele, povjerenstva i savjete te Javnu ustanovu RERA S.D. za koordinaciju i razvoj Splitsko-dalmatinske županije)</li> <li>• Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske</li> </ul>

## Dionici u područjima kulture

<p><b>DRŽAVNE USTANOVE I UDRUGE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske</li> <li>• Arheološki muzej u Splitu (nadležan za glavni dio Arheološke zone Solina i nalazište Marusinac)</li> <li>• Muzej hrvatskih arheoloških spomenika (nadležan za Gospin otok, Rižinice, Šuplju crkvu, itd.)</li> <li>• Hrvatsko arheološko društvo</li> </ul>
<p><b>GRADSKE USTANOVE I TIJELA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Javna ustanova u kulturi Zvonimir (organizator Solinskog kulturnog ljeta)</li> <li>• Gradska knjižnica Solin (suorganizator Međunarodnog festivala karikatura)</li> <li>• Kulturno vijeće Grada Solina (savjetodavno tijelo Grada Solina)</li> </ul>
<p><b>GRADSKE UDRUGE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturno umjetnička društva Jadro, Kučine, Mravince, Salona i Zvonimir</li> <li>• Udruge Blaca, Don Frane Bulić, Filmska klapa, Kapljuč, Salona art i Solinjani</li> <li>• Gradska glazba Zvonimir, Klapa Krunik, Pučki pivači Gospe od Otoka i Vokalisti Salone</li> <li>• Bratovština sv. Luke, Karnevalska udruga Cirimigini, Solinski bubamarci i Solinske mažoretkinje</li> </ul>
<p><b>OSTALI DIONICI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Župa Gospe od Otoka i druge župe na području Grada Solina</li> <li>• Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Marušić (za upravljanje objektom Gašpina mlinica)</li> <li>• Karikaturist Marko Ivić (suorganizator Međunarodnog festivala karikatura)</li> </ul>

## Dionici u područjima prirode

<p><b>DRŽAVNE USTANOVE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije Republike Hrvatske</li> <li>• Hrvatske vode</li> <li>• Hrvatske šume</li> </ul>
<p><b>ŽUPANIJSKE USTANOVE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Splitsko-dalmatinske županije MORE I KRŠ (u vlasništvu Splitsko-dalmatinske županije)</li> </ul>
<p><b>RIJEKA JADRO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izletište Jadro</li> <li>• Udruga Solinska mekousna pastrva</li> <li>• Ronilačko-ekološki klub Solin</li> </ul>
<p><b>PLANINE KOZJAK I MOŠOR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planinarsko društvo Sveti Jure</li> </ul>

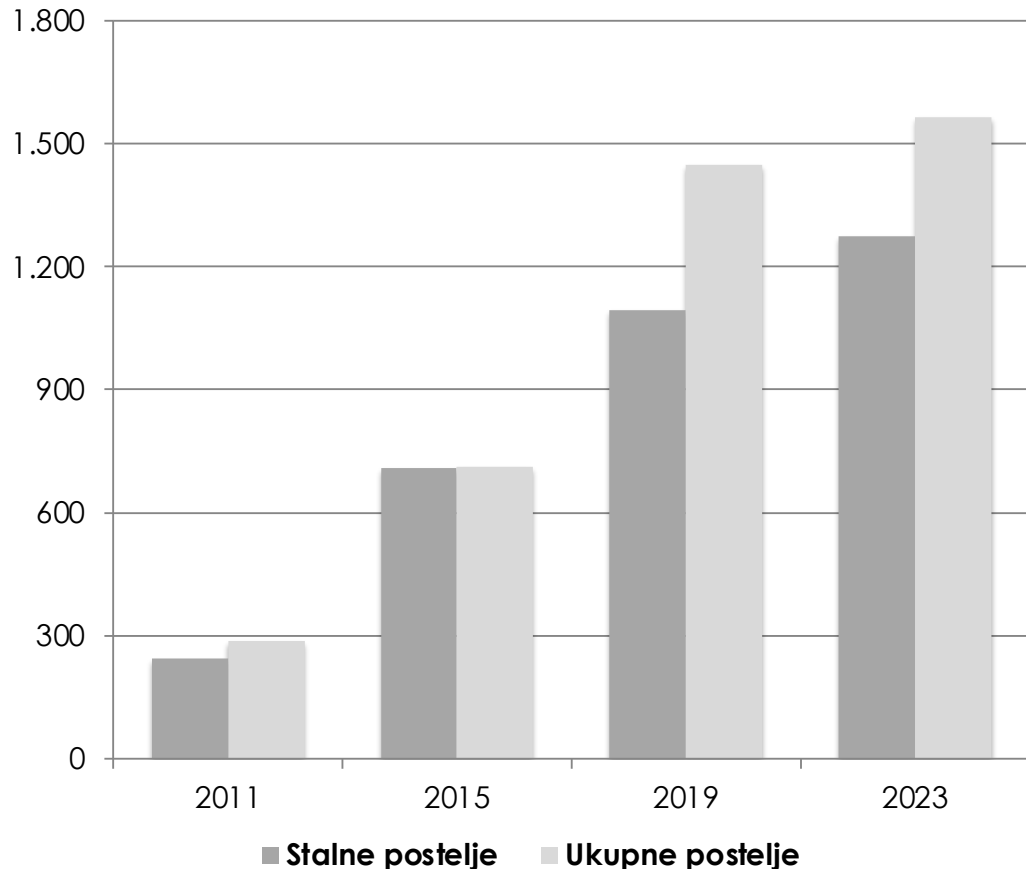
## Dionici u područjima sporta i rekreacije

<p><b>OPĆENITO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske</li> <li>• Solinska zajednica športova</li> <li>• Savez školskih sportskih društava Grada Solina i okolice</li> </ul>
<p><b>TIMSKI SPORTOVI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Košarka &gt; KK Solin i ŽKK Salona</li> <li>• Nogomet &gt; NK Omladinac, NK Sloga i NK Solin te MNK Solin i MNK Veterani Salone</li> <li>• Odbojka &gt; ŽOK Solin</li> <li>• Rukomet &gt; RK Jadro, RK Solin i ŽRK Petason Vranjic</li> <li>• Vaterpolo &gt; VK Salona</li> </ul>
<p><b>BORILAČKI SPORTOVI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Boks &gt; boksački klub Salona</li> <li>• Judo &gt; judo klub Solin</li> <li>• Karate &gt; karate klub Dalmacijacement</li> <li>• Kickboxing &gt; kickboxing klub Thunderman Gym</li> </ul>
<p><b>OSTALI SPORTOVI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gimnastika &gt; gimnastički klubovi Gym Solin i Salto</li> <li>• Streljaštvo &gt; streljački klubovi Mravince i Voljak te streljačko društvo Dalmacijacement</li> <li>• Ostalo &gt; atletski klub Solin, boćarski klub Salona, dizački klub Solin, lovačko društvo Voljak, planinarsko društvo Sveti Jure, plesni klub Fontana, plesni studio Gita, sportsko ribolovno društvo Jadro, šahovski klub Solin - Cemex, tenis klub Dalmacijacement, udruga Street workout Solin, itd.</li> </ul>

## Svi smještajni i ugostiteljski te mnogobrojni drugi dionici

<b>SMJEŠTAJ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dolis d.o.o. - vlasnička tvrtka hotela Salona Palace, sa sjedištem u Solinu, a koja uz hotel ima još i dva objekta s dvoranama za vjenčanja i druge događaje (Dugopolje i Kaštel Sućurac), dva restorana (Dugopolje i Split) te koncesiju za Joe's Beach Bar &amp; Lounge na plaži Kašjuni (Split)</li> <li>• President Grupa d.o.o. - vlasnička tvrtka hotela President Solin, sa sjedištem u Zagrebu</li> <li>• Vlasnici svih malih smještajnih objekata na području Grada Solina</li> </ul>
<b>UGOSTITELJSTVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vlasnici svih restorana na području Grada Solina</li> <li>• Vlasnici svih barova na području Grada Solina</li> <li>• Vlasnici svih drugih ugostiteljskih sadržaja na području Grada Solina</li> </ul>
<b>AGENCIJE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavanda Turist Grupa d.o.o. (Lavanda Tours)</li> <li>• Perfecta Travel d.o.o.</li> <li>• Plautilla d.o.o.</li> <li>• Ventula Travel d.o.o.</li> <li>• Ostale turističke agencije koje djeluju na području Grada Solina</li> </ul>
<b>OSTALO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Javne usluge &gt; DVD Solin, DVD Vranjic, Domovi zdravlja Kučine, Mravince, Solin i Vranjic, KBC Split, Policijska postaja Solin i svi drugi dionici koji pružaju javne usluge od značaja za turiste / posjetitelje</li> <li>• Prijevoznici &gt; Croatia Airlines d.d., HŽ - Putnički prijevoz d.o.o., Jadrolinija, Promet d.o.o., udruga Taxi veza Solin i svi drugi dionici od značaja za prometnu povezanost Grada Solina</li> <li>• Fiscalis (za događaje INTERSTAS, ITF'CRO i KEA-CRO), Sveučilište u Splitu i drugi dionici</li> </ul>

## Više od 1.500 ukupnih postelja



Napomena: Podaci se odnose na sve komercijalne smještajne objekte.  
Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Grad Solin je u proteklom razdoblju ostvario veliki razvoj komercijalnih smještajnih kapaciteta koji su snažno porasli s 244 stalne, a 288 ukupnih postelja u 2011. na 1.274 stalne, a 1.564 ukupne postelje u 2023. Ovaj porast je bio uglavnom rezultat otvaranja velikog broja apartmana, ali i kuća za odmor i to posebno u godinama prije COVID-19 pandemije, a najvećim dijelom se događao kao posljedica prelijevanja rastuće sezonske potražnje za smještajem u Splitu.

Apartmani, kuće za odmor i drugi mali smještajni objekti imaju oko 80% stalnih, a oko 85% ukupnih postelja pri čemu ih je najviše s 3\* ili 4\*, no postoje i oni s drugim kategorijama kvalitete. Ostatak smještajne ponude čine dva hotela, uključujući jedan (stariji) objekt s 5\* i jedan (noviji) objekt s 4\*.

Prosječne godišnje zauzetosti smještajnih kapaciteta su u 2023. iznosile 23,2% (85 dana) na bazi stalnih postelja, a 18,9% (69 dana) na bazi ukupnih postelja, pri čemu su hoteli imali znatno veću iskorištenost kapaciteta u odnosu na druge vrste smještaja. Iako izrazito niske u mediteranskim razmjerima, ove razine zauzetosti su slične onima u Splitu, a koje se u Hrvatskoj smatraju "relativno niskima".

# Dva hotela te mnogobrojni apartmani i kuće za odmor

## HOTEL PRESIDENT SOLIN 5\*

96 smještajnih jedinica sa 192 stalne postelje  
Restoran Millenium (180 sjedišta), bar Regina (70 sjedišta) i bar uz bazen (100 sjedišta)  
Četiri dvorane ukupne površine 443 m<sup>2</sup> > Zvonimir (153 m<sup>2</sup>), Jelena (123 m<sup>2</sup>), Dioklecijan (85 m<sup>2</sup>) i Salona (82 m<sup>2</sup>)  
MedSpa wellness centar i poliklinika Life (ordinacije, prostorije za tretmane, dvije saune, slana soba, teretana, unutarnji bazen od 60 m<sup>2</sup> i dva vanjska bazena od 300 m<sup>2</sup> i 140 m<sup>2</sup>), dječja igraonica, dječje igralište i parkiralište

## HOTEL SALONA PALACE 4\*

47 smještajnih jedinica s 97 stalnih postelja  
Restoran Tusculum i lobi bar  
Dvorana Porta Salonae za oko 300 osoba (djeljiva u dvije dvorane za oko 150 osoba) i prostorija Aurelia za oko 20 osoba  
Wellness centar (tretmani, dvije saune, teretana, hidromasažna kada, unutarnji bazen i vanjski bazen)  
Parkiralište

## OSTALI SMJEŠTAJNI OBJEKTI

Mnogobrojni mali smještajni objekti koji raspolažu s više od tisuću postelja, pri čemu sve u apartmanima i kućama za odmor, uglavnom s 3\* i 4\*, ali i s drugim kategorijama

# 12 restorana, više od 30 barova i mnogobrojni trgovinski sadržaji

## RESTORANI

- Centar Solina > B Cool, Girasole, River i Street Food 21210
- Drugi dijelovi Solina > Biberon Salona Mall, Gašpić, Green Park i Gurman
- Druga naselja Grada Solina > Antonio, Gulozin, Jadro i Terapija

## BAROVI

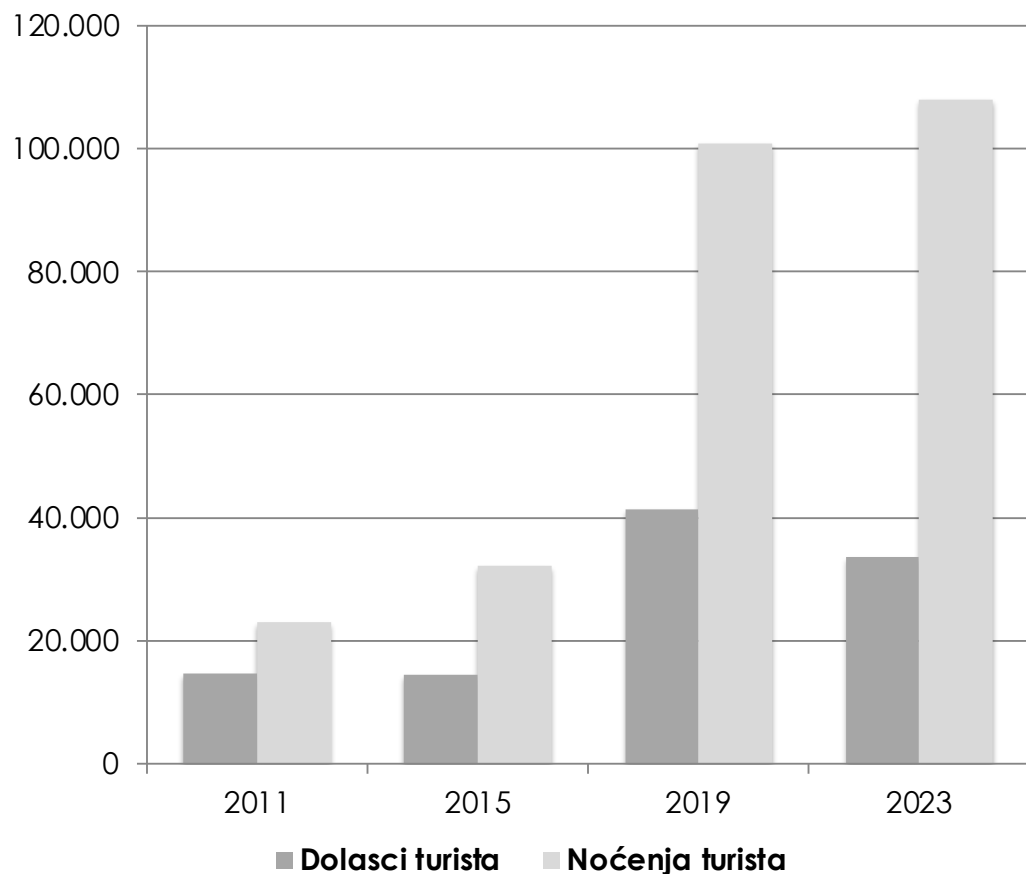
- Centar Solina > Argentina, Art, Aura, Corte, Dalmatino, Dvi Palme, Labudica, Light, Olly, Phoenix, Rico, Shpitza i Zvonimir
- Drugi dijelovi Solina > Academia, Apollo, As, Beta, Bobis, Brand, Cappuccino, Comfort, Galerija, Jadran, Mala kavana, Malo misto, Mlin, Prva liga, Relax, Royal, Salona, Siesta, Silver, Tennis i Trapula
- Druga naselja Grada Solina > Arena, Diana i Kava

## TRGOVINE

- Trgovački centar Salona Mall (Decathlon, Douglas, Mass, Pepco, Planet obuća, s.Oliver, itd.)
- Tri velike trgovine mješovitom robom > Hipermarket Tommy, Lidl i Super Konzum
- Mnogobrojne manje trgovine mješovitom robom, benzinske postaje i ostali trgovinski sadržaji

Napomena: Centar Solina je središnji dio naselja Solin omeđen sljedećim ulicama: Ulica Stjepana Radića, Ulica Dr. Franje Tuđmana, Ulica Marka Marulića i Splitska ulica.

## Više od 36 tisuća dolazaka turista i 110 tisuća noćenja turista 2024.



Napomena: Podaci se odnose na sve komercijalne smještajne objekte.  
Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Grad Solin je u godinama prije COVID-19 pandemije bio među gradovima s najvećim godišnjim porastima komercijalnog turističkog prometa u Hrvatskoj, a posebno u razdoblju od 2015. do 2019. kada su ostvareni izrazito veliki porasti s nešto više od 14 tisuća dolazaka i 32 tisuće noćenja u 2015. na čak 41 tisuću dolazaka i 101 tisuću noćenja u 2019. Ovi porasti su bili kako posljedica prelijevanja potražnje za smještajem u Splitu, tako i rezultat rastućih gospodarskih i turističkih aktivnosti u samome Solinu.

Turistički promet je tijekom spomenute pandemije naglo pao u 2020. te se postupno oporavljao tijekom 2021. i 2022., dok je 2023. nadmašena razina iz 2019. prema broju noćenja (za 7,2%), iako s manjim brojem dolazaka. Grad Solin je u 2024. ostvario više od 36 tisuća dolazaka (7,1% više nego u 2023.) i 110 tisuća noćenja (2,1% više nego u 2023.).

Međutim, ove razine turističkog prometa su i dalje relativno niske s obzirom na potencijale s kojima Grad Solin raspolaže i činjenicu da doprinosi svega 1,7% dolazaka i 1,3% noćenja turizmu cijelog područja Splitske rivijere.

# Turistički promet po sezonama, objektima, načinu dolaska i porijeklu

DOLASCI TURISTA 2024		NOĆENJA TURISTA 2024		PROSJEČNI BORAVAK TURISTA 2024	
VII, VIII	32,0%	VII, VIII	45,2%	VII, VIII	4,41
IV, V, VI, IX, X	51,7%	IV, V, VI, IX, X	43,8%	IV, V, VI, IX, X	2,64
I, II, III, XI, XII	16,3%	I, II, III, XI, XII	10,9%	I, II, III, XI, XII	2,09
UKUPNO	100%	UKUPNO	100%	UKUPNO	3,11
Hoteli i slični objekti	66,9%	Hoteli i slični objekti	39,3%	Hoteli i slični objekti	1,83
Ostali smještajni objekti	33,1%	Ostali smještajni objekti	60,7%	Ostali smještajni objekti	5,71
UKUPNO	100%	UKUPNO	100%	UKUPNO	3,11
Individualno	47,7%	Individualno	60,4%	Individualno	3,94
Organizirano	52,3%	Organizirano	39,6%	Organizirano	2,36
UKUPNO	100%	UKUPNO	100%	UKUPNO	3,11
Domaći turisti	17,3%	Domaći turisti	10,4%	Domaći turisti	1,88
Strani turisti	82,7%	Strani turisti	89,6%	Strani turisti	3,37
UKUPNO	100%	UKUPNO	100%	UKUPNO	3,11

Napomena: Podaci se odnose na sve komercijalne smještajne objekte.

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina

# S raznolikom strukturom tržišnih segmenata po kontinentima i regijama

DOLASCI TURISTA 2024	
Europa	67,5%
Ostatak svijeta	32,5%
UKUPNO	100%
Hrvatska, Slovenija i BIH	19,3%
Srednja Europa	2,4%
Njemačka, Austrija i Švicarska	7,1%
Francuska	5,8%
Beneluks	6,9%
Ujedinjena Kraljevina i Irska	11,9%
Nordijske zemlje	5,5%
SAD i Kanada	8,7%
Istočna Azija	8,9%
Ostale regije	23,5%
UKUPNO	100%

NOĆENJA TURISTA 2024	
Europa	84,3%
Ostatak svijeta	15,7%
UKUPNO	100%
Hrvatska, Slovenija i BIH	12,0%
Srednja Europa	3,5%
Njemačka, Austrija i Švicarska	11,2%
Francuska	8,6%
Beneluks	12,8%
Ujedinjena Kraljevina i Irska	17,0%
Nordijske zemlje	9,7%
SAD i Kanada	5,9%
Istočna Azija	3,1%
Ostale regije	16,2%
UKUPNO	100%

PROSJEČNI BORAVAK TURISTA 2024	
Europa	3,89
Ostatak svijeta	1,51
UKUPNO	3,11
Hrvatska, Slovenija i BIH	1,94
Srednja Europa	4,59
Njemačka, Austrija i Švicarska	4,88
Francuska	4,61
Beneluks	5,78
Ujedinjena Kraljevina i Irska	4,45
Nordijske zemlje	5,47
SAD i Kanada	2,13
Istočna Azija	1,09
Ostale regije	2,14
UKUPNO	3,11

Napomena: Podaci se odnose na sve komercijalne smještajne objekte.

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina

# I s još raznolikijom strukturom tržišnih segmenata po zemljama

DOLASCI TURISTA 2024		NOĆENJA TURISTA 2024		PROSJEČNI BORAVAK TURISTA 2024	
1. Hrvatska	17,3%	1. Ujedinjena Kraljevina	15,1%	1. Ukrajina	10,63
2. Ujedinjena Kraljevina	10,8%	2. Nizozemska	10,6%	2. Estonija	6,84
3. Kina	7,1%	3. Hrvatska	10,4%	3. Island	6,29
4. Sjedinjene Američke Države	6,8%	4. Francuska	8,6%	4. Sjeverna Makedonija	6,15
5. Francuska	5,8%	5. Njemačka	8,0%	5. Norveška	6,09
6. Nizozemska	5,5%	6. Sjedinjene Američke Države	4,7%	6. Nizozemska	6,00
7. Njemačka	5,0%	7. Norveška	3,1%	7. Bugarska	5,92
8. Španjolska	2,8%	8. Švedska	2,8%	8. Danska	5,65
9. Australija	2,3%	9. Kina	2,4%	9. Irska	5,54
10. Kanada	1,8%	10. Španjolska	2,1%	10. Luksemburg	5,50
11. Italija	1,8%	11. Belgija	2,1%	11. Poljska	5,48
12. Švedska	1,7%	12. Italija	2,0%	12. Mađarska	5,28
Ostale zemlje	31,2%	Ostale zemlje	27,9%	Ostale zemlje	2,70
UKUPNO	100%	UKUPNO	100%	UKUPNO	3,11

Napomena: Podaci se odnose na sve komercijalne smještajne objekte, a podaci za Kinu uključuju podatke za Hong Kong, Makao i Tajvan.

Izvor: Turistička zajednica Grada Solina

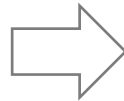
## 1.4. Konkurencija i ogledni primjeri najbolje prakse



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

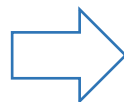
# Konkurentske i ogledne turističke destinacije

## KONKURENTSKE TURISTIČKE DESTINACIJE



Konkurentske turističke destinacije su sve **turističke destinacije koje bilo izravno ili neizravno konkuriraju / će konkurirati Gradu Solinu** vrstom, strukturom i kvalitetom svog turizma i svoje ponude za iste ili slične tržišne skupine. Postojeći primarni konkurenti su susjedne destinacije Split, Kaštela i Klis, dok su postojeći sekundarni konkurenti druge destinacije na ostatku područja Splitske rivijere (primarno Podstrana zbog blizine, ali i druge destinacije poput Trogira i Omiša).

## OGLEDNE TURISTIČKE DESTINACIJE



Ogledne turističke destinacije su sve **turističke destinacije koje imaju bogato rimsko i ranokršćansko nasljeđe**, a manje od 300 tisuća stanovnika **te su ogledni primjeri najbolje prakse** u vrstama i kvaliteti turističkih proizvoda i doživljaja, tržišnim i poslovnim performansama te destinacijskom razvoju, marketingu i upravljanju. S obzirom na relativno veliki broj turističkih destinacija koje mogu poslužiti kao ogledni primjeri bilo prema jednom ili više kriterija, identificirane su sve ogledne destinacije u Italiji, Francuskoj i Španjolskoj, od kojih je detaljno analizirano njih pet.

# Smještajna ponuda Splitske rivijere po gradovima i općinama 2024.

STALNE POSTELJE		PROSJEČNA GODIŠNJA ZAUZETOST STALNIH POSTELJA (%)		PROSJEČNA GODIŠNJA ZAUZETOST STALNIH POSTELJA (DANI)	
1. Split	34.082	1. Seget	25,6%	1. Seget	94
2. Omiš	15.944	2. Split	24,6%	2. Split	90
3. Kaštela	11.991	<b>3. Solin</b>	<b>22,6%</b>	<b>3. Solin</b>	<b>83</b>
4. Okrug	10.577	4. Podstrana	19,7%	4. Podstrana	72
5. Trogir	9.124	5. Trogir	18,3%	5. Trogir	67
6. Postrana	8.468	6. Omiš	18,0%	6. Omiš	66
7. Seget	8.383	7. Dugi Rat	17,6%	7. Dugi Rat	65
8. Dugi Rat	6.987	8. Okrug	17,0%	8. Okrug	62
9. Marina	6.241	9. Kaštela	15,8%	9. Kaštela	58
<b>10. Solin</b>	<b>1.332</b>	10. Marina	15,4%	10. Marina	56
11. Klis	511	11. Dugopolje	15,3%	11. Dugopolje	56
12. Dugopolje	270	12. Zadvarje	14,3%	12. Zadvarje	52
13. Zadvarje	90	13. Klis	13,8%	13. Klis	51
UKUPNO	114.000	UKUPNO	20,2%	UKUPNO	74

Napomena: Podaci se odnose na sve komercijalne smještajne objekte.

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

# Turistički promet Splitske rivijere po gradovima i općinama 2024.

## DOLASCI TURISTA

1.	Split	1.032.208
2.	Omiš	175.032
3.	Trogir	150.728
4.	Seget	142.621
5.	Kaštela	129.525
6.	Podstrana	129.321
7.	Okrug	99.378
8.	Dugi Rat	67.810
9.	Marina	45.636
<b>10.</b>	<b>Solin</b>	<b>36.035</b>
11.	Klis	4.386
12.	Dugopolje	2.759
13.	Zadvarje	601
	UKUPNO	2.016.040

## NOĆENJA TURISTA

1.	Split	3.070.825
2.	Omiš	1.049.693
3.	Seget	785.436
4.	Kaštela	692.959
5.	Okrug	656.775
6.	Podstrana	611.311
7.	Trogir	610.842
8.	Dugi Rat	451.005
9.	Marina	350.826
<b>10.</b>	<b>Solin</b>	<b>110.346</b>
11.	Klis	25.843
12.	Dugopolje	15.106
13.	Zadvarje	4.722
	UKUPNO	8.435.689

## PROSJEČNI BORAVAK TURISTA

1.	Zadvarje	7,86
2.	Marina	7,69
3.	Dugi Rat	6,65
4.	Okrug	6,61
5.	Omiš	6,00
6.	Klis	5,89
7.	Seget	5,51
8.	Dugopolje	5,48
9.	Kaštela	5,35
10.	Podstrana	4,73
11.	Trogir	4,05
<b>12.</b>	<b>Solin</b>	<b>3,06</b>
13.	Split	2,98
	UKUPNO	4,18

Napomena: Podaci se odnose na sve komercijalne smještajne objekte.

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

# Split



POLOŽAJ: Hrvatska > Dalmacija > Splitsko-dalmatinska županija

POVRŠINA: 79 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 160.577 stanovnika (2.022 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 34.082 stalne postelje (prosječna godišnja zauzetost 24,6% / 90 dana)

TURISTIČKI PROMET: 1,03 milijuna dolazaka i 3,07 milijuna noćenja (2,98 noćenja po dolasku)

**Glavni turistički resursi i/ili atrakcije:** povijesna jezgra s Dioklecijanovom palačom (UNESCO od 1979.), Arheološki muzej Split, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, Galerija Meštrović, Park šuma Marjan, plaže, barovi i klubovi, Ultra Europe...

**Hoteli** (prema broju smještajnih jedinica): Radisson Blu Resort & Spa 5\* (252), AC by Marriott 4\* (214), Amphora 4\* (206), Zagreb 2\* (175), Cornaro 5\* (158), Atrium 5\* (128), Ambassador 5\* (100), Art 4\* (88), Marvie 4\* (76), Park 5\* (72), Briig 4\* (62)...

**Glavni turistički proizvodi:** ljetni odmor na suncu i moru, ture / obilasci Dalmacije i/ili Hrvatske, kratki odmori, insentiv programi te (manji) kongresi i sajmovi, kulturni, sportski i drugi događaji, institucionalni i privatni poslovi, posebni interesi...

**Vodeća tržišta potražnje:** Ujedinjena Kraljevina, Sjedinjene Američke Države, Njemačka, Francuska, Hrvatska, Nizozemska...

**Odabrani novi projekti** (u razvoju ili pripremi): hoteli Grand Marjan 5\* (285 smještajnih jedinica) i Mövenpick Regata Split 4\* (156 smještajnih jedinica), plaža Žnjan, Kongresni, kulturni i sajamski centar Splita, most Split - Kaštel Sućurac...

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu i turistički promet su podaci za sve komercijalne smještajne objekte u 2024.

Izvor: Državna geodetska uprava Republike Hrvatske, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije i Grada Splita te hoteli

# Kaštela



POLOŽAJ: Hrvatska > Dalmacija > Splitsko-dalmatinska županija

POVRŠINA: 58 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 37.794 stanovnika (656 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 11.991 stalna postelja (prosječna godišnja zauzetost 15,8% / 58 dana)

TURISTIČKI PROMET: 130 tisuća dolazaka i 693 tisuće noćenja (5,35 noćenja po dolasku)

**Glavni turistički resursi i/ili atrakcije:** Kaštilac (Kaštel Gomilica), dvorac Vitturi / Muzej Grada Kaštela (Kaštel Lukšić), plaže, vinarije koje proizvode kaštelanski crljenak (autohtona sorta grožđa od koje se radi crno vino > američki zinfandel)...

**Hoteli** (prema broju smještajnih jedinica): Štacija 3\* (45), Baletna škola 3\* (35), Aqua 3\* (20), Benjamin 3\* (20), Riva 4\* (16), Tamaris 2\* (14), Adria 3\* (11) i Roko 3\* (11)

**Glavni turistički proizvodi:** primarno ljetni odmor na suncu i moru, ali i drugi turistički proizvodi kao što su ture / obilasci Dalmacije i/ili Hrvatske te posebni interesi (s fokusom na vino)

**Vodeća tržišta potražnje:** Poljska, Njemačka, Ujedinjena Kraljevina, Francuska, Hrvatska, Češka, Ukrajina, Nizozemska...

**Odabrani novi projekti** (u razvoju ili pripremi): tunel Kozjak, most Split - Kaštel Sućurac i željeznička pruga Kaštel Kambelovac - Trogir / Zračna luka Split (za tzv. splitski metro)

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu i turistički promet su podaci za sve komercijalne smještajne objekte u 2024.

Izvor: Državna geodetska uprava Republike Hrvatske, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije i Grada Kaštela te hoteli

# Klis



POLOŽAJ: Hrvatska > Dalmacija > Splitsko-dalmatinska županija

POVRŠINA: 149 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 5.226 stanovnika (35 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 511 stalnih postelja (prosječna godišnja zauzetost 13,8% / 51 dan)

TURISTIČKI PROMET: više od 4 tisuće dolazaka i 26 tisuća noćenja (5,89 noćenja po dolasku)

**Glavni turistički resursi i/ili atrakcije:** tvrđava Klis, pogledi na Split, pečena janjetina s ražnja

**Hoteli** (prema broju smještajnih jedinica): ne postoje

**Glavni turistički proizvodi:** primarno ljetni odmor na suncu i moru, ali i drugi turistički proizvodi kao što su ture / obilasci Dalmacije i/ili Hrvatske

**Vodeća tržišta potražnje:** Njemačka, Nizozemska, Ujedinjena Kraljevina, Francuska, Norveška, Švedska...

**Odabrani novi projekti** (u razvoju ili pripremi): hotel Clavis 4\* (50 smještajnih jedinica)

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu i turistički promet su podaci za sve komercijalne smještajne objekte u 2024.

Izvor: Državna geodetska uprava Republike Hrvatske, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije i MarCon (za hotel)

# Podstrana



POLOŽAJ: Hrvatska > Dalmacija > Splitsko-dalmatinska županija

POVRŠINA: 12 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 10.403 stanovnika (889 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 8.468 stalnih postelja (prosječna godišnja zauzetost 19,7% / 72 dana)

TURISTIČKI PROMET: 129 tisuća dolazaka i 611 tisuća noćenja (4,73 noćenja po dolasku)

**Glavni turistički resursi i/ili atrakcije:** plaže, brdo Perun, selo Gornja Podstrana

**Hoteli** (prema broju smještajnih jedinica): Le Meridien Lav Split 5\* (378), San Antonio 4\* (49), Split 4\* (40), Eden 4\* (38), Aria 4\* (26), Neva 3\* (19), Božikovina 4\* (16) i Sunce 3\* (16)

**Glavni turistički proizvodi:** primarno ljetni odmor na suncu i moru, ali i drugi turistički proizvodi kao što su ture / obilasci Dalmacije i/ili Hrvatske, kratki odmori, insentiv programi te (manji) kongresi

**Vodeća tržišta potražnje:** Poljska, Njemačka, Ujedinjena Kraljevina, Češka, Slovačka, Hrvatska, Švedska, Francuska...

**Odabrani novi projekti** (u razvoju ili pripremi): obalna šetnica Strožanac - Mutogras, brza cesta Split - Omiš

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu i turistički promet su podaci za sve komercijalne smještajne objekte u 2024.

Izvor: Državna geodetska uprava Republike Hrvatske, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije i Općine Podstrana te hoteli

# Trogir



POLOŽAJ: Hrvatska > Dalmacija > Splitsko-dalmatinska županija

POVRŠINA: 39 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 12.393 stanovnika (315 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 9.124 stalne postelje (prosječna godišnja zauzetost 18,3% / 67 dana)

TURISTIČKI PROMET: 151 tisuća dolazaka i 611 tisuća noćenja (4,05 noćenja po dolasku)

**Glavni turistički resursi i/ili atrakcije:** povijesna jezgra Trogira (UNESCO od 1997.) s atrakcijama kao što su Katedrala sv. Lovre i Kaštel Kamerlengo, ornitološki i ihtiološki rezervat Pantan, otoci Drvenik Veliki i Drvenik Mali

**Hoteli** (prema broju smještajnih jedinica): Brown Beach House Trogir 4\* (51), Trogir Palace 4\* (36), Trogirski Dvori 3\* (23), Bellevue 4\* (20), Vila Tina 3\* (20), Monika 4\* (16), Bifora 4\* (15), XII Century 4\* (15), Pašike 4\* (13), Tragos 3\* (12)...

**Glavni turistički proizvodi:** ljetni odmor na suncu i moru, ture / obilasci Dalmacije i/ili Hrvatske, kratki odmori, insentiv programi te (manji) kongresi, raznovrsni događaji i posebni interesi (s fokusom na kulturu)

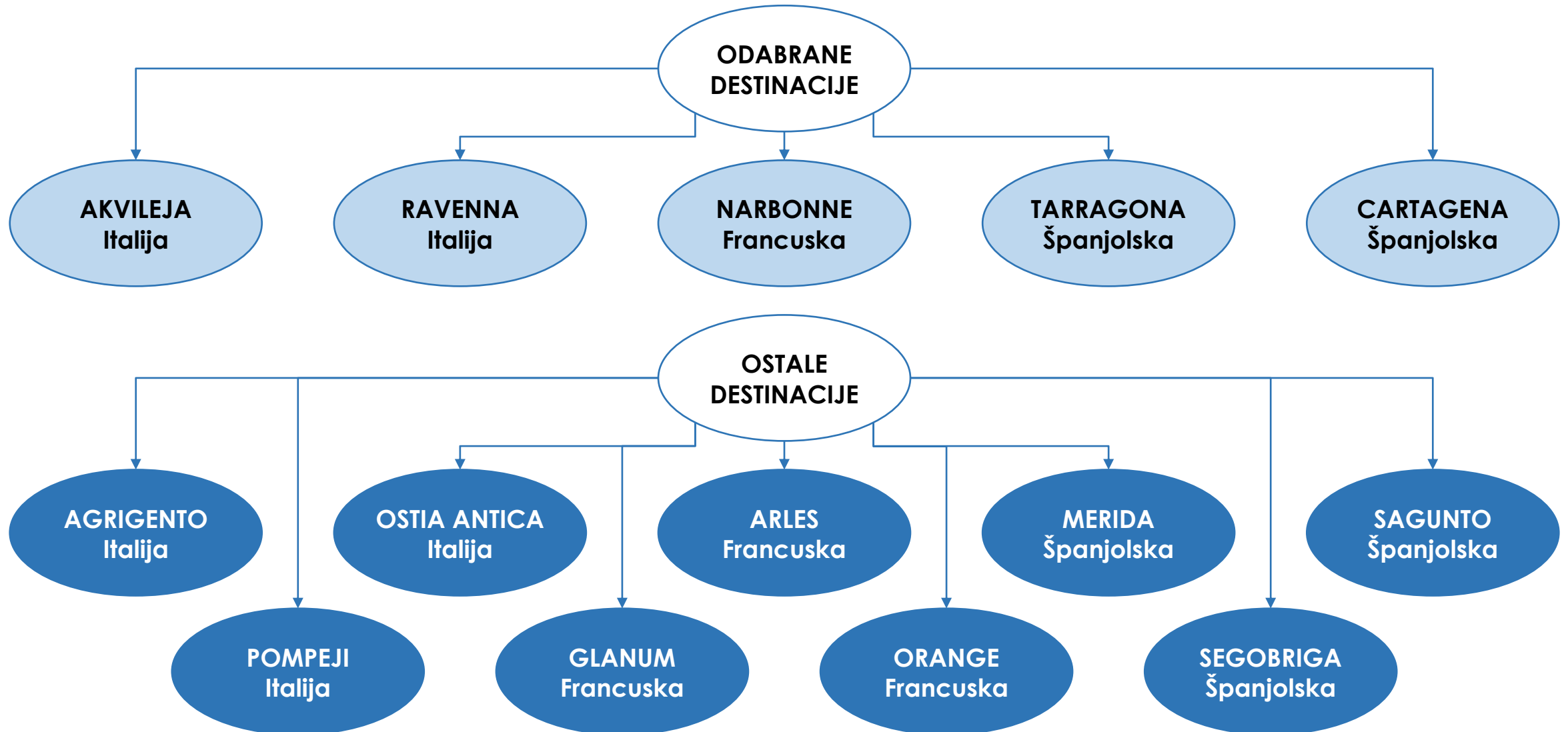
**Vodeća tržišta potražnje:** Poljska, Njemačka, Mađarska, Ujedinjena Kraljevina, Francuska, Hrvatska, Češka, Slovačka...

**Odabrani novi projekti** (u razvoju ili pripremi): željeznička pruga Kaštel Kambelovac - Trogir / Zračna luka Split (za tzv. splitski metro)

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu i turistički promet su podaci za sve komercijalne smještajne objekte u 2024.

Izvor: Državna geodetska uprava Republike Hrvatske, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije i Grada Trogira te hoteli

# Ogledne destinacije u Italiji, Francuskoj i Španjolskoj



# Akvileja > Opće informacije, turistička ponuda i potražnja



POLOŽAJ: Italija > Regija Furlanija - Julijska krajina > Regionalni entitet Udine

POVRŠINA: 37 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 3.150 stanovnika (84 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 3.163 postelje (od čega 101 postelja u 3 mala obiteljska hotela)

PROMET: Oko 150 tisuća dolazaka turista i 477 tisuća posjetitelja kulturnih atrakcija

Akvileja je malo naselje smješteno u neposrednoj blizini Jadranskog mora te je uz Ravennu **jedno od dva najveća arheološka nalazišta sjeverne Italije**. Osnovana 181. prije Krista bila je među najvećim gradovima Rimskog carstva, od kraja 3. stoljeća značajno kršćansko središte i sjedište biskupa, a od sredine 6. pa sve do sredine 18. stoljeća sjedište Akvilejskog patrijarhata. Akvileja obiluje antičkim i ranokršćanskim nasljeđem (velikim dijelom i dalje pod zemljom), a najveće atrakcije su arheološko nalazište i Bazilika sv. Marije (oboje **pod zaštitom UNESCO-a od 1998.**) te Nacionalni arheološki muzej i Ranokršćanski muzej. Najznačajniji subjekt u Akvileji je **Fondazione Aquileia**, ustanova koju su 2008. osnovali talijansko Ministarstvo kulture (tada Ministarstvo kulturnih dobara i aktivnosti), Regija Furlanija - Julijska krajina, Regionalni entitet Udine (tada Pokrajina Udine), Općina Akvileja i Nadbiskupija Gorizia. Ustanova je odgovorna za arheološka istraživanja, konzervaciju i restauraciju, organizaciju izložbi i raznovrsnih drugih događaja (npr. Festival arheološkog filma i spektakl Tempora in Aquileia), izradu strateških i operativnih planova te upravljanje, održavanje, unaprjeđenje i promidžbu cjelokupnog kulturnog nasljeđa Akvileje. Akvileja je u 2024. imala čak 477 tisuća posjetitelja, od čega **265 tisuća posjetitelja s plaćenim ulazom** (za obilazak bazilike, oba muzeja i dodatna dva lokaliteta), a **212 tisuća posjetitelja s besplatnim ulazom** (za veći dio arheološkog nalazišta).

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu su podaci za sve komercijalne smještajne objekte u 2023., dok su podaci za promet podaci za turiste i posjetitelje u 2024.

Izvor: Nacionalni institut za statistiku Italije, Fondazione Aquileia i drugi izvori

# Akvileja > Identitet i ponuda na web stranici

- **Web URL:** <https://www.fondazioneaquileia.it>
- **Logotip:** moderna stilizacija koja podsjeća na kršćansko nasljeđe i motive iz bazilike kao i na komunikaciju i očuvanje kulturno-povijesnog nasljeđa
- **Pozicioniranje:** kulturni događaji i kulturne aktivnosti u povijesnom ambijentu
- **Istaknuti simboli:** UNESCO svjetska baština
- **Sadržaj glavnog menija:** atrakcije, aktivnosti, događaji, korisne informacije
- **Imidž materijali:** velike profesionalne imidž fotografije, info filmovi, video animacija, 3D prikazi
- **Inbound kanali komunikacije:** aktivno vođenje 4 kanala (web stranica, Facebook, Instagram, YouTube)
- **Istaknuta ponuda:** filmski festivali, klasični glazbeni koncerti, vođene kulturne ture, kreativne radionice, edukacije, eno-gastro proizvodi, putovanja u prošlost putem prikaza povijesnih događaja i običaja



FONDAZIONE **AQUILEIA**



# Ravenna > Opće informacije, turistička ponuda i potražnja



POLOŽAJ: Italija > Regija Emilija i Romanja > Pokrajina Ravenna

POVRŠINA: 654 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 156.345 stanovnika (239 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 37.105 postelja (prosječna godišnja zauzetost 20,1% / 73 dana)

TURISTIČKI PROMET: 617 tisuća dolazaka i 2,72 milijuna noćenja (4,41 noćenja po dolasku)

Ravenna je **među značajnijim povijesnim gradovima Italije**, a svoj procvat je doživjela od početka 5. do sredine 8. stoljeća tijekom kojega je bila glavni grad Zapadnog Rimskog carstva (u većem dijelu 5. stoljeća), Ostrogotskog kraljevstva (od kraja 5. do sredine 6. stoljeća) i Ravenskog patrijarhata (od kraja 6. do sredine 8. stoljeća). Iz tog razdoblja potječu i najznačajnije kulturne atrakcije grada, a među kojima je čak **osam ranokršćanskih objekata pod zaštitom UNESCO-a od 1996.**

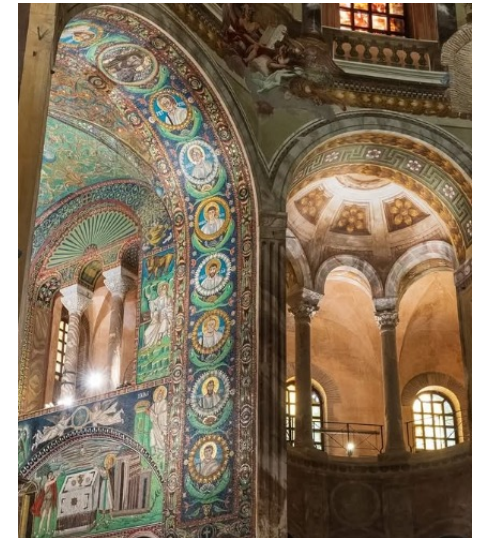
Povijesna gradska jezgra i glavni urbani dio grada (Ravenna Città) se nalaze nekoliko kilometara od Jadranskog mora, dok se priobalni dio grada (Ravenna Mare) proteže duljinom obale od čak 35 km s devet manjih naselja i atraktivnim pješčanim plažama. Ravenna tako ima dvije glavne turističke zone s različitom strukturom turističkih proizvoda te s različitim volumenima smještajne ponude i turističkog prometa: **Ravenna Città** koja svoj turizam bazira na kulturnom nasljeđu te ima 4.647 postelja s prosječnom godišnjom zauzetošću od 34,8% (127 dana), 266 tisuća dolazaka i 591 tisuću noćenja (2,22 noćenja po dolasku), dok **Ravenna Mare** ima tipični odmorišni turizam na suncu i moru, čak 32.458 postelja, ali s vrlo niskom prosječnom godišnjom zauzetošću od svega 17,9% (66 dana), 351 tisuću dolazaka i 2,13 milijuna noćenja (6,08 noćenja po dolasku).

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu i turistički promet su podaci za sve komercijalne smještajne objekte u 2023.

Izvor: Nacionalni institut za statistiku Italije, Turistička zajednica Ravenne i drugi izvori

# Ravenna > Identitet i ponuda na web stranici

- **Web URL:** <https://www.turismo.ra.it>
- **Logotip:** moderna stilizacija mozaika po kojima je Ravenna poznata
- **Slogan:** Italian Beauty Experience
- **Pozicioniranje:** iskustvo ljepote - Mozaici umjetnosti i prirode
- **Istaknuti simboli:** UNESCO svjetska baština
- **Sadržaj glavnog menija:** istraži, planiraj, događaji, doživljaji, blog
- **Imidž materijali:** upečaljive imidž fotografije, info filmovi, bogata galerija fotografija na Instagramu i Pinterestu, kratki video materijali za društvene mreže
- **Inbound kanali komunikacije:** aktivno vođenje 8 kanala (web stranica, blog, Facebook, Instagram, YouTube, X, Pinterest, WhatsApp)
- **Istaknuta ponuda:** UNESCO spomenici, putevima Dantea Alighieria, arheologija, mozaici, eno-gastro, kultura i umjetnost, priroda, aktivni odmor, biciklističke rute, korisne informacije, gdje se smjestiti, gdje jesti, vođene ture, školski turizam, vjenčanja u Ravenni, okolica Ravenne, istraživanje Ravenne (pješke, biciklom, javnim prijevozom, automobilom, itd.)



## Narbonne > Opće informacije, turistička ponuda i potražnja



POLOŽAJ: Francuska > Regija Okcitaniya > Departman Aude

POVRŠINA: 173 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 56.692 stanovnika (328 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 32 objekta s 3.074 smještajne jedinice

PROMET: 256 tisuća posjetitelja u sedam (manjih) kulturnih atrakcija

Narbonne je grad u južnoj Francuskoj koji je 118. prije Krista postao prva rimska kolonija na području Francuske, a od 22. pr. Kr. **glavni grad rimske provincije Narbonska Galija** (Gallia Narbonensis). Grad nema mnogo sačuvanih zgrada iz doba antike, ali ima bogatu kolekciju antičkih ostataka koja se nalazi u nedavno otvorenom muzeju **Narbo Via** - atraktivno dizajniranom objektu kojeg je projektirao renomirani britanski arhitektonski studio Foster + Partners u suradnji s francuskim ekspertima. Osim navedenog muzeja, značajnije atrakcije su još i rimski Horreum i Amphoralis, gotička katedrala Saint-Just-et-Saint-Pasteur, palača Narbonske nadbiskupije, kanal Robine (ogranak mreže Canala du Midi koji je pod zaštitom UNESCO-a od 1996.), regionalni park prirode s velikom lagunom i pješčane plaže od kojih je grad udaljen nekoliko kilometara.

Narbonne se promovira kao dio većeg urbanog područja (Grand Narbonne) pod nazivom **Côte du Midi** (Obala Midi), a koje uključuje i mnogobrojne male općine u okruženju. Ovo područje kao i Ravenna ima **dvije različite vrste turizma** pa tako i profile gostiju: s kulturom povezane turističke proizvode u samome gradu, a odmorišni turizam na suncu i moru te aktivnosti u prirodi u okruženju. Kulturne atrakcije Narbonne su u 2023. imale 256 tisuća posjetitelja, pri čemu najviše Narbo Via (70 tisuća), a potom Muzej Narbonne u sklopu palače Narbonske nadbiskupije (64 tisuće), Horreum (54 tisuće), Terra Vinea (39 tisuća)...

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu su podaci za hotele i slične objekte te kampove i slične objekte u 2024., dok su podaci za promet podaci za posjetitelje u 2023.

Izvor: Nacionalni institut za statistiku i ekonomske studije Francuske, Turistička razvojna agencija departmana Aude, Turistička zajednica Narbonne / Côte du Midi i drugi izvori

# Narbonne > Identitet i ponuda na web stranici

- **Web URL:** <https://www.cotedumidi.com>
- **Logotip:** stilizacija kulturne znamenitosti i prirodnog okruženja
- **Slogan:** Did you say "Côte du Midi"?
- **Pozicioniranje:** integracija destinacije sa svojim prirodnim okruženjem i raznolikost turističkih doživljaja koje šira destinacija pruža
- **Sadržaj glavnog menija:** razigrana struktura koja uključuje sljedeće kategorije: prikaz destinacije, organizacija boravka, aktivnosti, priroda, obalni turizam, kulturni turizam, eno turizam, itd.
- **Imidž materijali:** upečaljive imidž fotografije, bogata galerija fotografija, video materijali, infografike, motion grafike
- **Inbound kanali komunikacije:** aktivno vođenje 5 kanala (web stranica, Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn)
- **Istaknuta ponuda:** aktivnosti na vodi (windsurfing, kitesurfing), pješaćenje, biciklizam, kulturno-povijesne znamenitosti (rimске znamenitosti, povijesni kanal, autentična sela), plažni turizam, nautički turizam, zabava (casino), iznajmljivanje električnih brodova za vožnju po kanalu, kušanje vina, kušanje maslinovog ulja, gastro turizam



# Tarragona > Opće informacije, turistička ponuda i potražnja



POLOŽAJ: Španjolska > Regija Katalonija > Pokrajina Tarragona

POVRŠINA: 58 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 141.018 stanovnika (2.436 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 13.020 postelja (prosječna godišnja zauzetost 31,6% / 116 dana)

TURISTIČKI PROMET: 444 tisuće dolazaka i 1,50 milijuna noćenja (3,39 noćenja po dolasku)

Smještena na obali južnog dijela regije Katalonije, Tarragona je uz Cartagenu i Méridu jedan od tri najznačajnija rimska grada u Španjolskoj. Nekoliko stoljeća je bila **glavni grad rimske provincije Tarakonska Hispanija** (Hispania Tarraconensis) zahvaljujući čemu obiluje atrakcijama, a koje se nalaze **pod zaštitom UNESCO-a od 2000. kao Arheološki kompleks Tarraco**. Ova velika arheološka zona se sastoji od 14 lokaliteta (11 u gradu, a 3 izvan grada), a koji svi zajedno zauzimaju ukupnu površinu od 33 ha, uključujući atrakcije kao što su amfiteatar, teatar, dva foruma (kolonijalni i provincijalni), cirkus, gradske zidine, akvadukt, slavoluk, ranokršćansko groblje (najveća i najznačajnija ranokršćanska nekropola zapadnog dijela Rimskog carstva), vizigotska bazilika i romanička crkva, itd. S nekoliko od navedenih lokaliteta upravlja **Nacionalni arheološki muzej**. **Tarragona ima i raznovrsne atrakcije u luci te događaje** kao što su Tarraco Viva (veliki dvotjedni događaj koji slavi rimsko doba) i Castells (tradicionalno natjecanje u veličini ljudskih tornjeva). U neposrednoj blizini grada se nalaze velika plažna destinacija Salou i dva tematska parka (PortAventura - najveći tematski park u Španjolskoj i nedavno otvoreni Ferrari Land) s pratećim hotelima, turističkim naseljima, golf terenima i drugim sadržajima.

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu i turistički promet su podaci za hotele i slične objekte te kampove i slične objekte u 2023.

Izvor: Nacionalni institut za statistiku Španjolske, Turistička zajednica Tarragone i drugi izvori

# Tarragona > Identitet i ponuda na web stranici

- **Web URL:** <https://www.tarragonaturisme.cat>
- **Logotip:** moderna stilizacija koja podsjeća na rimski amfiteatar
- **Slogan:** Historia Viva / Living History
- **Pozicioniranje:** spoj bogatog života i povijesti (puna života u bogatom povijesnom okruženju)
- **Istaknuti simboli:** UNESCO svjetska baština
- **Sadržaj glavnog menija:** otkrij (atrakcije), doživi (turistički proizvodi), planer putovanja (gdje jesti, izaći, biti aktivan, spavati, ići na izlete, kako doći te druge korisne turističke informacije), segmentacija sukladna preferencama (obitelji, eko-turisti, kulturni turisti, eno-gastro turisti, aktivni turizam, edukacijski turizam)
- **Imidž materijali:** imidž fotografije, bogata galerija fotografija, Google Street View prikaz kulturno-povijesnih znamenitosti, video materijali, infografike
- **Inbound kanali komunikacije:** aktivno vođenje 7 kanala (web stranica, Facebook, Instagram, YouTube, X, LinkedIn, Pinterest)
- **Istaknuta ponuda:** tematske kulturno-povijesne rute (rimske, ranokršćanske, srednjovjekovne, modernističke), eko-povijesni parkovi, kreativne radionice, zabavni parkovi za djecu, eno-gastro doživljaji, nautički turizam, festivali i događaji, karting arene, itd.



# Cartagena > Opće informacije, turistička ponuda i potražnja



POLOŽAJ: Španjolska > Regija Murcia > Pokrajina Murcia

POVRŠINA: 558 km<sup>2</sup>

STANOVNIŠTVO: 219.235 stanovnika (393 stanovnika po km<sup>2</sup>)

SMJEŠTAJNA PONUDA: 15.019 postelja (prosječna godišnja zauzetost 29,8% / 109 dana)

TURISTIČKI PROMET: 370 tisuća dolazaka i 1,64 milijuna noćenja (4,42 noćenja po dolasku)

Grad kojeg je 227. prije Krista utemeljio kartažanski vojskovođa Hazdrubal je nakon rimskog osvajanja Iberskog poluotoka dobio naziv Nova Kartaga (Carthago Nuova), dok je krajem 3. stoljeća podjelom Tarakonske Hispanije u dvije provincije postao **glavni grad rimske provincije Kartažanska Hispanija (Hispania Cartaginensis)**. Cartagena je u srednjem vijeku bila više od pet stoljeća pod kontrolom arapsko-berberskih država, dok je od 1245. bila u sastavu Kraljevine Kastilje, a koja je u savezu s Krunom Aragonije stvorila Kraljevinu Španjolsku, koristeći Cartagenu kao glavnu vojnu luku, značaj kojeg grad ima i danas.

Najpopularnije atrakcije grada su ostaci kartažanskih gradskih zidina, **rimski teatar**, utvrda Concepción u sklopu koje je **Interpretativni centar povijesti Cartagene**, veliki broj raskošnih secesijskih palača i luka u kojoj se nalaze Pomorski muzej te atraktivno dizajnirani **Nacionalni muzej podvodne arheologije i višenamjenski kongresni centar El Batel**. S obzirom da administrativno područje grada zauzima relativno veliki prostor, u sklopu grada se nalaze i određene prirodne atrakcije te plaže u obližnjoj turističkoj zoni **La Manga** (pješčani otok duljine 21 km i širine nekoliko stotina metara, a koji se nalazi između lagune Mar Menor i otvorenog mora). Cartagena ima vrlo raznoliku ponudu turističkih proizvoda koju čine kulturni obilasci i događaji, kongresi i drugi slični skupovi, kratki odmori te odmori na suncu i moru, a posljednjih godina ima i sve više kruzera.

Napomena: Podaci za smještajnu ponudu i turistički promet su podaci za hotele i slične objekte te kampove i slične objekte u 2023.

Izvor: Nacionalni institut za statistiku Španjolske, Turistička zajednica Cartagene i drugi izvori

# Cartagena > Identitet i ponuda na web stranici

- **Web URL:** <https://turismo.cartagena.es>
- **Logotip:** moderna stilizacija bogate ponude destinacije upotrebom fonta
- **Slogan:** La Gran Cartagena / The Great Cartagena
- **Pozicioniranje:** "veliki odmor u velikoj destinaciji" (destinacija bogata turističkim iskustvima)
- **Sadržaj glavnog menija:** o Cartageni, planirajte vaše putovanje, što vidjeti, što raditi, multimedija, turistički itinerari
- **Imidž materijali:** upečatljive imidž fotografije, 3D vizualizacije, info filmovi, promotivni marketinški spotovi, turističke karte, galerije slika dostupne na Pinterestu
- **Inbound kanali komunikacije:** aktivno vođenje 6 kanala (web stranica, Facebook, Instagram, YouTube, X, Pinterest)
- **Istaknuta ponuda:** kulturni turizam (povijesne znamenitosti iz rimskog doba, utvrde i dvorci, spomenici), turističke rute (arheološke, barokne, modernističke, suvremene, književne, parkovi i vrtovi), događaji, gastronomska ponuda, vodeni sportovi, hiking, parkovi prirode, shopping turizam, plažni turizam, ponuda za djecu, industrijska baština, besplatni muzeji i atrakcije, ponuda smještaja



## 2. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

# Skupine pokazatelja održivosti

<p><b>DRUŠTVENA ODRŽIVOST</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dva obvezna pokazatelja zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom (ZL-1 i ZL-2)</li> <li>• Dva specifična pokazatelja zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom (SZL-1 i SZL-3)</li> <li>• Jedan obvezni pokazatelj zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom (ZT-1)</li> <li>• Jedan obvezni pokazatelj pristupačnosti destinacije (PD-1)</li> <li>• Jedan obvezni pokazatelj sigurnosti destinacije (SD-1)</li> </ul>
<p><b>OKOLIŠNA ODRŽIVOST</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jedan obvezni pokazatelj upravljanja vodnim resursima (UVR-1)</li> <li>• Jedan obvezni pokazatelj gospodarenja otpadom (GO-1)</li> <li>• Jedan obvezni pokazatelj zaštite bioraznolikosti (BR-1)</li> <li>• Jedan obvezni pokazatelj održivog upravljanja energijom (UEN-1)</li> <li>• Jedan obvezni pokazatelj ublažavanja i prilagodbe klimatskim promjenama (UPK-1)</li> </ul>
<p><b>EKONOMSKA ODRŽIVOST</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dva obvezna pokazatelja turističkog prometa (TP-1 i TP-2)</li> <li>• Dva obvezna pokazatelja poslovanja gospodarskih subjekata u turizmu (PGS-1 i PGS-2)</li> </ul>
<p><b>OSTALO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jedan obvezni pokazatelj turističke infrastrukture (TI-1)</li> <li>• Jedan obvezni pokazatelj održivog upravljanja destinacijom (OUD-1)</li> <li>• Jedan obvezni pokazatelj održivog upravljanja prostorom (OUP-1)</li> </ul>

Napomena: Prostorna održivost je u naravi dio drugih vrsta održivosti (primarno okolišne), ali ju Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma vodi zasebno.

Izvor: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske - Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma

# Pokazatelji društvene održivosti ZL-1, PD-1 i SD-1

## ZL-1 BROJ TURISTIČKIH NOĆENJA NA STOTINU STALNIH STANOVNIKA U VRHU TURISTIČKE SEZONE

**Opcija 1** > Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je kolovoz s 25.419 noćenja > **ZL-1 = 3,20**.

**Opcija 2** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je srpanj s 25.534 noćenja > **ZL-1 = 3,22**.

**Opcija 3** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za ukupni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je srpanj s 26.023 noćenja > **ZL-1 = 3,28**.

## PD-1 UDIO ATRAKCIJA (LOKALITETA) PRISTUPAČNIH OSOBAMA S INVALIDITETOM

Od 30 turističkih atrakcija identificiranih i klasificiranih pod TI-1, njih 6 je najvećim dijelom pristupačno osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti, a to su Gospin otok, crkva sv. Obitelji (zasebna atrakcija na Gospinom otoku), srednji tok rijeke Jadro s rukavcima i ribnjakom (šire područje u centru Solina oko Gospinog otoka s pješačkim stazama / šetnicama), posebni ihtiološki rezervat Jadro s Izletištem Jadro (gornji tok rijeke Jadro), Dioklecijanov vodovod (mali dio u sklopu Izletišta Jadro) i poluotok Vranjic. Sukladno navedenom proizlazi da je **PD-1 = 20,0%** (6 / 30).

## SD-1 BROJ ORGANIZIRANIH TURISTIČKIH AMBULANTI

Grad Solin ima jednu novootvorenu turističku ambulantu, a koja se nalazi u sklopu poliklinike LUX (na adresi Stjepana Radića 34b). U blizini Solina se nalaze još dvije turističke ambulante, od kojih jedna u Splitu (na adresi Doverska 2), a druga u Kaštel Sućurcu (na adresi Cesta dr. Franje Tuđmana 107). Sukladno navedenom proizlazi da je **SD-1 = 1 (+2)**.

## Pokazatelji društvene održivosti ZL-2, SZL-1 i SZL-3

Turistička zajednica Grada Solina je u proljeće 2025. provela anketu 303 stanovnika Grada Solina sa sljedećom strukturom uzorka:

- Muškarci 37,6%, a žene 62,4% i prosječna dob od 41 godine;
- Prebivalište: više od 10 godina 72,6%, od 6 do 10 godina 12,9%, od 1 do 5 godina 10,6% i manje od 1 godine 4,0%;
- Obrazovanje: srednja škola 62,7%, diploma 19,1%, magisterij 16,5%, doktorat 0,7% i ostalo 1,0%;
- Zaposlenost: zaposlen / zaposlena 65,7%, umirovljen / umirovljena 16,2%, student / studentica 10,2% i ostalo 7,9%;
- Osobni mjesečni neto prihod: od 1.001 do 2.000 eura 39,9%, do 1.000 eura 20,8%, ostalo 10,6% i bez odgovora 28,7%;
- Turizam kao izvor prihoda: glavni izvor prihoda 3,0%, dodatni izvor prihoda 21,8% i nije izvor prihoda 75,2%.

### ZL-2 ZADOVOLJSTVO LOKALNOG STANOVNIŠTVA TURIZMOM

Ukupno 207 stanovnika je dalo ocjene 4 (95 stanovnika) i 5 (112 stanovnika) na pitanje o zadovoljstvu s razvojem turizma u Gradu Solinu, što znači da **ZL-2 iznosi 68,3%**.

### SZL-1 UTJECAJ TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA LOKALNOG STANOVNIŠTVA

Ukupno 226 stanovnika je odgovorilo da turizam pomaže bilo u održanju kvalitete života (82 stanovnika) ili u unaprijeđenju kvalitete života (144 stanovnika), što znači da **SZL-1 za pozitivnu percepciju utjecaja turizma na kvalitetu života u Gradu Solinu iznosi 74,6%**.

Ukupno 257 stanovnika je dalo ocjene 4 (80 stanovnika) i 5 (177 stanovnika) na pitanje o zadovoljstvu sa životom u Gradu Solinu, što znači da **SZL-1 za zadovoljstvo sa životom u Gradu Solinu iznosi 84,8%**.

### SZL-3 UDIO STANOVNIKA KOJI IMAJU POZITIVNO ODNOSNO NEGATIVNO MIŠLJENJE O UTJECAJU TURIZMA NA IDENTITET MJESTA

Ukupno 201 stanovnika je dalo ocjene 4 (102 stanovnika) i 5 (99 stanovnika) na pitanje o utjecaju turističkog razvoja na duh / autentičnost Grada Solina, dok je 211 stanovnika dalo ocjene 4 (98 stanovnika) i 5 (113 stanovnika) na pitanje o utjecaju turističkog razvoja na očuvanje tradicije, običaja i kulture Grada Solina. Sukladno navedenom proizlazi **SZL-3 za pozitivno mišljenje od 68,0%**. S druge strane, ukupno 15 stanovnika je dalo ocjene 1 i 2 na prvo pitanje, dok ih je 20 dalo ocjene 1 i 2 na drugo pitanje, a temeljem čega proizlazi **SZL-3 za negativno mišljenje od 5,8%**.

# Pokazatelj društvene održivosti ZT-1 - Turisti

## ZT-1 ZADOVOLJSTVO CJELOKUPNIM BORAVKOM U DESTINACIJI - TURISTI

Turistička zajednica Grada Solina je u proljeće 2025. provela anketu 341 turista sa sljedećom strukturom uzorka:

- Muškarci 48,7%, a žene 51,3% i prosječna dob od 48 godina;
- Zemlja prebivališta: Hrvatska 44,9%, SAD 13,5%, UK 4,1%, Slovenija 3,8%, BiH 2,9%, Singapur 2,9%, Njemačka 2,6%, Austrija 2,1%, Francuska 2,1%, Italija 1,8%, Japan 1,8%, Filipini 1,5%, Kina 1,5%, Srbija 1,5%, Španjolska 1,5% i ostale zemlje 11,7%;
- Obrazovanje: diploma 44,0%, magisterij 37,2%, srednja škola 12,6%, doktorat 5,9% i ostalo 0,3%;
- Zaposlenost: zaposlen / zaposlena 71,3%, umirovljen / umirovljena 18,2%, samozaposlen / samozaposlena 5,9% i ostalo 4,7%;
- Osobni mjesečni neto prihod: od 1.001 do 2.000 eura 27,9%, od 2.001 do 3.000 eura 20,2%, ostalo 19,1% i bez odgovora 32,8%;
- Razlog: odmor 41,6%, posao 25,2%, kongres 21,4%, posjeta rodbini i/ili prijateljima 7,0%, događaj 2,9% i drugi razlozi 1,8%;
- Dolazak: osobnim vozilom 39,0%, autobusom 27,9%, zrakoplovom 26,4%, motociklom 3,5% i drugim prijevoznim sredstvom 3,2%;
- Dolazak: s organiziranom grupom 34,6%, sam / sama 27,0%, s obitelji 15,0%, s partnerom / partnericom 13,8% i s prijateljima 9,7%;
- Smještaj: hotel 96,2%, ostale vrste smještaja 3,8%.

Turisti su dali sljedeće prosječne ocjene na četiri obvezna pitanja:

- 6,17 (na ljestvici od 1 do 7) za pitanje "Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u Solinu?";
- 6,23 (na ljestvici od 1 do 7) za pitanje "U kojoj mjeri je boravak u Solinu ispunio vaša očekivanja?";
- 6,30 (na ljestvici od 1 do 7) za pitanje "Kako biste ocijenili svoj boravak u Solinu?";
- 8,82 (na ljestvici od 0 do 10) za pitanje "Koliko je vjerojatno da ćete Solin preporučiti prijateljima, rodbini i/ili kolegama?".

**ZT-1 za turiste čine indeks zadovoljstva od 87,3% i neto spremnost na preporuku destinacije od 56,6%.**

Turisti su dali i prosječne ocjene od 6,46 za smještaj, 5,86 za restorane, 5,73 za ostalu turističku ponudu te 6,03 za ambijent i uređenost mjesta (sve ocjene na ljestvici od 1 do 7).

# Pokazatelj društvene održivosti ZT-1 - Jednodnevni posjetitelji

## ZT-1 ZADOVOLJSTVO CJELOKUPNIM BORAVKOM U DESTINACIJI - JEDNODNEVNI POSJETITELJI

Turistička zajednica Grada Solina je u proljeće 2025. provela anketu 208 jednodnevnih posjetitelja sa sljedećom strukturom uzorka:

- Muškarci 42,8%, a žene 57,2% i prosječna dob od 43 godine;
- Zemlja prebivališta: Hrvatska 33,2%, UK 6,7%, Italija 6,3%, Poljska 6,3%, Slovenija 5,3%, Njemačka 4,8%, SAD 4,3%, Španjolska 3,8%, Francuska 3,4%, Latvija 3,4%, Austrija 2,9%, Kanada 2,9%, Portugal 2,9%, Češka 2,4%, BIH 1,9%, Finska 1,9% i ostale zemlje 7,7%;
- Obrazovanje: diploma 49,5%, magisterij 25,5%, srednja škola 16,3%, doktorat 4,8% i ostalo 3,8%;
- Zaposlenost: zaposlen / zaposlena 67,3%, umirovljen / umirovljena 13,9%, samozaposlen / samozaposlena 8,2% i ostalo 10,6%;
- Osobni mjesečni neto prihod: od 1.001 do 2.000 eura 26,0%, od 2.001 do 3.000 eura 20,2%, ostalo 38,9% i bez odgovora 14,9%;
- Razlog: odmor 41,8%, kongres 25,5%, posao 13,0%, događaj 8,7%, posjeta rodbini i/ili prijateljima 5,8% i drugi razlozi 5,3%;
- Dolazak: osobnim vozilom 46,6%, zrakoplovom 32,2%, autobusom 17,3%, vlakom 1,0% i drugim prijevoznim sredstvom 2,9%;
- Dolazak: s partnerom / partnericom 26,4%, sam / sama 26,0%, s organiziranom grupom 19,7%, s obitelji 15,9% i s prijateljima 12,0%;
- Smještaj: bez smještaja jer se anketa odnosi na jednodnevne posjetitelje.

Jednodnevni posjetitelji su dali sljedeće prosječne ocjene na četiri obvezna pitanja:

- 6,05 (na ljestvici od 1 do 7) za pitanje "Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u Solinu?";
- 6,05 (na ljestvici od 1 do 7) za pitanje "U kojoj mjeri je boravak u Solinu ispunio vaša očekivanja?";
- 6,10 (na ljestvici od 1 do 7) za pitanje "Kako biste ocijenili svoj boravak u Solinu?";
- 8,73 (na ljestvici od 0 do 10) za pitanje "Koliko je vjerojatno da ćete Solin preporučiti prijateljima, rodbini i/ili kolegama?".

**ZT-1 za jednodnevne posjetitelje čine indeks zadovoljstva od 84,4% i neto spremnost na preporuku destinacije od 57,2%.**

Jednodnevni posjetitelji su dali i prosječne ocjene od 5,84 za restorane, 5,88 za ostalu turističku ponudu te 6,01 za ambijent i uređenost mjesta (sve ocjene na ljestvici od 1 do 7).

# Pokazatelji okolišne održivosti UVR-1 i GO-1

## UVR-1 OMJER POTROŠNJE VODE PO TURISTIČKOM NOĆENJU U ODNOSU NA PROSJEČNU POTROŠNJU VODE PO STALNOM STANOVNIKU DESTINACIJE

**Opcija 1** > Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je kolovoz s 25.419 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 168.864 m<sup>3</sup>), dok je mjesec s najmanjim brojem noćenja siječanj s 869 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 121.489 m<sup>3</sup>) > **UVR-1 = 1.277,70.**

**Opcija 2** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je srpanj s 25.534 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 171.674 m<sup>3</sup>), dok je mjesec s najmanjim brojem noćenja siječanj s 1.327 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 121.489 m<sup>3</sup>) > **UVR-1 = 1.385,08.**

**Opcija 3** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za ukupni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je srpanj s 26.023 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 171.674 m<sup>3</sup>), dok je mjesec s najmanjim brojem noćenja siječanj s 1.642 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 121.489 m<sup>3</sup>) > **UVR-1 = 1.382,52.**

## GO-1 OMJER KOLIČINE KOMUNALNOG OTPADA NASTALE PO NOĆENJU TURISTA I KOLIČINE OTPADA KOJE GENERIRA STANOVNIŠTVO U DESTINACIJI

**Opcija 1** > Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je kolovoz s 25.419 noćenja (ukupni otpad u istom mjesecu od 767,46 tona), dok je mjesec s najmanjim brojem noćenja siječanj s 869 noćenja (ukupni otpad u istom mjesecu od 742,15 tona) > **GO-1 = 3,53.**

**Opcija 2** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je srpanj s 25.534 noćenja (ukupni otpad u istom mjesecu od 835,91 tona), dok je mjesec s najmanjim brojem noćenja siječanj s 1.327 noćenja (ukupni otpad u istom mjesecu od 742,15 tona) > **GO-1 = 13,42.**

**Opcija 3** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za ukupni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je srpanj s 26.023 noćenja (ukupni otpad u istom mjesecu od 835,91 tona), dok je mjesec s najmanjim brojem noćenja siječanj s 1.642 noćenja (ukupni otpad u istom mjesecu od 742,15 tona) > **GO-1 = 13,60.**

# Pokazatelji okolišne održivosti BR-1, UEN-1 i UPK-1

## BR-1 UDIO ZAŠTIĆENIH PODRUČJA U DESTINACIJI U UKUPNOJ POVRŠINI DESTINACIJE (UKUPNO I POJEDINAČNO PO KATEGORIJI)

Grad Solin ima površinu od 34,63 km<sup>2</sup> (3.463 ha) i dva zaštićena prirodna područja: posebni ihtiološki rezervat Gornji tok rijeke Jadro (površine 5,81 ha, od čega 3,78 ha u Gradu Solinu, a 2,03 ha u Općini Klis) i spomenik parkovne arhitekture stablo močvarnog čempresa (bez površine, u donjem toku rijeke Jadro), temeljem čega proizlazi **BR-1 = 0,11%**.

U prostoru Grada Solina se nalaze i dijelovi tri područja ekološke mreže Natura 2000, a to su područje očuvanja značajno za ptice Mosor, Kozjak i Trogirski zagora (ukupne površine 46.005 ha, od čega 2.348 ha u Gradu Solinu) te dva područja očuvanja značajna za vrste i stanište tipove: Jadro (ukupne površine 6,16 ha, od čega 3,26 ha u Gradu Solinu) i Mosor (ukupne površine 17.009 ha, od čega 244 ha u Gradu Solinu), pri čemu su oba gotovo u cijelosti unutar navedenog područja očuvanja značajnog za ptice.

## UEN-1 OMJER POTROŠNJE ELEKTRIČNE ENERGIJE PO TURISTIČKOM NOĆENJU U ODNOSU NA POTROŠNJU ELEKTRIČNE ENERGIJE STALNOG STANOVNIŠTVA DESTINACIJE

**Opcija 1** > Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je kolovoz s 25.419 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 4.560.325 kWh), dok je mjesec s najmanjim brojem noćenja siječanj s 869 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 5.541.606 kWh) > **UEN-1 = -568,62**.

**Opcija 2** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je srpanj s 25.534 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 4.550.631 kWh), dok je mjesec s najmanjim brojem noćenja siječanj s 1.327 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 5.541.606 kWh) > **UEN-1 = -580,34**.

**Opcija 3** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za ukupni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim brojem noćenja je srpanj s 26.023 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 4.550.631 kWh), dok je mjesec s najmanjim brojem noćenja siječanj s 1.642 noćenja (ukupna potrošnja u istom mjesecu od 5.541.606 kWh) > **UEN-1 = -574,92**.

## UPK-1 USPOSTAVLJEN SUSTAV ZA PRILAGODBU KLIMATSKIM PROMJENAMA I PROCJENU RIZIKA

Grad Solin nema uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika > **UPK-1 = NE**.

# Pokazatelji ekonomske održivosti TP-1, TP-2 i PGS-1

## TP-1 UKUPAN BROJ DOLAZAKA TURISTA U MJESECU S NAJVEĆIM OPTEREĆENJEM

**Opcija 1** > Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim opterećenjem (mjesec u kojemu je ostvaren najveći broj noćenja) je kolovoz s 5.717 dolazaka > **TP-1 = 5.717.**

**Opcija 2** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim opterećenjem (mjesec u kojemu je ostvaren najveći broj noćenja) je srpanj s 5.874 dolazaka > **TP-1 = 5.874.**

**Opcija 3** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za ukupni turistički promet u Gradu Solinu 2024., mjesec s najvećim opterećenjem (mjesec u kojemu je ostvaren najveći broj noćenja) je srpanj s 5.908 dolazaka > **TP-1 = 5.908.**

## TP-2 PROSJEČNA DULJINA BORAVKA TURISTA U DESTINACIJI

**Opcija 1** > Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., prosječna duljina boravka je 3,06 noćenja po dolasku (110.346 noćenja / 36.035 dolazaka) > **TP-2 = 3,06.**

**Opcija 2** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za komercijalni turistički promet u Gradu Solinu 2024., prosječna duljina boravka je 3,11 noćenja po dolasku (112.838 noćenja / 36.229 dolazaka) > **TP-2 = 3,11.**

**Opcija 3** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za ukupni turistički promet u Gradu Solinu 2024., prosječna duljina boravka je 3,17 noćenja po dolasku (115.344 noćenja / 36.361 dolazaka) > **TP-2 = 3,17.**

## PGS-1 UKUPAN BROJ ZAPOSLENIH U DJELATNOSTIMA PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE (I/ILI PIĆA)

Grad Solin je u 2024. prema podacima Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike Republike Hrvatske imao sljedeće razine ukupne zaposlenosti po mjesecima: I - 8.817, II - 8.889, III - 8.926, IV - 9.046, V - 9.115, VI - 9.085, VII - 9.085, VIII - 9.058, IX - 9.245, X - 9.260, XI - 9.288 i XII - 9.293, dok je prema podacima Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje imao sljedeće razine zaposlenosti po mjesecima u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (i/ili pića), odnosno u djelatnostima iz skupine I prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD 55 i 56): I - 290, II - 301, III - 315, IV - 320, V - 323, VI - 330, VII - 346, VIII - 332, IX - 331, X - 323, XI - 318 i XII - 333, a temeljem čega proizlazi **PGS-1 = od 290 do 346 (od 3,29% do 3,81% ukupno zaposlenih).** <sup>95</sup>

## Pokazatelj ekonomske održivosti PGS-2

### PGS-2 POSLOVNI PRIHOD GOSPODARSKIH SUBJEKATA (OBVEZNIKA POREZA NA DOBIT) U DJELATNOSTIMA PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE (I/ILI PIĆA)

**Prema podacima Financijske agencije (FINA) za 2023.**, gospodarski subjekti (obveznici poreza na dobit) sa sjedištem u Gradu Solinu su u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (i/ili pića), odnosno u djelatnostima iz skupine I prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD 55 i 56), ostvarili poslovni prihod od 23.845.866 eura > **PGS-2 = 23.845.866 eura.**

**Podaci Financijske agencije (FINA) za 2024. su zaključno do 07.07.2025. raspoloživi za 80 gospodarskih subjekata** (obveznika poreza na dobit) sa sjedištem u Gradu Solinu, a koji su kao pretežitu (glavnu) djelatnost imali registriranu jednu od djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (i/ili pića), odnosno djelatnost iz skupine I prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD 55 i 56). Navedeni subjekti su u 2024. imali 438 zaposlenih na bazi sati rada te su ostvarili ukupni prihod od 24.104.569 eura (poslovni prihod od najviše 24.003.596 eura, a financijski prihod od najmanje 105.973 eura, ovisno o konačnim financijskim izvještajima), temeljem čega proizlazi sljedeći **privremeni pokazatelj za 2024.: PGS-2 = 24.003.596 eura.**

Međutim, pokazatelje ekonomske održivosti PGS-1 i PGS-2 treba uzeti s rezervom zbog sljedećih razloga:

- Određeni subjekti se u naravi ne bave djelatnošću u skupini djelatnosti u kojoj su razvrstani (npr. Sipos charter);
- Određeni subjekti ostvaruju prihode izvan Solina, bilo djelomično (npr. Dolis) ili u cijelosti (značajni broj subjekata);
- Nisu uključeni subjekti čija se sjedišta nalaze u drugom gradu / općini, a ostvaruju prihode u Solinu (npr. President grupa);
- Nisu uključeni subjekti sa sjedištem u Solinu koji se bave drugim turističkim djelatnostima (npr. agencije Plautilla i SPU 365);
- Nisu uključeni gospodarski subjekti koji nisu obveznici poreza na dobit (veliki broj obrta);
- Relevantni pokazatelji ekonomske održivosti u tržišnoj ekonomiji su neto plaće zaposlenih, stope dobiti i određeni drugi pokazatelji.

# Pokazatelj TI-1

## TI-1 IDENTIFIKACIJA I KLASIFIKACIJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Grad Solin ima 30 turističkih atrakcija (**TI-1 = 30**), od čega 8 arheoloških, 11 vjerskih, 5 prirodnih i 6 drugih (kulturnih) atrakcija:

- **12 zaštićenih kulturnih dobara koje Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske u Registru kulturnih dobara navodi kao kulturna dobra Grada Solina**, a to su Arheološka zona Solina (uglavnom antička Salona), utvrda Gradina (zasebno dobro iako je unutar Arheološke zone Solina), arheološki lokaliteti / nalazišta Crkvine, Dvorine (unutar Općine Klis), Ilirska Salona, Rižinice i Šuplja crkva (unutar Općine Klis), poluotok Vranjic (ruralna cjelina i kopnena arheološka zona s hidroarheološkom zonom), crkva sv. Martina biskupa (Vranjic), tvrđava Kuk, Gašpina mlinica (unutar Općine Klis) i Zgrada na željezničkoj postaji Solin;
- **2 druga zaštićena kulturna dobra u Registru kulturnih dobara Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske:** Gospin otok (zasebna atrakcija kao otok iako je najvećim dijelom unutar Arheološke zone Solina) i Dioklecijanov vodovod (koji se navodi kao kulturno dobro Grada Splita iako velikim dijelom prolazi i kroz Grad Solin, s vrlo malim vidljivim dijelom na Izletištu Jadro);
- **11 drugih značajnijih (uglavnom lokalno zaštićenih) kulturnih dobara:** arheološki lokalitet / nalazište Marusinac (dio antičke Salone koji je izvan Arheološke zone Solina) i crkve Bezgrešnog Začeca Blažene Djevice Marije (Kučine), Blažene Djevice Marije / Gospe od Otoka (zasebna atrakcija na Gospinom otoku), Gospe od Zdravlja (Blaca), sv. Ivana Krstitelja (Mravince), sv. Jure (Blaca), sv. Kaja, sv. Luke (Kučine), sv. Nikole, sv. Obitelji (zasebna atrakcija na Gospinom otoku) i sv. Petra (Kučine);
- **5 prirodnih atrakcija:** posebni ihtiološki rezervat Jadro s Izletištem Jadro (gornji tok rijeke Jadro), srednji tok rijeke Jadro s rukavcima i ribnjakom (u centru Solina), stablo močvarnog čempresa (spomenik parkovne arhitekture u donjem toku rijeke Jadro) te dijelovi planina Kozjak i Mosor (vrhovi i obronci koji su velikim dijelom zaštićena područja ekološke mreže Natura 2000).

Osim navedenih, Grad Solin ima i druga (uglavnom zaštićena i/ili evidentirana) kulturna dobra (na lokalnoj razini), ali se ova dobra s polazišta turističkog razvoja i marketinga ne mogu smatrati turističkim atrakcijama, a to su arheološki lokaliteti / nalazišta Bilice, Crikvina, Dračevac, Glavičine, Karabaši, Latičine, Libovac, Majdan, Sutikva, Voljak i Žižina glavica te ostaci rimskog vodovoda (za Salonu), crkvice na groblju u naselju Mravince, sklopovi kuća Parać i Vukšić, itd.

# Pokazatelji OUD-1 i OUP-1

## OUD-1 STATUS IMPLEMENTACIJE AKTIVNOSTI IZ PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM

Prethodno spomenuta Strategija razvoja turizma Grada Solina 2018. - 2025. je definirala sljedeće aktivnosti:

- A. Turistifikacija destinacije** > 1. Uređenje javnih površina, 2. Unaprjeđenje turističke signalizacije i interpretacija turističkih atrakcija sa sustavom kretanja, 3. Wi-Fi pristup internetu, 4. Uređenje izletišta na području gornjeg toka rijeke Jadro, 5. Izgradnja marine na ušću rijeke Jadro i 6. Uređenje vidikovca na Kozjaku i izletišta Blaca, a među kojima su aktivnosti pod točkama 1, 2 i 4 u većoj mjeri implementirane, dok aktivnosti pod točkama 3, 5 i 6 nisu implementirane;
- B. Organizacija i edukacija u turizmu** > 1. Edukacija lokalnog stanovništva o prednostima i nedostacima turističkog razvoja te 2. Interni marketing, a što je u većoj mjeri ostvareno kroz brojna događanja, kampanju "I ja sam prijatelj Salone", itd.;
- C. Razvoj proizvoda i komunikacijske aktivnosti** > 1. Izgradnja novih smještajnih kapaciteta, 2. Unaprjeđenje ponude kulturnog turizma, 3. Razvoj ponude za avanturizam nižeg intenziteta, 4. Razvoj ponude vjerskog turizma, 5. Razvoj suvenira i lokalnih proizvoda te 6. Unaprjeđenje gastronomske ponude, a među kojima su realizirane aktivnosti pod točkama 2 i 3, dijelom i 6, dok aktivnost pod točkom 1 nije realizirana za hotelski smještaj, a nije realizirana ni aktivnost pod točkom 5;
- D. Održivi razvoj destinacije** > 1. Praćenje indikatora održivog razvoja turizma i 2. Okolišno odgovorno ponašanje i eko označavanje, a koje nisu implementirane za aktivnost pod točkom 1 i eko označavanje pod točkom 2.

## OUP-1 BROJ OSTVARENIH NOĆENJA U SMJEŠTAJU U DESTINACIJI PO HEKTARU IZGRAĐENOG GRAĐEVINSKOG PODRUČJA

**Opcija 1** > Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske za komercijalni turistički promet, Grad Solin je 2024. imao 110.346 noćenja, a 314,09 hektara izgrađenog građevinskog zemljišta > **OUP-1 = 351,32.**

**Opcija 2** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za komercijalni turistički promet, Grad Solin je 2024. imao 112.838 noćenja, a 314,09 hektara izgrađenog građevinskog zemljišta > **OUP-1 = 359,25.**

**Opcija 3** > Prema podacima Turističke zajednice Grada Solina (sustav eVisitor) za ukupni turistički promet, Grad Solin je 2024. imao 115.344 noćenja, a 314,09 hektara izgrađenog građevinskog zemljišta > **OUP-1 = 367,23.**

# 3. RAZVOJNI SMJER, CILJEVI, MJERE I AKTIVNOSTI



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

# Putokaz od SWOT analize do razvojnih mjera i aktivnosti



## 3.1. SWOT analiza



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

## Jakosti / Prednosti (S - Strengths)

- **Dio užeg urbanog područja Splita**, koje u naravi predstavlja jedinstveno i globalno prepoznatljivo turističko područje
- **Izvrсна cestovna dostupnost** autocestom A1 te državnim cestama D1 i D8 s brzim ulazima u grad / izlazima iz grada
- **Blizina Zračne luke Split** (koja je bliža Solinu nego Splitu)
- **Vrlo dobra zračna povezanost izravnim letovima u ljetnom redu letenja** (sedam mjeseci od kraja ožujka do kraja listopada)
- **Blizina Luke Split**, a koja omogućuje izlete / putovanja na nekoliko otoka
- **Mnogobrojne brodske linije koje povezuju Split s otocima** tijekom godine, a posebno ljeti
- **Antička Salona / Arheološka zona Solina** > najznačajnija arheološka zona u Hrvatskoj iz antičkog doba
- **Iznimni značaj u ranokršćanskoj povijesti Hrvatske** > jedno od mjesta u kojemu je započelo širenje kršćanstva na području današnje Hrvatske
- **Vrlo značajna uloga i bogato kulturno nasljeđe iz starohrvatskog razdoblja** > Gospin otok, Šuplja crkva, Rižinice, itd.
- **Rijeka Jadro** > mala, ali atraktivna rijeka s izletištem kod izvora, bistrom vodom, mekousnom pastrvom i močvarnim čempresom
- **Šetnje u centru** > pješačke staze uz glavni tok i rukavce Jadra u centru Solina u okruženju povijesnih znamenitosti
- **Planina Kozjak** > 18 planinarskih staza ukupne duljine oko 33 km, od čega značajni dio s atraktivnim pogledima na Split i otoke
- **Planina Mosor** > 2 planinarske staze ukupne duljine oko 8 km, također s atraktivnim pogledima na cijelo područje
- **Zanimljivi kulturni događaji** > Međunarodni kongres povijesnih gradova, Solinsko kulturno ljeto, Romantika u Saloni, itd.
- **Pristupačnije cijene smještaja, restorana i barova** u odnosu na cijene smještajnih i ugostiteljskih objekata u Splitu
- **Turistička zajednica Grada Solina** > više razine znanja i učinkovitosti u odnosu na mnoge druge turističke zajednice u Hrvatskoj
- **Slična struktura turista kao i u Splitu** po sezonama, načinu dolaska, porijeklu, itd.

## Slabosti / Nedostaci (W - Weaknesses)

- **Povijest divlje gradnje** (ostaci s arheoloških lokaliteta korišteni u gradnji te vrlo niske razine urbanističke logike i estetike)
- **Industrijski doživljaj poluotoka Vranjica** koji je okružen industrijom, s pogledima na industriju te s onečišćenim zrakom i morem
- **Učestale gužve na glavnim cestovnim prometnicama**, posebno tijekom ljeta, ali i ostatku godine u određena doba dana
- **Iznimno slaba zračna povezanost izravnim letovima u zimskom redu letenja** (pet mjeseci od kraja listopada do kraja ožujka)
- **Vrlo mali broj potpuno očuvanih povijesnih znamenitosti** (uglavnom zidovi, temelji, stupovi i drugi ostaci)
- **Nezadovoljavajuće razine prezentacije i interpretacije povijesnih znamenitosti** (promatrano u prosjeku za sve znamenitosti)
- **Nedostatak određenih sadržaja u glavnom dijelu antičke Salone** (npr. uređene staze, klupe, rasvjeta, nadzor, bukobrani, itd.)
- **Neuređeni ili nepostojeći pristupi određenim arheološkim lokalitetima** (npr. Šuplja crkva, pristup Saloni iz centra Solina, itd.)
- **Neatraktivan pristup izletištu Jadro** zbog nedovoljno uređene ceste, nedostatka nogostupa, pogleda na industrijske objekte, itd.
- **Nepostojanje određenih (segmenata) pješačkih staza / šetnica uz Jadro** u centru Solina
- **Nepostojanje glavnog gradskog trga** u centru Solina
- **Nepostojanje parkirališta za turističke autobuse**, kako u centru Solina, tako i u glavnom dijelu antičke Salone
- **Nedostatak hotelskog smještaja**, a posebno na razini visoke 3\* i standardne 4\* prema međunarodnim hotelskim standardima
- **Nedovoljna raznovrsnost ponude suvenira** (npr. suveniri i drugi predmeti s kršćanskom tematikom)
- **Vrlo mali budžeti za organizaciju događaja**, a s kojima nije moguće napraviti značajnije iskorake, posebno za kulturne događaje
- **Mali godišnji prihodi Turističke zajednice Grada Solina** u odnosu na prihode drugih priobalnih turističkih zajednica
- **Nepostojanje brenda** na način na koji ga imaju moderne turističke destinacije
- **Donekle zastarjela web stranica Turističke zajednice Grada Solina** unatoč velikom broju fotografija i tekstualnih opisa
- **Mali volumeni turističkog prometa** u odnosu na većinu gradova i općina u neposrednom okruženju

## Mogućnosti / Prilike (O - Opportunities)

- **Grad s rastućim i mlađim stanovništvom** u odnosu na većinu drugih gradova Hrvatske, što Solin čini životnijim i perspektivnijim te stabilnim izvorom radne snage u budućnosti
- **Izvrсни položaj Solina kao potencijalno glavne baze za istraživanje Dalmacije vozilom** (automobilom, autodomom, motociklom i sl.) s velikim brojem raznovrsnih atrakcija koje se nalaze do jednog sata vožnje (Split, Trogir, Šibenik, Krka, Klis, Sinj, Cetina, Omiš, itd.), a s bržim dnevnim odlascima iz smještajnog objekta / dolascima u smještajni objekt u odnosu na Split kao bazu
- **Tržište tura**, kako organizirane turističke grupe, tako i pojedinci i drugi koji samostalno organiziraju putovanja
- **Tržište turista koji vole hodati te pješke istraživati atrakcije** s obzirom da Solin već danas nudi raznovrsne mogućnosti dužeg hodanja (Salona, centar Solina, izletišta Jadro i određene planinarske staze)
- **Tržište malih kongresa i sličnih skupova** za od 50 do 250 osoba, kako korporativni skupovi, tako i skupovi raznovrsnih udruga
- **Tržišne niše povezane s kulturom** kao što su arheolozi, drugi stručnjaci i studenti iz područja kulture, zaljubljenici u kulturno nasljeđe određenog povijesnog razdoblja (antika, rano kršćanstvo, stvaranje hrvatske države), hodočasnici, itd.
- **Snažniji razvoj određenog broja događaja**, a posebno onih koji su izravno povezani s kulturom
- **Razvoj inovativnih, kvalitetnih i održivih turističkih projekata**, uključujući atrakcije, smještaj, ugostiteljstvo, itd.
- **Visoka očekivanja glavnih turističkih dionika od razvoja turizma u Solinu** u funkciji etabliranja Solina kao prepoznatljive europske turističke destinacije na razini visoke 4\*
- **Snažnija suradnja Turističke zajednice Grada Solina s turističkim zajednicama u okruženju** (npr. Grad Split, Grad Kaštela i Općina Podstrana) u planiranju i razvoju određenih turističkih proizvoda, ali i provedbi nekih zajedničkih promidžbenih aktivnosti
- **Ostale suradnje** kao što su suradnje Turističke zajednice Grada Solina s drugim turističkim zajednicama u Hrvatskoj i inozemstvu

## Prijetnje / Opasnosti (T - Threats)

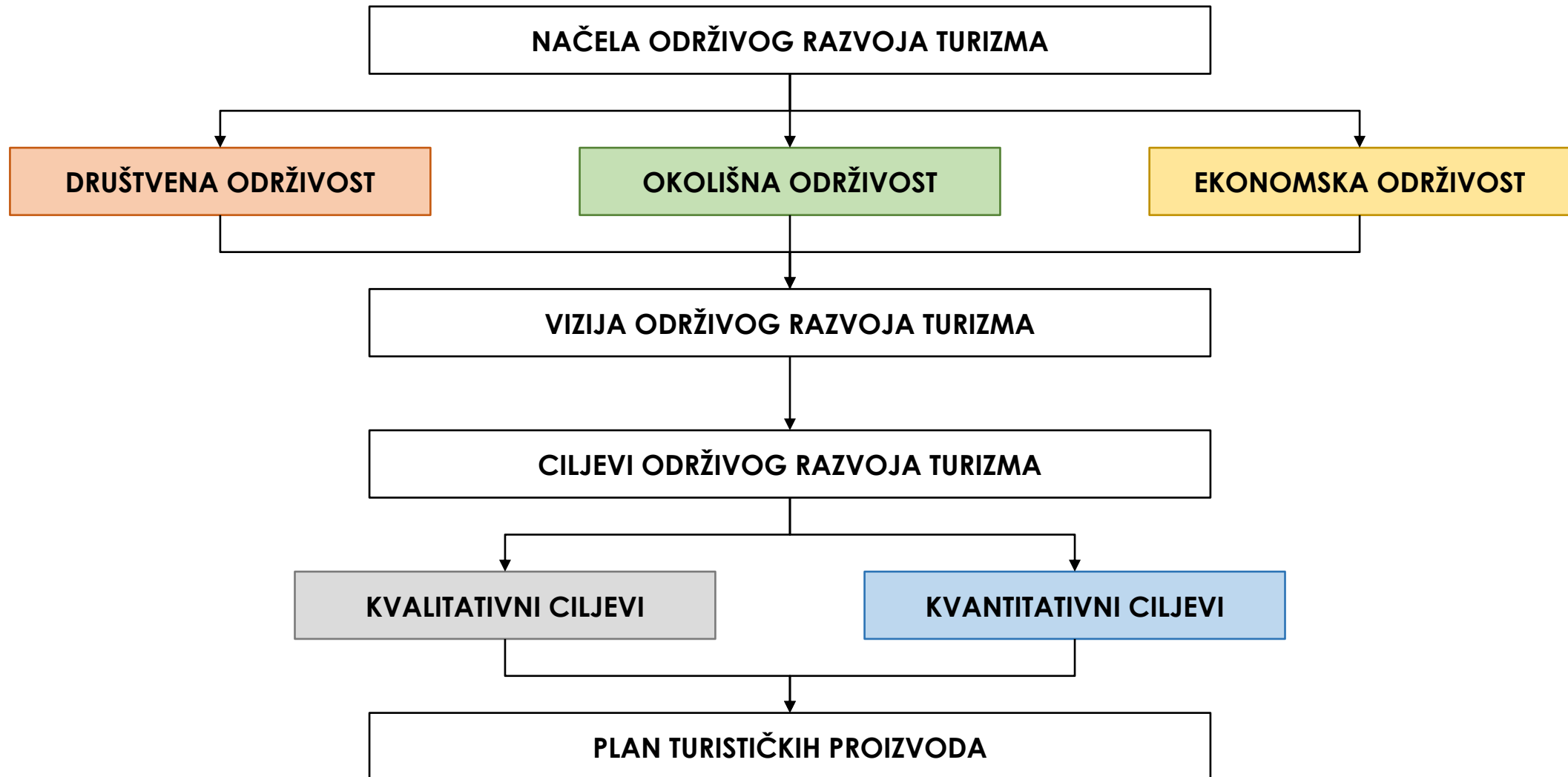
- **Nastavak "zimskog sna" Zračne luke Split neuvođenjem značajnijeg broja izravnih letova u zimskom redu letenja** (pet mjeseci od kraja listopada do kraja ožujka), a što će najvećim dijelom ovisiti o izvansezonskom turističkom razvoju Splita kao glavnog područnog središta, odnosno razvoju tržišne pozicije Splita (i okruženja) kao atraktivne destinacije za kratke odmore, kongrese i slične skupove te događaje
- **Propadanje materijalne kulturne baštine** uslijed nedostatka financijskih sredstava potrebnih za njenu zaštitu i očuvanje, ali i zbog prirodnih pojava i klimatskih promjena
- **Neodgovorno ponašanje određenog dijela lokalnog stanovništva** prema materijalnoj kulturnoj baštini i prirodnom okolišu (odlaganje otpada na arheološkim lokalitetima i u prirodi, crtanje grafita po građevinama, itd.)
- **Pretjerani razvoj privatnog smještaja**, odnosno soba, apartmana i kuća za odmor, a što na razini destinacije može dovesti do pada prosječne godišnje iskorištenosti smještajnih kapaciteta, nižih cijena smještaja i manjih prihoda po smještajnoj jedinici
- **Pretjerani razvoj smještajne ponude u susjednim gradovima i općinama kao jedna opcija**, posebno u Splitu, Kaštelima, Klisu i Podstrani, a što može dodatno ugroziti poslovne performanse smještajnih objekata u Gradu Solinu (manje razine iskorištenosti kapaciteta, niže cijene smještaja, manji prosječni prihodi, itd.)
- **Postavljanje ograničenja na razvoj smještajne ponude u susjednim gradovima i općinama kao druga opcija**, a što može dovesti do stavljanja Solina u središte interesa za novim valom "apartmanizacije"
- **Pretjerana gradnja** kojom se smanjuje ionako mali prirodni prostor, povećavaju cestovne i druge gužve, stvaraju pritisci na ostalu infrastrukturu, smanjuje kvaliteta življenja lokalnog stanovništva te ugrožava turistički doživljaj
- **Nedostatak koordinacije i suradnje** između između glavnih dionika u turizmu Grada Solina u izradi i provedbi razvojnih planova, programa i projekata

## 3.2. Načela, vizija i ciljevi razvoja te plan turističkih proizvoda



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

# Načela, vizija i ciljevi razvoja te plan turističkih proizvoda



# Društvena načela održivog razvoja turizma

Turistički dionici Grada Solina bi trebali provoditi održivi razvoj na temelju sljedećih društvenih načela:



- **Zaštita i očuvanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine** s fokusom na postupnu revitalizaciju najznačajnijih povijesnih lokaliteta i objekata te jačanje tradicijskih događaja i običaja



- **Podizanje svijesti i trajno podsjećanje o potrebi zaštite i očuvanja materijalne kulturne baštine** kako među svim građanima, tako i među svim turistima i posjetiteljima prilikom njihovih posjeta Gradu Solinu

- **Veća koordinacija i snažnija suradnja između relevantnih dionika** u izradi i provedbi razvojnih planova, programa i projekata od zajedničkog interesa

- **Sudjelovanje lokalnog stanovništva u procesima donošenja odluka** koje se odnose na najznačajnije razvojne planove, programe i projekte



- **Održavanje seminara, treninga i drugih vrsta edukacija**, kako s ciljem podizanja znanja i vještina postojećih djelatnika (*upskilling*), tako i radi prekvalifikacija, odnosno obrazovanja novih djelatnika (*reskilling*)

- **Unaprjeđivanje kvalitete življenja lokalnog stanovništva** kroz stalna poboljšanja prometne i komunalne infrastrukture te postupno uvođenje raznovrsnih životnih pogodnosti (npr. parkirališta, dječja igrališta, itd.)

- **Osiguranje atraktivnosti svih drugih uvjeta življenja za zadržavanje lokalnog stanovništva** s fokusom na mlađe pojedince i mlade obitelji



- **Uključivanje raznovrsnih društvenih skupina** u procesima turističkog razvoja i poslovanja (npr. osobe s invaliditetom i smanjene pokretljivosti te pripadnici etničkih, vjerskih i drugih manjina)

# Okolišna načela održivog razvoja turizma

Turistički dionici Grada Solina bi trebali provoditi održivi razvoj turizma na temelju sljedećih okolišnih načela:



- **Zaštita i očuvanje okoliša**, uključujući ne samo postojeće zelene površine i zaštićene prirodne prostore, već i cjelokupnu životnu sredinu



- **Podizanje svijesti i trajno podsjećanje o potrebi zaštite i očuvanja okoliša** kako među svim građanima, tako i među svim turistima i posjetiteljima prilikom njihovih posjeta Gradu Solinu



- **Uvođenje visokih ekoloških standarda u poslovanju** s fokusom na zbrinjavanje i recikliranje otpada te odgovornu potrošnju električne energije i vode, ali i druge operativne procese (npr. kupnja sitnog inventara od recikliranih sastojaka)
- **Korištenje ekološki prihvatljivih materijala i energetski učinkovitih rješenja u gradnji i opremanju** kako u obnovi postojećih, tako i gradnji novih objekata / sadržaja
- **Uvođenje strogih kontrola i sankcioniranje** za neodgovorno ponašanje prema okolišu (npr. za divlja odlagališta otpada, korištenje opasnih materijala i rješenja, itd.)
- **Postupno povećavanje zelenih površina i/ili zaštićenog prirodnog prostora** (npr. novi parkovi u širem centru Solina i prostor uz posebni ihtiološki rezervat Jadro)



- **Revitalizacija zapuštenih objekata i prostora** bilo njihovom prenamjenom za nove svrhe ili rušenjem radi povratka prirodi (za objekte za koje ne postoje strateški interes i/ili ekonomska opravdanost ulaganja)
- **Dobivanje značajnijih međunarodnih ekoloških certifikata i priznanja** (npr. European Green Pioneer of Smart Tourism, Green Destinations, UNWTO Awards, itd.)

# Ekonomska načela održivog razvoja turizma

Turistički dionici Grada Solina bi trebali provoditi održivi razvoj na temelju sljedećih ekonomskih načela:



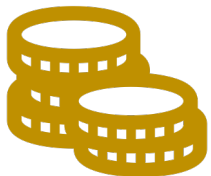
- **Usmjerenost prema postupnom rastu turističkog prometa** s ciljem ostvarivanja većih prihoda od turizma, a za Turističku zajednicu Grada Solina i radi povećavanja vlastitih (izvornih) prihoda i smanjivanja ovisnosti o proračunskim sredstvima



- **Očuvanje postojećih i postupno otvaranje novih radnih mjesta** u svim smještajnim, ugostiteljskim i drugim turističkim objektima i sadržajima



- **Unaprjeđenje poslovanja postojećih poslovnih subjekata** kroz bilo održavanje ili podizanje kvalitete sadržaja i usluga, snažniji marketing i prodaju te strožu kontrolu troškova (uz izuzetak troškova rada)
- **Stvaranje poticajnog gospodarskog okruženja** koje olakšava poslovanje gospodarskim subjektima, privlači ulagače i doprinosi razvoju poduzetništva s fokusom na malo i srednje poduzetništvo te samozapošljavanje
- **Poboljšanje postojećih i pokretanje novih suradnji između raznovrsnih dionika**, uključujući suradnju između relevantnih dionika Grada Solina i suradnje s drugim dionicima (npr. područni gradovi i općine te njihove turističke zajednice) u planiranju i provedbi aktivnosti od zajedničkog interesa s fokusom na razvoj turističkih proizvoda i marketinške komunikacije, a s ciljem ostvarivanja razvojnih i marketinških sinergija



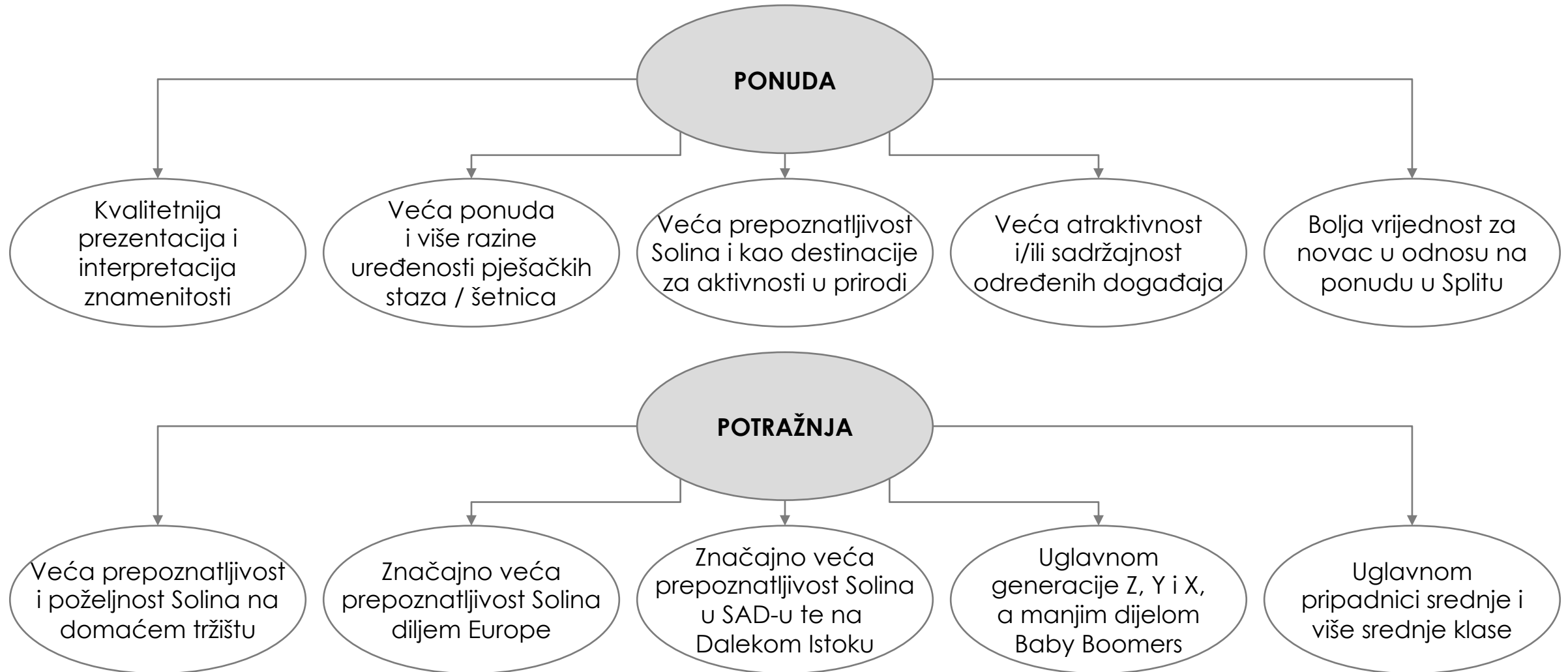
- **Veća integracija turizma i poljoprivrede**, primarno kroz plasman lokalnih (solinskih) i područnih (dalmatinskih) prehrambenih proizvoda u ugostiteljskim i trgovinskim sadržajima
- **Izbjegavanje upitnih projekata** koji zahtijevaju značajna ulaganja i/ili operativne troškove, a nemaju strateški značaj i/ili ekonomsku opravdanost jer isti mogu snažno i trajno opteretiti proračune dionika javnog sektora u slučaju javnih projekata, odnosno dovesti do bankrota gospodarskih subjekata u slučaju privatnih projekata (tzv. projekti bijeli slonovi / *white elephant projects*)

## Vizija održivog turističkog razvoja

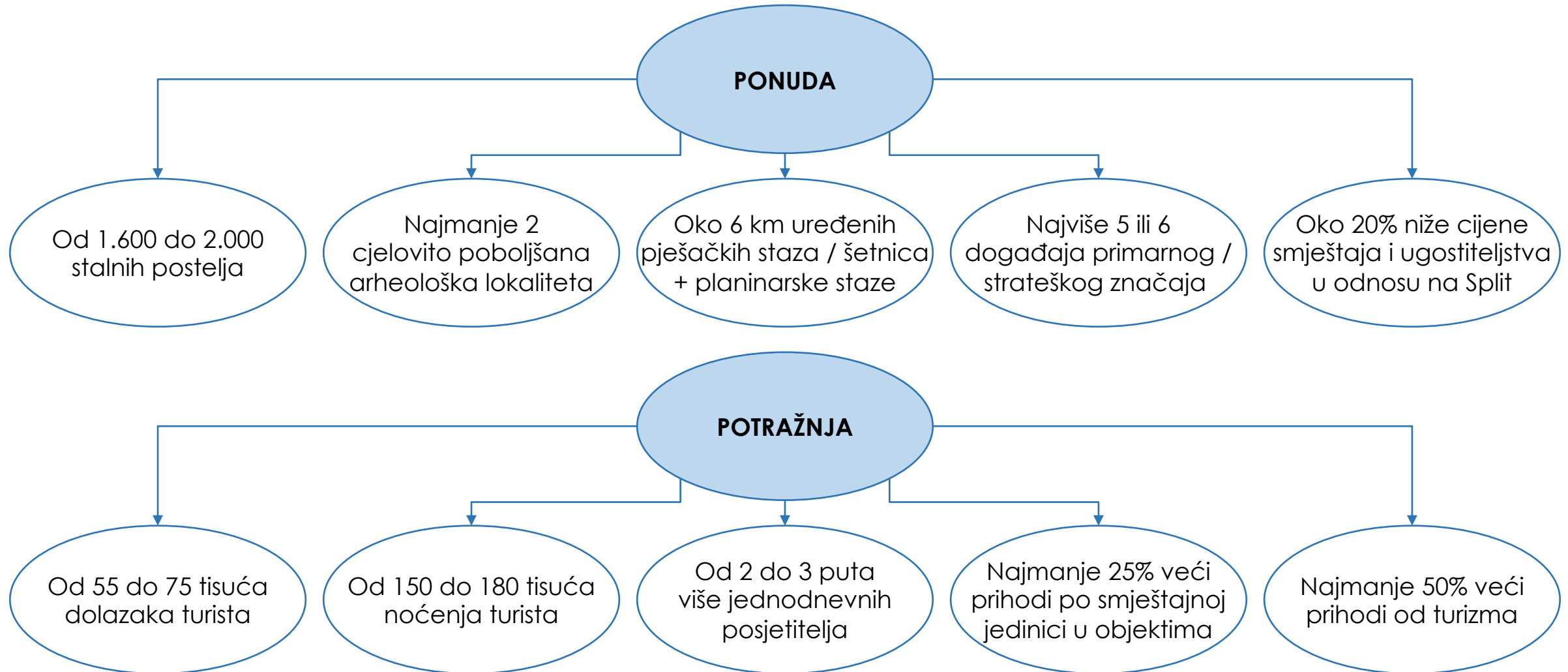
Mala, ali snažna i prepoznatljiva turistička destinacija koja turistima i posjetiteljima iz cijele Hrvatske, sjeverne i zapadne Europe, SAD-a i Dalekog Istoka, ali i drugih krajeva Europe i svijeta, nudi autentične doživljaje šetnji uz antičke i starohrvatske znamenitosti te ih upoznaje s rimskim nasljeđem, izvorima kršćanstva i počecima stvaranja hrvatske nacije, pruža kvalitetni smještaj, ugodne restorane i barove, ambijente sa šarmom i smiraj uz bistri Jadro, ali i pustolovine na obroncima Kozjaka i Mosora te obilje atrakcija u neposrednom okruženju

Destinacija koja buja životom, mladošću, događajima i poduzetništvom, čiji su stanovnici ponosni na svoje nasljeđe i svoju rijeku te aktivno uključeni u njihovu zaštitu i očuvanje, sve više rade u turizmu i s turizmom povezanim djelatnostima, pružajući svojim gostima autentično dalmatinsko gostoprimstvo, kvalitetne i personalizirane usluge te proizvode iz svojih vrtova

# Kvalitativni ciljevi održivog razvoja turizma



# Kvantitativni ciljevi održivog razvoja turizma



Napomena: Podaci za stalne postelje te dolaske i noćenja turista se odnose na sve komercijalne smještajne objekte.

# Projekcije smještajne ponude i turističkog prometa 2029.

PROJEKCIJE PO VRSTAMA SMJEŠTAJA	2024	Opcija A	Opcija B	Opcija C	Opcija D
<b>HOTELI I SLIČNI OBJEKTI</b>					
Broj stalnih postelja	289	363	363	563	563
Prosječna godišnja zauzetost stalnih postelja (%)	42,0%	49,1%	49,1%	41,4%	41,4%
Broj noćenja turista	44.387	65.000	65.000	85.000	85.000
<b>OSTALI SMJEŠTAJNI OBJEKTI</b>					
Broj stalnih postelja	1.043	1.237	1.437	1.237	1.437
Prosječna godišnja zauzetost stalnih postelja (%)	17,3%	18,8%	18,1%	18,8%	18,1%
Broj noćenja turista	65.959	85.000	95.000	85.000	95.000
<b>UKUPNO</b>					
<b>Broj stalnih postelja</b>	<b>1.332</b>	<b>1.600</b>	<b>1.800</b>	<b>1.800</b>	<b>2.000</b>
<b>Prosječna godišnja zauzetost stalnih postelja (%)</b>	<b>22,6%</b>	<b>25,7%</b>	<b>24,4%</b>	<b>25,9%</b>	<b>24,7%</b>
<b>Broj noćenja turista</b>	<b>110.346</b>	<b>150.000</b>	<b>160.000</b>	<b>170.000</b>	<b>180.000</b>

Opcija A > povećanje hotelske ponude s novim smještajnim kapacitetima hotela Salona Palace 4\* te usporeni rast ostale smještajne ponude

Opcija B > povećanje hotelske ponude s novim smještajnim kapacitetima hotela Salona Palace 4\* te ubrzani rast ostale smještajne ponude

Opcija C > povećanje hotelske ponude s novim smještajnim kapacitetima hotela Salona Palace 4\* i jednim novim većim hotelom te usporeni rast ostale smještajne ponude

Opcija D > povećanje hotelske ponude s novim smještajnim kapacitetima hotela Salona Palace 4\* i jednim novim većim hotelom te ubrzani rast ostale smještajne ponude

Projekcije zauzetosti hotela u opcijama C i D nisu projekcije stabiliziranog poslovanja jer je razvoj jednog novog većeg hotela pretpostavljen pred kraj promatranog razdoblja.

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske za komercijalne smještajne objekte u 2024.

# S kojim turističkim proizvodima ostvariti daljnje poraste?

## **TURE**

Grupne ture autobusom u organizaciji tour operatora i turističkih agencija te individualne ture automobilom / autodomom / motociklom u vlastitoj organizaciji putovanja, pri čemu oba tipa tura s obilascima vodećih kulturnih i prirodnih atrakcija Dalmacije / Hrvatske / regije

## **AKTIVNI ODMOR**

Primarno glavni ljetni odmor, a sekundarno kratki (vikend) odmori u proljeće i jesen, s bazom u Solinu i aktivnostima kao što su kupanje i sunčanje, rekreacija u prirodi, obilasci atrakcija u užem i/ili širem okruženju, degustacije vina, shopping, izlasci, itd.

## **MICE**

Primarno kongresi i slični skupovi za od 50 do 250 osoba, pri čemu podjednako korporativni skupovi (skupovi za privatni sektor / tvrtke) i skupovi institucija, udruga i ustanova (skupovi za javni sektor), a sekundarno teambuilding programi (uglavnom s aktivnostima u prirodi)

## **POSEBNI INTERESI U KULTURI**

Posebni interesi kao što su arheološka istraživanja, edukacije i radionice, arheološke, sakralne, starohrvatske i druge tematske rute, hodočašća i vjerski interesi te drugi posebni interesi, pri čemu uglavnom s fokusom na antiku, rani srednji vijek, kršćanstvo i hrvatsku povijest

## **AKTIVNOSTI I PUSTOLOVINE U PRIRODI**

Primarno hodanje, planinarenje i trčanje te adrenalinske aktivnosti (zip line i paintball), ali i aktivnosti u užem i/ili širem okruženju kao što su slobodno penjanje, biciklizam, rafting, vožnja kajaka, vožnja kanua, paragliding, parasailing, jedrenje, ronjenje, itd.

## **(KULTURNI) DOGAĐAJI**

Primarno događaji izravno povezani s kulturom, poviješću i tradicijom kao što su Međunarodni kongres povijesnih gradova, Solinsko kulturno ljeto, Romantika u Saloni, Mala Gospa, Međunarodni festival karikatura i Adventorium, ali i INTERSTAS, ITF'CRO, KEA-CRO i odabrani sportski događaji

# Za koja ciljna tržišta po dobnim skupinama?

## TURE

Za grupne ture stariji pripadnici generacije Alpha i mlađi pripadnici generacije Z (grupe djece i mladih) te generacije X i Baby Boomers (grupe odraslih), a za individualne ture stariji pripadnici generacije Z, generacije Y i X te mlađi pripadnici generacije Baby Boomers

## AKTIVNI ODMOR

Primarno stariji pripadnici generacije Z, generacije Y i X te obitelji s djecom generacije Z, a sekundarno obitelji s djecom generacije Alpha i mlađi pripadnici generacije Baby Boomers

## MICE

Stariji pripadnici generacije Z, generacije Y i X te mlađi pripadnici generacije Baby Boomers, odnosno djelatnici raznovrsnih tvrtki, institucija, udruga i ustanova

## POSEBNI INTERESI U KULTURI

Raznovrsna tržišta ovisno o proizvodu, ali u cjelini s fokusom na starije pripadnike generacije Z te generacije Y i X

## AKTIVNOSTI I PUSTOLOVINE U PRIRODI

Primarno stariji pripadnici generacije Z te generacije Y i X

## (KULTURNI) DOGAĐAJI

Raznovrsna tržišta ovisno o događaju, ali u cjelini s fokusom na starije pripadnike generacije Z te generacije Y i X

Dobne skupine / generacije: Alpha (rođeni od 2013. do 2024.), Z (rođeni od 1997. do 2012.), Y (rođeni od 1981. do 1996.), X (rođeni od 1965. do 1980.), Baby Boomers (rođeni od 1946. do 1964.) i Silent (rođeni od 1925. do 1945.)

# I po zemljama porijekla?

## TURE

Za grupne ture djece i mladih Hrvatska, a za grupne ture odraslih te individualne ture primarno Australija, Kanada i SAD te Japan, Južna Koreja i Kina, ali i Austrija, Francuska, Italija, Njemačka Španjolska i UK, a sekundarno Brazil, Filipini, Indija, Meksiko, itd.

## AKTIVNI ODMOR

Primarno Francuska, Nizozemska, Norveška, Njemačka, Švedska i UK, a sekundarno Austrija, Belgija, Danska, Finska, Hrvatska, Irska, Italija, Slovenija, Španjolska i Švicarska, ali i Bosna i Hercegovina, Češka, Mađarska, Poljska i Slovačka

## MICE

Primarno Hrvatska, a sekundarno Austrija, Bosna i Hercegovina, Italija, Mađarska i Slovenija (zemlje u užem okruženju), ali i Češka, Njemačka, Poljska, Slovačka i Švicarska (zemlje u širem okruženju)

## POSEBNI INTERESI U KULTURI

Primarno Hrvatska, Italija, SAD i UK, a sekundarno Australija i Kanada te Austrija, Francuska, Njemačka i druge zemlje (ovisno o proizvodu)

## AKTIVNOSTI I PUSTOLOVINE U PRIRODI

Primarno Austrija, Francuska, Hrvatska, Nizozemska, Njemačka i Slovenija, ali i Australija, Kanada i SAD, a sekundarno Belgija, Danska, Finska, Irska, Italija, Norveška, Španjolska, Švedska, Švicarska i UK, ali i Češka, Mađarska, Poljska i Slovačka

## (KULTURNI) DOGAĐAJI

Primarno Hrvatska, a sekundarno Austrija, Bosna i Hercegovina, Italija, Mađarska i Slovenija (zemlje u užem okruženju), ali i Češka, Njemačka, Poljska, Slovačka i Švicarska (zemlje u širem okruženju)

Napomena: Kina uključuje i Hong Kong, Makao i Tajvan.

# Mjesečna dinamika turističkog prometa

TURE	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
AKTIVNI ODMOR	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
MICE	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
POSEBNI INTERESI U KULTURI	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
AKTIVNOSTI I PUSTOLOVINE U PRIRODI	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
(KULTURNI) DOGAĐAJI	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII

Napomena: Grupne ture uglavnom tijekom proljeća i jeseni, a individualne ture najčešće ljeti.

## Vrsta smještaja i duljina boravka

<b>TURE</b>	Hoteli i slični objekti za grupne ture (President Solin 5* i Salona Palace 4*), a svi smještajni objekti za individualne ture	⇒	Uglavnom 1, ali poželjno 2 noćenja (ovisno o programu ture)
<b>AKTIVNI ODMOR</b>	Svi smještajni objekti	⇒	Od 2 noćenja do 2 tjedna (kraće tijekom jeseni i proljeća, duže ljeti)
<b>MICE</b>	Hoteli i slični objekti (President Solin 5* i Salona Palace 4*)	⇒	Uglavnom 2 ili 3 noćenja (ovisno o trajanju skupa)
<b>POSEBNI INTERESI U KULTURI</b>	Svi smještajni objekti	⇒	Duljina boravka ovisna o interesu
<b>AKTIVNOSTI I PUSTOLOVINE U PRIRODI</b>	Svi smještajni objekti	⇒	Uglavnom od 2 do 5 noćenja
<b>(KULTURNI) DOGAĐAJI</b>	Uglavnom hoteli i slični objekti (President Solin 5* i Salona Palace 4*), ali i drugi smještajni objekti	⇒	Uglavnom 1 ili 2 noćenja (ovisno o trajanju događaja)

# Ključni faktori uspjeha

<b>TURE</b>	Hoteli s visoke 3*, 4* i 5* te s najmanje 50 smještajnih jedinica, održavane i vrhunski prezentirane kulturne i druge atrakcije, profesionalni vodiči, signalizacija, kvalitetan i brz cestovni pristup, veći broj parkirališnih mjesta kako za automobile, tako i za autobuse (i kod hotela i kod atrakcija)
<b>AKTIVNI ODMOR</b>	Raznovrsnost smještaja (hoteli, apartmani i kuće za odmor) raznih kategorija kvalitete (3*, 4* i 5*), raznovrsna mjesta interesa u destinaciji i okruženju (plaže, rekreacijski sadržaji, atrakcije, itd.), kvalitetna gastronomska i trgovinska ponuda, uređene ceste, šetnice, trgovi i zelene površine
<b>MICE</b>	Hoteli s 4* i 5*, dovoljno veliki, fleksibilni te vrhunski opremljeni kongresni i slični sadržaji, profesionalne kongresne usluge, bogata i kvalitetna gastronomska ponuda, ponuda aktivnosti i izleta (tijekom / prije / poslije kongresa)
<b>POSEBNI INTERESI U KULTURI</b>	Raznovrsnost smještaja (hoteli, apartmani i kuće za odmor) raznih kategorija kvalitete (3*, 4* i 5*), atraktivni i sadržajni program, stručnost osoba koje vode program (od iznimnog značaja za posebne interese povezane s arheologijom) i drugi ključni faktori uspjeha (ovisno o proizvodu)
<b>AKTIVNOSTI I PUSTOLOVINE U PRIRODI</b>	Hodanje > uređene i duge staze s fokusom na centar Solina, Salonu te Izletište Jadro Planinarenje > označene i održavane planinarske staze s fokusom na lakše staze s pogledima, vidikovci, planinarske karte, planinarski dom i/ili sklonište (po potrebi) i gorska služba spašavanja
<b>(KULTURNI) DOGAĐAJI</b>	Najviše 5 ili 6 primarnih i nekoliko sekundarnih događaja, atraktivan i sadržajan program, poželjno vrijeme održavanja između kraja ožujka i kraja listopada (tijekom ljetnog reda letenja), informacije o događaju 3 do 6 mjeseci unaprijed (ovisno o događaju), veliki marketinški budžeti

## 3.3. Brend identitet i strategija pozicioniranja



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tuscolum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

# Kako destinacija SOLIN kao turistički brend može postati prepoznatljiva?

**Definirati identitet destinacije SOLIN** (jedinствeni set značajki, asocijacija i vrijednosti koje definiraju brend na duži rok od 10 godina)

**Uspješno pozicionirati destinaciju SOLIN na tržištu** (odrediti konkurentsku prednost izvučenu iz onih dijelova identiteta koji čine konkurentsku posebnost i aktivno je komunicirati prema određenim ciljnim skupinama na srednji vremenski rok od 5 godina i duže)

S tim u vezi, kod oblikovanja uspješne branding strategije potrebno je:

1. **Odrediti elemente koji oblikuju identitet destinacije SOLIN**
2. **Definirati jedinstvenu vezu koja povezuje brend s potrebama ciljne skupine**
3. **Definirati obećanje brenda destinacije SOLIN**
4. **Definirati strategiju pozicioniranja destinacije SOLIN na tržištu**

# Definiranje identiteta > Ključne značajke koje nas definiraju

Pravilno definiranje identiteta turističke destinacije predstavlja prvi korak na putu do uspješnog tržišnog pozicioniranja, oblikovanja brenda i njegovog uspješnog plasiranja na tržište.

Prvi korak u definiranju identiteta je odrediti ključne značajke brenda destinacije SOLIN:

1. **KULTURNA BAŠTINA** - destinacija iznimno vrijedne kulturne baštine u Hrvatskoj (antika, ranokršćanska povijest i ranohrvatska povijest)
2. **SAKRALNA BAŠTINA** - najstarije marijansko svetište u Hrvatskoj (prasvetište) i mjesto krundibe hrvatskih kraljeva
3. **ATRAKCIJE** - Salona, Gospin otok (slikoviti povijesni otočić nastao grananjem rijeke Jadro u samom centru Solina), Gradina, Gašpina mlinica, Šuplja crkva, itd.
4. **RIJEKA JADRO** i njeni rukavci u centru - faktor diferencijacije kao jedinstvene sredine za odmor i opuštanje
5. **PRIRODA** - destinacija aktivnog turizma, koja je uz Omiš druga po značaju destinacija za aktivni turizam na području Splitske rivijere s padinama i vrhovima Kozjaka i Mosora (planinarske staze i zip-line), ali i šetnje Salonom, uz Jadro, itd.
6. **DALMATINSKI AMBIJENT** - autohtoni dalmatinski ambijent slikovitog gradića s mladim i gostoljubivim stanovništvom

# Definiranje identiteta > Ključni simboli po kojima nas prepoznaju

Ključni simboli brenda destinacije SOLIN koji definiraju našu prepoznatljivost na turističkom tržištu su:

**Salona**  
**Gospin otok**  
**Crkva svetog Stjepana od Otoka**  
**Utvrdna Gradina**  
**Gašpina Mlinica**  
**Šuplja crkva**  
**Krunidba hrvatskih kraljeva**  
**Rijeka Jadro**  
**Pastrva solinka**  
**Stablo močvarnog čempresa**  
**Poluotok Vranjic**  
**Kozjak i Mosor**  
**Car Dioklecijan**  
**Dioklecijanov vodovod**  
**Split i Dioklecijanova palača (kao dio šire destinacije)**  
**Tvrđava Klis (kao dio šire destinacije)**

# Dvanaest motivacija ciljnih skupina

1. **Nova, personalizirana i autentična iskustva**, putovanja izvan utabanih staza te mogućnosti istraživanja i putovanja novim destinacijama
2. **Traženje povoljnih autohtonih mediteranskih destinacija** bogate povijesti i kulture te kulturnih događaja
3. **Kulturni turizam u kombinaciji s aktivnostima u prirodi**
4. **Individualne interesne ture (skrojene prema vlastitim željama)**
5. **Outdoor aktivnosti u novim destinacijama u kombinaciji s prekrasnim pogledima** (Kozjak i Mosor)
6. **Digitalni detox i opuštanje u malim autohtonim boutique destinacijama**
7. **Mogućnost interakcije s lokalnom kulturom i kulturnom ponudom destinacije**
8. **Odmor u boutique destinaciji nadomak kulturne metropole** (opuštanje + kultura)
9. **Društvene interakcije kreativnog turizma**, sudjelovanje i pripadanje kreativnim događajima i radionicama u boutique destinaciji orijentiranoj na poticanje kreativnosti i kulture
10. **Obrazovni, kulturni i outdoor sadržaji** pogodni za obitelji sa djecom
11. **Motivacije koje privlače digitalne nomade** (mirne opuštajuće slikovite sredine bogate kulturnim nasljeđem i okružene prirodom te s odličnom Internet vezom)
12. **Kulturni entuzijasti** (motivacija turista koji traže destinacije bogate muzejima, povijesnim spomenicima i lokalnim običajima te s drugom kulturnom baštinom)

## Osam oblika turizma koje razvijamo

Destinacija SOLIN na temelju svoje resursno-atraksijske osnove, tržišnih trendova i potencijala za svoj budući razvoj određuje se prema sljedećim oblicima turizma koje će razvijati u budućnosti:

1. **Kulturni turizam** > točka za modernu prezentaciju antičke i ranokršćanske povijesti zainteresiranim ciljnim skupinama;
2. **Turizam aktivnosti u prirodi** > polazišna i odredišna točka za aktivnosti u prirodi;
3. **Ture Dalmacijom** > točka za noćenje turista koje obilaze Dalmaciju, Split, ali i Salonu;
4. **Kratki odmori u Splitu** > točka za povoljnija i mirnija noćenja u odnosu na hektički Split;
5. **Odmori uz sunce i more** > točka za mirnije i cjenovno pristupačnije plažne obiteljske odmore i aktivnosti po srednjoj Dalmaciji;
6. **Kreativni turizam** > točka za razvoj kreativnosti putem interpretacije povijesti i kulturne baštine na kreativan način;
7. **Mali kongresi i skupovi** > točka za organizaciju manjih skupova tvrtki i institucija;
8. **Događaji** > točka za razvoj specijalističkih događaja kulturno-povijesne i kreativne tematike.

## Pet ciljnih skupina prema statusu

**Youngsters:** Putuju kako bi uronili u druge kulture i doživjeli uzbudljive avanture, a istovremeno su jako osviješteni o klimatskim promjenama. Provode vrijeme koristeći društvene mreže (osobito TikTok) kao izvor informacija o destinacijama. Aktivno stvaraju vlastiti sadržaj. Izbjegavaju tradicionalne turističke pakete, traže jedinstvene, autentične doživljaje, kao što su lokalna gastronomija i kulturne avanture.

**Obitelji s djecom:** Traže sigurnost, pristupačnost i aktivnosti prilagođene djeci. Oni više preferiraju destinacije koje nude obrazovne i kulturne sadržaje te aktivnosti u "pitomoj" prirodi. Kada biraju destinacije, roditelji obično preferiraju one koje su zanimljive i njima i djeci.

**DINKs** (Dual Income, No Kids): Bez djece i s dvostrukim prihodima, ovaj segment traži originalna iskustva putovanja i personalizirane itinerare. Oni traže jedinstvena kulturna iskustva. Imaju više vremena za istraživanje vlastitih interesa. Imaju širok raspon interesa od opuštajućih odmora i uzbudljivih avantura u prirodi do gastronomskih i kulturnih užitaka te romantičnih izleta u paru.

**Empty Nesters:** Roditelji čija su djeca napustila obiteljsko gnijezdo u prvi plan stavljaju putovanja. Oni žele istražiti nova odredišta i kulturne aktivnosti. Popularna odredišta često uključuju romantična putovanja budući da parovi napokon imaju vremena za sebe nakon odlaska djece.

**Golden Agers:** Vole putovanja izvan glavne sezone, što im omogućuje uživanje u razdoblju kada je manje gužvi. Njihove navike uključuju zanimanje za kulturne i kulinarske doživljaje, a često se odlučuju za ture koje su manje komercijalne i više prilagođene njihovim interesima. Stariji putnici također traže prilike za opuštanje i uživanje u prirodi, često birajući destinacije koje nude mirne ili slikovite krajolike.

# Elementi koji čine srž brenda destinacije SOLIN

## Esencija brenda destinacije SOLIN

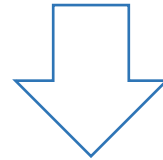
(Esencija ili sukus svih glavnih elemenata brenda zbog kojih brend postoji i koje opstaju na dulji vremenski period)

### OPUŠTANJE



- Odmak od hektičkih destinacija Dalmacije i Mediterana
- Šetnice uz rijeku Jadro i ambijent Gospinog otoka
- Plažni turizam obalnih destinacija uz odmor u boutique destinaciji
- Predah od visokih cijena priobalnih destinacija

### ISTRAŽIVANJE



- Povoljna polazna i prolazna točka za istraživanje Dalmacije kao povijesne regije
- Šetnice, staze i aktivnosti u prirodi Kozjaka i Mosora
- Polazna točka za istraživanje šire destinacije (Split, Klis, Trogir, itd.)
- Sudjelovanje na kreativnim festivalima i radionicama

### KULTURA



- Najznačajnija arheološka zona u Hrvatskoj iz antičkog doba
- Iznimni značaj u ranokršćanskoj povijesti Hrvatske
- Kulturni spomenici hrvatske nacionalne baštine
- Stanovništvo i običaji
- Autohtoni događaji
- Autohtona gastronomija
- Kreativne radionice

# Spajanje elemenata koji čine srž brenda u konkurentsku posebnost

OPUŠTANJE + ISTRAŽIVANJE + KULTURA



**Jedinstveno turističko iskustvo:**

**opuštanje u authtonom dalmatinskom gradiću, upoznavanje bogate hrvatske kulturne baštine i polazna točka za istraživanje bogate turističke ponude okolice Solina, Dalmatinske rivijere i grada Splita**



Svi naši razvojni i marketinški napori trebaju biti usmjereni ka **očuvanju i razvoju ovih elemenata i sinergiji turističkih iskustava** koja oni generiraju na dugi rok. Njihovim gubitkom ili zapostavljanjem možemo propustiti priliku uspješnog turističkog profiliranja i marketinškog pozicioniranja, a samim time i uspjeha na tržištu.

# Jedinstvena veza brenda SOLIN s pripadnicima ciljnih skupina

Pripadnici ciljnih skupina traže **nove, neotkrivene destinacije** Mediterana. Žele upoznati **gradove i sela** na Mediteranu koji još uvijek mogu ponuditi doživljaj autohtone sredine. Pripadnici ciljnih skupina traže autohtone sredine koje su **bogate poviješću i kulturom**, žele doživjeti **susrete s lokalnim stanovništvom** i upoznati njihov način života, običaje, tradiciju, lokalnu gastronomiju. Oni traže **interakciju** s lokalnim stanovništvom. Traže **nenapučeni turizam**. U tom smislu **potraga za mediteranskim načinom života zapravo nikad nije prestala**, niti će prestati i uvijek će generirati dodatne kvalitetne posjete.

**Pripadnici ciljne skupine su u konstantnoj potrazi za zadovoljenjem svojih potreba, a vezu s njima gradimo na osnovu premise**



**Dalmacija kakva je bila u Solinu još (se) uvijek živi (postoji)**

"Dalmacija kakva je bila" govori o **dalmatinskom i mediteranskom načinu života malih gradova**.

"Dolce far niente" tj. **umjetnosti uživanja u trenucima dokolice** koja u Solinu još uvijek živi.

Solin je pun mladih obitelji, on **vrvi životom** baš kao nekada Dalmacija i Mediteran.

To je grad koji **obiluje kulturnim spomenicima raznih epoha mediteranske kulture**. Kao takav Solin predstavlja jednu od značajnijih destinacija koja doprinosi profiliranju autohtonog dalmatinskog brenda na stranim emitivnim tržištima.

**Solin želi biti "otok" autohtonog turizma u moru masivnog turizma.**

# Obećanje brenda destinacije SOLIN

Destinacija SOLIN nastupa na tržištu kao destinacija koja posjetiteljima omogućava:

**Opuštanje u malom autohtonom gradiću (odmorišni turizam)**  
**Upoznavanje bogate kulturne baštine (kulturni turizam)**  
**Istraživanje i uživanje u aktivnostima okolne prirode (planinski i plažni turizam)**



Kombinacijom ovih potreba ciljnih skupina:

**Opuštanje u autohtonom okruženju + upoznavanje kulturno-povijesne baštine + uživanje u aktivnostima okolne prirode**

dolazimo do jedinstvenog obećanja kojeg SOLIN kao brend može ponuditi ciljnim skupinama na tržištu.

# Strategija pozicioniranja / Koncept

Daljnju diferencijaciju postizemo kreiranjem **jedinstvenog koncepta o pozicioniranju destinacije**.

Solin je na kopnu. Ali kulturološki, geografski i socijalno gledajući, on predstavlja otok za sebe. Stoga figurativno možemo reći da Solin predstavlja jedini "Otok" na hrvatskom kopnu - jedini **"Otok" opuštanja i kulture u moru hektičkog turizma**. I kao takav on je poseban, **predstavlja kontrapunkt** masovnom turizmu dalmatinskog priobalja. Kao takav Solin ima temelj za uspješno ispričati svoju tržišnu priču.

Koncept pozicioniranja destinacije Solin:

## "OTOK" (OAZA) OPUŠTANJA I KULTURE

**"Otok" opuštanja i kulture predstavlja novi koncept** pozicioniranja Solina kao turističke destinacije. Gledajući geografski, Solin je na kopnu, ali njegovu esenciju (srž mjesta) sačinjava otok nastao grananjem rijeke Jadro. Solina također predstavlja prirodnu sačuvanu oazu. Gledajući šire, Solin predstavlja i **mirnu oazu autohtonog mediteranskog načina života i opuštanja** okružen hektičkim modernim mediteranskim načinom života grada Splita i obalne Dalmacije. Solin simbolizira autohtonu Dalmaciju nasuprot moderne Dalmacije. On **reprezentira Dalmaciju kulture**. To je "otok" alternative, nasuprot mainstream tokovima. To je "otok" kulturnih događanja. Grad koji **simbolizira Dalmaciju malih mjesta** - sa svim svojim kulturno-povijesnim spomenicima, ali i načinom života. Kao takav Solin **nudi dodatnu vrijednost za turiste** i u stanju je ponuditi buduću vrijednost na osnovu svoje očuvane vrijednosti. Upravo očuvana vrijednost čini temelj, na osnovu kojeg gradimo turistička iskustva, proizvode i brend Solina kao turističke destinacije. Kao "otok" opuštanja i kulture, Solin postaje poseban i prepoznatljiv na turističkim kartama Dalmacije i Europe.

# Strategija pozicioniranja / Koncept

## Objašnjenje koncepta "Otok" (oaza) opuštanja i kulture

Solin je otok kulture i kulturnih događanja, otok antičke i ranokršćanske kulturne baštine. To je otok autohtonog dalmatinskog načina života i povoljnijeg turizma. Otok očuvanih vrijednosti i mladih ljudi. Solin kao otok je mjesto opuštanja, uživanja u aktivnostima i istraživanja okoline. Solin je otok kreativnog stvaranja i odmaranja. Solin je mjesto učenja i osobnog napredovanja. Solin je dom antičkih i ranokršćanskih spomenika i njihove moderne interpretacije. Solin je stjecište kultura na prostoru Dalmacije danas kao što je bio i nekad.

### Kako isporučiti pozicioniranje u tri koraka?

- **Stvoriti brend od Solina kao prepoznatljive i posebne turističke destinacije**, na način da se koncept pozicioniranja vizualno oblikuje (branding), definira se kreativna komunikacijska platforma (kreativni materijali), definiraju se prodajne poruke (copywriting) i ključni vizuali (art direkcija) koji će predstavljati destinaciju po svim marketinško-prodajnim kanalima komunikacije;
- **Kreirati marketinške materijale u skladu sa željenim pozicioniranjem brenda sa ciljem stvaranja jedinstvene prepoznatljivosti** (web stranica, društvene mreže, on-line i off-line marketinške kampanje, kreiranje sadržaja, itd.);
- **Kreirati brend iskustvo unutar destinacije u skladu s pozicioniranjem** (razvoj turističkih iskustava / doživljaja koja podržavaju pozicioniranje, razvoj sustava oznaka, sustavi informiranja po točkama interesa, edukacije lokalnog stanovništva i turističkih djelatnika o vrijednostima brenda, itd.).

## 3.4. Razvojne mjere i aktivnosti



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

## Sedam razvojnih mjera s 21 aktivnosti



# Razvojne mjere i aktivnosti za turistički "hardver"

## **A: POBOLJŠANJE INFRASTRUKTURE, PREZENTACIJE I INTERPRETACIJE POVIJESNIH ZNAMENITOSTI**

- A1: Poboljšanje infrastrukture, prezentacije i interpretacije te jačanje marketinga antičke Salone
- A2: Poboljšanje infrastrukture, prezentacije i interpretacije starohrvatske baštine
- A3: Poboljšanje infrastrukture, prezentacije i interpretacije kršćanske baštine na Gospinom otoku

## **B: UREĐENJE PARKIRALIŠTA TE PJEŠAČKIH I PLANINARSKIH STAZA / SADRŽAJA**

- B1: Uređenje parkirališta za turističke autobuse
- B2: Poboljšanje postojećih i uređenje novih pješačkih staza / šetnica u centru Solina
- B3: Jačanje marketinga odabranih planinarskih staza i uređenje vidikovca na Kozjaku

## **C: POVEĆANJE I PROMJENA STRUKTURE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA**

- C1: Povećanje smještajnih kapaciteta u hotelima i sličnim objektima
- C2: Postavljanje ograničenja za smještajne kapacitete u sobama, apartmanima i kućama za odmor

# Razvojne mjere i aktivnosti za turistički "softver"

## **D: JAČANJE PRIMARNIH KULTURNIH DOGAĐAJA**

- D1: Etabliranje Međunarodnog kongresa povijesnih gradova na razini Hrvatske i regije
- D2: Postupno uvođenje dodatnih glazbenih izvedbi u Solinsko kulturno ljeto
- D3: Postupno pojačavanje doživljaja spektakla i podizanje prepoznatljivosti Romantike u Saloni
- D4: Podizanje prepoznatljivosti blagdana Male Gospe (i Dana Grada Solina)
- D5: Podizanje prepoznatljivosti i programsko obogaćivanje Međunarodnog festivala karikatura

## **E: POBOLJŠANJE I POKRETANJE SURADNJI IZMEĐU DIONIKA**

- E1: Jačanje suradnje između glavnih dionika u turizmu Grada Solina
- E2: Jačanje suradnje Turističke zajednice Grada Solina s turističkim zajednicama u okruženju
- E3: Pokretanje suradnje Turističke zajednice Grada Solina s turističkim zajednicama u inozemstvu

## **F: PROVOĐENJE EDUKACIJA ZA DIONIKE I STANOVNIKE**

- F1: Educiranje turističkih djelatnika u područjima povijesti, kulture i prirode
- F2: Podizanje svijesti i trajno podsjećanje o potrebi zaštite i očuvanja kulturne baštine i okoliša

## **G: BRENDING, WEB I PROMOTIVNE AKTIVNOSTI**

- G1: Izrada kreativnog koncepta brenda i kreativne komunikacijske platforme za destinaciju Solin
- G2: Izrada nove web stranice Turističke zajednice Grada Solina
- G3: Promotivne aktivnosti Turističke zajednice Grada Solina

# Antička Salona

## Mjera A: POBOLJŠANJE INFRASTRUKTURE, PREZENTACIJE I INTERPRETACIJE POVIJESNIH ZNAMENITOSTI

### Aktivnost A1: POBOLJŠANJE INFRASTRUKTURE, PREZENTACIJE I INTERPRETACIJE TE JAČANJE MARKETINGA ANTIČKE SALONE

**Nositelj:** Arheološki muzej u Splitu i Grad Solin (za komunalnu infrastrukturu)

**Opis:** Premda je najznačajnija arheološka zona u Hrvatskoj iz antičkog doba, Salona još uvijek nema sve sadržaje koje posjetitelji, a posebno turisti s iskustvom putovanja očekuju prilikom obilazaka arheoloških lokaliteta te koji su i nužni za kvalitetne doživljaje ovog visokovrijednog nalazišta. Nadalje, brojke posjetitelja (nešto više od 30 tisuća posjetitelja u 2024.) su vrlo male u odnosu na mnogobrojne druge slične lokalitete diljem Mediterana, a manje su i od brojki posjetitelja koje ostvaruju određene povijesne znamenitosti u neposrednoj blizini. Stoga se predlaže:

- Značajno poboljšanje infrastrukture, prezentacije i interpretacije > uređenje interpretativnog centra u objektu Tusculum, uređenje staza, postavljanje klupa, koševa, ograda, rasvjete, video nadzora, bukobrana, informacijskih ploča, itd.;
- Jačanje marketinških aktivnosti u cilju postupnog, ali snažnog povećavanja broja posjeta s ciljem da 2029. lokalitet ima više od 100 tisuća posjetitelja.

**Troškovi:** za poboljšanje infrastrukture, prezentacije i interpretacije u poglavlju Projekti

**Financiranje:** Arheološki muzej u Splitu, Grad Solin i drugi izvori financiranja

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Starohrvatska baština

## Mjera A: POBOLJŠANJE INFRASTRUKTURE, PREZENTACIJE I INTERPRETACIJE POVIJESNIH ZNAMENITOSTI

### Aktivnost A2: POBOLJŠANJE INFRASTRUKTURE, PREZENTACIJE I INTERPRETACIJE STAROHRVATSKE BAŠTINE

**Nositelj:** Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, Grad Solin (za komunalnu infrastrukturu) i Turistička zajednica Grada Solina

**Opis:** Solin ima nekoliko arheoloških lokaliteta sa starohrvatskom baštinom, a među kojima najveći turistički značaj imaju Gospin otok i Gradina unutar Arheološke zone Solina, Šuplja crkva i Rižinice, ali i Dvorine. Za ove lokalitete se predlaže:

- Zaštita Šuplje crkve te razvoj prateće infrastrukture i interpretacije, za što je potrebno izraditi i provesti projekt prema idejnom rješenju kojeg su prije nekoliko godina izradili Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Arhitektonski kolektiv, ali s određenim izmjenama;
- Izrada projekta za lokalitet Dvorine (ostaci starohrvatske stambene arhitekture), s ciljem procjene turističkog potencijala ovog lokaliteta jer je zaštićen kao nacionalno kulturno dobro te se nalazi na iznimno atraktivnoj lokaciju u centru Solina;
- Postavljanje standardiziranih informacijskih ploča kod crkve sv. Stjepana na Gospinom otoku (i na lokalitetu Dvorine) + uvođenje QR kodova, označavanje mjesta za selfie fotografije te postavljanje klupa i druge opreme za sve lokalitete.

**Troškovi:** za zaštitu Šuplje crkve te razvoj prateće infrastrukture i interpretacije u poglavlju Projekti

**Financiranje:** Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, Grad Solin i drugi izvori financiranja te Turistička zajednica Grada Solina

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Kršćanska baština

## Mjera A: POBOLJŠANJE INFRASTRUKTURE, PREZENTACIJE I INTERPRETACIJE POVIJESNIH ZNAMENITOSTI

### Aktivnost A3: POBOLJŠANJE INFRASTRUKTURE, PREZENTACIJE I INTERPRETACIJE KRŠĆANSKE BAŠTINE NA GOSPINOM OTOKU

**Nositelj:** Župa Gospe od Otoka

**Opis:** Solin ima iznimni značaj u ranokršćanskoj povijesti Hrvatske (antička Salona), ali i srednjovjekovnoj kršćanskoj povijesti (Gospin otok), najstarije je marijansko svetište u Hrvatskoj i grad koji svoj dan slavi na Blagdan Male Gospe 08. rujna, dok je Gospin otok jedinstveni riječni otok u Hrvatskoj s bogatom poviješću te atraktivnim doživljajima rijeke. Stoga se predlaže:

- Razvoj modernog interpretativnog centra s ciljem prezentacije značaja i uloge Gospinog otoka u povijesti Solina, a koji bi imao manji izložbeni prostor, dvoranu za projekcije i manje skupove, suvenirnicu, bar s terasom i pogledima na Gospin otok te dječje igralište;
- Osiguranje otvorenosti obje crkve na Gospinom otoku (crkve Blažene Djevice Marije / Gospe od Otoka i sv. Obitelji), poželjno svaki dan od 08 do 20 tijekom sedam mjeseci od početka travnja do kraja listopada (predsezona, sezona i posezona), a kako bi se omogućile posjete ne samo turistima i posjetiteljima, već i lokalnom stanovništvu.

**Troškovi:** za razvoj interpretativnog centra Gospin otok u poglavlju Projekti

**Financiranje:** Župa Gospe od Otoka i drugi izvori financiranja

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Parkirališta za turističke autobuse

## Mjera B: UREĐENJE PARKIRALIŠTA TE PJEŠAČKIH I PLANINARSKIH STAZA / SADRŽAJA

### Aktivnost B1: UREĐENJE PARKIRALIŠTA ZA TURISTIČKE AUTOBUSE

**Nositelj:** Grad Solin

**Opis:** Prema informacijama nekoliko relevantnih dionika, a koje su i provjerene tijekom obilaska terena, proizlazi da Solin nema namjenska parkirališta za turističke autobuse koji na dnevnoj osnovi dovode turiste / posjetitelje radi obilaska ne samo znamenitosti u centru grada, već i Salone, zbog čega se predlaže uređenje / gradnja dviju zona u kojima bi autobusi mogli biti parkirani dok su turisti / posjetitelji u obilasku, pri čemu:

- Jedna zona u centru Solina s parkiralištem koje bi trebalo imati najmanje 3 ili 4 parkirališna mjesta;
- Druga zona pored glavnog (sjevernog) ulaza u Salonu s parkiralištem koje bi trebalo imati najmanje 5 ili 6 parkirališnih mjesta.

Uređenjem predloženih parkirališta za turističke autobuse će se riješiti ovaj veliki nedostatak u postojećoj turističkoj ponudi Solina te osjetno unaprijediti tržišna atraktivnost Solina kao destinacije doprinoseći porastu prometa turista i posjetitelja.

**Troškovi:** u poglavlju Projekti

**Financiranje:** Grad Solin i drugi izvori financiranja

**Vrijeme:** poželjno 2026. i 2027.

## Pješačke staze / šetnice u centru

### Mjera B: UREĐENJE PARKIRALIŠTA TE PJEŠAČKIH I PLANINARSKIH STAZA / SADRŽAJA

#### Aktivnost B2: POBOLJŠANJE POSTOJEĆIH I UREĐENJE NOVIH PJEŠAČKIH STAZA / ŠETNICA U CENTRU SOLINA

**Nositelj:** Grad Solin (i Općina Klis za predložene segmente u centru Solina, a koji se nalaze unutar granica Općine Klis)

**Opis:** Solin danas ima oko 1.800 metara uređenih pješačkih staza / šetnica u centru, a koje se nalaze uz glavni tok i rukavce rijeke Jadro između mosta kojim prelazi državna cesta D8 i pješačkog mosta poslije Gašpine mlinice. S obzirom na visoko vrijedne doživljaje šetnji u centru Solina te snažne poraste interesa kako turista, tako i građana za hodanjem, predlaže se:

- Poboljšanje postojećih staza / šetnica postavljanjem ograda uz glavni tok i rukavce radi sigurnosti (posebno za djecu), a na određenim mjestima i postavljanjem dodatnih klupa i koševa za otpad te sadnjom stabala (na Gospinom otoku);
- Uređenje / gradnja novih staza / šetnica u određenim zonama u kojima one danas ne postoje: 1) uz rukavac od mosta kod kavane Zvonimir preko dijela terase, između rijeke i objekta te dalje sve do dijela gdje počinje postojeća staza, 2) uz glavni tok kod lokaliteta Dvorine, 3) uz glavni tok između mosta poslije Gašpine mlinice do Šuplje crkve (na solinskoj strani) i 4) uz glavni tok između mosta kod crkve Gospe od Otoka i mosta kod crkve sv. Obitelji (na istočnoj strani).

**Troškovi:** za gradnju novih pješačkih staza / šetnica u poglavlju Projekti

**Financiranje:** Grad Solin, Općina Klis i drugi izvori financiranja

**Vrijeme:** poželjno u fazama od 2026. do 2029. (godišnje po jedan predloženi novi dio staza)

# Planinarske staze i vidikovac

## Mjera B: UREĐENJE PARKIRALIŠTA TE PJEŠAČKIH I PLANINARSKIH STAZA / SADRŽAJA

### Aktivnost B3: JAČANJE MARKETINGA ODABRANIH PLANINARSKIH STAZA I UREĐENJE VIDIKOVCA NA KOZJAKU

**Nositelj:** Grad Solin i Planinarsko društvo Sveti Jure

**Opis:** Na području Solina se nalazi čak 20 planinarskih staza (18 na Kozjaku i 2 na Mosoru) na način na koji ih označava Hrvatski planinarski savez, ukupne duljine oko 41 km (oko 33 km na Kozjaku i oko 8 km na Mosoru). Dio njih se nalazi u sklopu rute pod nazivom Solinski planinarski put koji je relativno dug, zahtjevan i atraktivan za iskusne planinare, ali ne i za početnike, obitelji s djecom i sve one koji se planinarenjem bave povremeno i/ili više rekreativno nego profesionalno. S ciljem stvaranja pristupačnijeg i atraktivnijeg doživljaja planinarenja / šetnji po planinama za šire tržište, popularizacije planinarenja kao aktivnosti u prirodi i podizanja prepoznatljivosti planine Kozjak, predlaže se:

- Definiranje kružne rute na Kozjaku u duljini od 10 do 12 kilometara koristeći postojeće planinarske staze koje nisu previše zahtjevne, a pružaju izrazito atraktivne poglede na Split i otoke (npr. staze 207 + 234 + 244 + 245 + 253 + 261);
- Uređenje / gradnja (modernog) vidikovca s pratećim sadržajima u području vrha sv. Jure (na vrhu, pored / ispod vrha).

**Troškovi:** za uređenje vidikovca u poglavlju Projekti

**Financiranje:** Grad Solin, Planinarsko društvo Sveti Jure i drugi izvori financiranja

**Vrijeme:** 2026. za definiranje rute, a najranije 2027. za uređenje vidikovca

# Hoteli i slični objekti

## Mjera C: POVEĆANJE I PROMJENA STRUKTURE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA

### Aktivnost C1: POVEĆANJE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U HOTELIMA I SLIČNIM OBJEKTIMA

**Nositelj:** Grad Solin i Turistička zajednica Grada Solina za lobiranje potrebe, a gospodarski subjekt za ulaganja

**Opis:** Solin danas ima samo dva hotela (Hotel President Solin 5\* i Hotel Salona Palace 4\*) s ukupno 143 smještajne jedinice i 289 stalnih postelja, a što čini oko 20% svih stalnih postelja u gradu. Sukladno informacijama Hotela Salona Palace 4\*, ovaj objekt planira povećanje smještajnih kapaciteta čime bi hotelska ponuda trebala porasti, no i dalje nedovoljno kako bi Solin imao strukturu smještajne ponude koja je uobičajena u gradskim turističkim destinacijama. S obzirom da su hoteli i slični objekti najprikladnija vrsta smještaja za većinu turističkih proizvoda, ostvaruju veće razine prosječne iskorištenosti smještajnih kapaciteta u odnosu na sve druge vrste smještaja te su najveći generatori dodane vrijednosti, zaposlenosti i proračunskih prihoda, predlaže se razvoj dodatnih hotelskih kapaciteta. Solin bi tako uz postojeće hotele trebao imati još barem jedan brend hotel s oko 100 smještajnih jedinica i visoke 3\* prema međunarodnim hotelskim standardima te jedan manji boutique hotel s od 20 do 30 smještajnih jedinica i bilo koje razine 4\* prema međunarodnim hotelskim standardima.

**Troškovi:** za lobiranje ne postoje, a za proširenje Hotela Salona Palace 4\* i nove hotele u poglavlju Projekti

**Financiranje:** gospodarski subjekt za ulaganja

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

Napomena: Hoteli i slični objekti (skupina 55.1) uključuju sljedeće vrste smještajnih objekata: hotel, hotel baština, hotel posebnog standarda, difuzni hotel, integralni hotel, lječilišni hotel, aparthotel, turističko naselje, turistički apartmani (ali ne pojedinačno, već kao veliki objekt hotelskog tipa), pansion, lječilišni pansion i guest house.

# Sobe, apartmani i kuće za odmor

## Mjera C: POVEĆANJE I PROMJENA STRUKTURE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA

### Aktivnost C2: POSTAVLJANJE OGRANIČENJA ZA SMJEŠTAJNE KAPACITETE U SOBAMA, APARTMANIMA I KUĆAMA ZA ODMOR

**Nositelj:** Grad Solin

**Opis:** Solin danas ima oko 1.000 stalnih postelja u sobama, apartmanima i kućama za odmor, odnosno tzv. privatnom smještaju, koji tako čini daleko najveći dio smještajne ponude, što je neuobičajeno u gradskim turističkim destinacijama, a posebno u onima koje imaju (potencijal razvijati) turističke proizvode tura, kratkih odmora, kongresa i događaja. Premda Solin danas nema problem s kojim se mnogi drugi priobalni gradovi u Hrvatskoj (i Mediteranu) bore, a to je prekomjerni turizam kao posljedica prevelikog razvoja privatnog smještaja, ne isključuje se opasnost da se u dogledno vrijeme potencijalne nemogućnosti razvoja istih u susjednim destinacijama (Split, Kaštela i Podstrana) manifestiraju na način da Solin dođe u središte interesa novog vala "apartmanizacije". Stoga se u cilju izbjegavanja opasnosti prekomjernog razvoja predlaže postavljanje ograničenja za ovu vrstu smještaja na od 6% do 8% odnosu na broj stanovnika, temeljem čega proizlazi maksimum od 1.500 do 2.000 stalnih postelja, što i dalje mnogima omogućuje ovu vrstu razvoja, ali na održivi način.

**Troškovi:** ne postoje

**Financiranje:** ne postoji

**Vrijeme:** najranije 2026., a najkasnije 2029.

Napomena: Sobe, apartmani i kuće za odmor su dio skupine 55.2 (odmarališta i slični objekti za kraći odmor), a odnose se na sobe, apartmane (uključujući studio apartmane) i kuće za odmor, za koje se u Hrvatskoj još učestalo koristi naziv privatni smještaj.

# Međunarodni kongres povijesnih gradova

## Mjera D: JAČANJE PRIMARNIH KULTURNIH DOGAĐAJA

### Aktivnost D1: ETABLIRANJE MEĐUNARODNOG KONGRESA POVIJESNIH GRADOVA NA RAZINI HRVATSKE I REGIJE

**Nositelj:** Turistička zajednica Grada Solina uz podršku Grada Solina i Hotela President Solin te određenih nacionalnih tijela

**Opis:** Međunarodni kongres povijesnih gradova je događaj koji svake godine od 2015. okuplja predstavnike tijela javne uprave, djelatnike u turizmu i kulturnom turizmu, stručnjake iz područja kulture (arheologija, muzeologija, umjetnost, itd.), studente i druge publike. Ovaj događaj ima značajni turistički potencijal daljnjeg rasta te bi se trebao pozicionirati kao visoko prepoznatljiv i najznačajniji kongresni događaj za kulturni turizam u Hrvatskoj i regiji, a koji bi sa sadržajnijim programom (veći broj prezentacija i panela te uvođenje sesija / istovremenih manjih prezentacija) trebao postati glavno mjesto okupljanja turističkih zajednica povijesnih gradova Hrvatske, nacionalnih kulturnih ustanova (muzeji i javne ustanove u kulturi), relevantnih fakulteta / odjela sveučilišta (npr. Dubrovnik, Pula, Rijeka, Split, Zadar i Zagreb), itd. Kongres bi mogao okupljati od 200 do 250 sudionika iz Hrvatske i susjedstva te imati više predavača iz Europe, a koji bi izlagali aktualne teme kulturnog turizma s fokusom na moderne razvojne koncepte, poslovne modele te društvenu odgovornost i održivost.

**Troškovi:** najmanje 33.000 eura 2026., 36.000 eura 2027., 39.000 eura 2028. i 42.000 eura 2029.

**Financiranje:** Turistička zajednica Grada Solina, Grad Solin, Hotel President Solin, Splitsko-dalmatinska županija, itd.

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Solinsko kulturno ljeto

## Mjera D: JAČANJE PRIMARNIH KULTURNIH DOGAĐAJA

### Aktivnost D2: POSTUPNO UVOĐENJE DODATNIH GLAZBENIH IZVEDBI U SOLINSKO KULTURNO LJETO

**Nositelj:** Javna ustanova u kulturi Zvonimir uz podršku Grada Solina

**Opis:** Solinsko kulturno ljeto je dobar primjer programski kvalitetno osmišljenog događaja koji se sastoji od niza raznovrsnih te pomno planiranih glazbenih, kazališnih i drugih izvedbi i aktivnosti namijenjenih lokalnom stanovništvu u razdoblju od početka srpnja do početka rujna. S obzirom na to da stvara "šušur" koji je kao takav omiljen među turistima koji posjećuju Dalmaciju te da osebujni kulturno-umjetnički program događaja već i sada sadrži određene izvedbe od interesa i za turiste, Solinsko kulturno ljeto je primjer događaja koji iako izvorno namijenjen lokalnom stanovništvu može biti od većeg interesa i za određene skupine turista. Stoga se i s polazišta turističkog razvoja predlaže njegovo daljnje razvijanje, a poželjno i postupno uvođenje većeg broja glazbenih izvedbi i to s fokusom na klasičnu glazbu, jazz i eksperimentalnu glazbu te renomirane izvođače ne samo iz Hrvatske, već i drugih zemalja kako bi Solinsko kulturno ljeto postupno poprimalo i blagi međunarodni karakter.

**Troškovi:** veći godišnji budžeti u odnosu na budžete za Solinsko kulturno ljeto 2024. i 2025.

**Financiranje:** Grad Solin i drugi izvori financiranja

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Romantika u Saloni

## Mjera D: JAČANJE PRIMARNIH KULTURNIH DOGAĐAJA

### Aktivnost D3: POSTUPNO POJAČAVANJE DOŽIVLJAJA SPEKTAKLA I PODIZANJE PREPOZNATLJIVOSTI ROMANTIKE U SALONI

**Nositelj:** Turistička zajednica Grada Solina

**Opis:** Ovaj događaj oživljene povijesti se sastoji od tri večeri tijekom kojih se oživljava rimska povijest Solina: Noć gladijatora, Antičko vjenčanje i Sajam antičkih zanata, a koje se održavaju u Saloni u vremenskim razmacima od početka srpnja do početka kolovoza. Romantika u Saloni je zamišljena kao događaj kojim se pruža dodana vrijednost turistima koji borave u Solinu tijekom ljeta, a ne kao glavni motiv dolaska iako koncept događaja predstavlja izvrsnu osnovu za potencijalno snažni razvoj, no jedino uz uvjet daleko većih ulaganja, a koje Turistička zajednica Grada Solina danas nije u mogućnosti financirati (najmanje 100.000 eura za višednevni događaj ovog tipa, a koji je generator značajnijeg turističkog prometa). Međutim, predlaže se da se za ovaj događaj i na postojećoj osnovi planira postupno pojačavanje doživljaja spektakla s nešto više ugostiteljstva, performerera i show elemenata te postupno podizanje njegove prepoznatljivosti, iako će to najviše ovisiti o raspoloživim sredstvima, a posebno za komunikacijske aktivnosti.

**Troškovi:** najmanje 39.000 eura 2026., 42.000 eura 2027., 45.000 eura 2028. i 48.000 eura 2029.

**Financiranje:** Turistička zajednica Grada Solina, Grad Solin i drugi izvori financiranja

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Mala Gospa

## Mjera D: JAČANJE PRIMARNIH KULTURNIH DOGAĐAJA

### Aktivnost D4: PODIZANJE PREPOZNATLJIVOSTI BLAGDANA MALE GOSPE (I DANA GRADA SOLINA)

**Nositelj:** Župa Gospe od Otoka i Grad Solin (uz promidžbenu podršku Turističke zajednice Grada Solina za turističko tržište)

**Opis:** Solin je najstarije marijansko svetište u Hrvatskoj (prasvetište), a blagdan Male Gospe, kojim se istovremeno obilježava i Dan Grada Solina, se već stoljećima u Solinu slavi svake godine na dan 08. rujna. S bogatim vjerskim, zabavnim i sportskim programom te s tradicionalnim sajmom, Mala Gospa je najmasovniji solinski događaj koji okuplja tisuće posjetitelja, kako iz Solina, tako i drugih krajeva Dalmacije. S obzirom da su tradicijski događaji ove vrste iznimno atraktivni i za turiste koji ih sve više posjećuju diljem Mediterana (posebno u Italiji i Španjolskoj te na Malti), promidžba ovog događaja i kao visoko vrijedne turističke ponude (uz moguće i postupno obogaćivanje njegovog programa ovisno o interesima građana) je tržišna prilika i za "popularizaciju" Male Gospe ne samo među turistima koji su vjernici, već i svima drugima koji cijene i traže autentičnost i tradiciju te duhovnost i bliskost u svijetu rastuće otuđenosti, pružajući doživljaje Dalmacije kakva je bila i koja se u Solinu još uvijek živi.

**Troškovi:** nisu poznati

**Financiranje:** Župa Gospe od Otoka i Grad Solin

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Međunarodni festival karikatura

## Mjera D: JAČANJE PRIMARNIH KULTURNIH DOGAĐAJA

### Aktivnost D5: PODIZANJE PREPOZNTALJIVOSTI I PROGRAMSKO OBOGAĆIVANJE MEĐUNARODNOG FESTIVALA KARIKATURA

**Nositelj:** TZ Grada Solina u partnerstvu s drugim dionicima (Gradska knjižnica Solin, JU u kulturi Zvonimir, karikaturist Marko Ivić)

**Opis:** Međunarodni festival karikatura je događaj koji se održava svake godine krajem rujna od 2005., a sastoji se od izložbe i natjecanja radova za nagradu (više od 350 autora s oko 1.000 radova iz 60 zemalja svijeta u 2024.) te drugih raznovrsnih aktivnosti. Iako s malim troškovima organizacije i učincima koje danas ima na turistički promet, ovaj događaj privlači veliki interes karikaturista iz cijelog svijeta te ima globalni karakter i značajni potencijal rasta zbog zanimljivosti karikature kao atraktivne likovne umjetnosti u turizmu (karikaturisti i prodaja karikatura na trgovima i atrakcijama u turističkim destinacijama diljem svijeta). S obzirom na doprinos ovog događaja tržišnom pozicioniranju Solina kao kulturne destinacije, potrebno je postupno podizati njegovu prepoznatljivost kako bi imao veće učinke na turistički promet, a poželjno ga je i postupno programski obogaćivati, pri čemu je jedna od mogućnosti da se za cijelo vrijeme trajanja događaja u centru Solina omogući karikaturistima da izrađuju karikature za lokalno stanovništvo, turiste i posjetitelje te prodaju svoje radove.

**Troškovi:** najmanje 8.000 eura 2026., 10.000 eura 2027., 12.000 eura 2028. i 14.000 eura 2029.

**Financiranje:** Turistička zajednica Grada Solina, Gradska knjižnica Solin i Javna ustanova u kulturi Zvonimir

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Suradnja između dionika u Solinu

## Mjera E: POBOLJŠANJE I POKRETANJE SURADNJI IZMEĐU DIONIKA

### Aktivnost E1: JAČANJE SURADNJE IZMEĐU GLAVNIH DIONIKA U TURIZMU GRADA SOLINA

**Nositelj:** Grad Solin i Turistička zajednica Grada Solina

**Opis:** Uspješnost, kvaliteta i dinamika turističkog razvoja velikim dijelom ovise o suradnji između područnih dionika, a zbog čega se predlaže da se osim suradnje u konkretnim razvojnim projektima ili marketinškim aktivnostima započne s redovitim održavanjem zajedničkih sastanaka u funkciji učvršćivanja međusobnih odnosa, a s ciljem međusobnog informiranja i zajedničkog planiranja određenih aktivnosti koje su izravno povezane s turizmom te su od strateškog značaja.

Dionici koji bi trebali biti aktivno uključeni u ovu vrstu suradnje su:

- Grad Solin i Turistička zajednica Grada Solina;
- Kulturne ustanove: Arheološki muzej u Splitu, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Javna ustanova u kulturi Zvonimir;
- Hotelijeri: Hotel President Solin i Hotel Salona Palace;
- Ostali dionici: Izletišta Jadro i Planinarsko društvo Sveti Jure.

**Troškovi:** ne postoje

**Financiranje:** ne postoji

**Vrijeme:** od dva do četiri sastanka godišnje tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Suradnja s turističkim zajednicama gradova i općina u okruženju

## Mjera E: POBOLJŠANJE I POKRETANJE SURADNJI IZMEĐU DIONIKA

### Aktivnost E2: JAČANJE SURADNJE TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SOLINA S TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA U OKRUŽENJU

**Nositelj:** Turistička zajednica Grada Solina

**Opis:** S obzirom da je Solin dio većeg turističkog područja i postojećeg turističkog klastera (Split i okruženje kao uže urbano / destinacijsko područje, odnosno Splitska rivijera kao šire urbano / destinacijsko područje / klaster), a Turistička zajednica Grada Solina ima mali budžet za marketing, preporučuju se nastavak i jačanje suradnje Turističke zajednice Grada Solina s područnim turističkim zajednicama u planiranju i razvoju određenih turističkih proizvoda (npr. kulturne rute i veliki događaji) te provedbi nekih zajedničkih promidžbenih aktivnosti (npr. zajedničko izlaganje na određenom turističkom sajmu, zajedničke marketinške kampanje na određenom tržištu, itd.), a s ciljem ostvarivanja marketinških sinergija u postizanju veće prepoznatljivosti Solina. Ova suradnja bi trebala biti usmjerena na suradnju s Turističkom zajednicom Grada Splita i Turističkom zajednicom Grada Kaštela, a poželjno i s drugim turističkim zajednicama u okruženju (npr. Turistička zajednica Općine Podstrana) te uz podršku Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije.

**Troškovi:** ovisno o aktivnostima koje se provode

**Financiranje:** Turistička zajednica Grada Solina, ostale turističke zajednice i drugi izvori financiranja

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Suradnja s turističkim zajednicama povijesnih gradova u inozemstvu

## Mjera E: POBOLJŠANJE I POKRETANJE SURADNJI IZMEĐU DIONIKA

### Aktivnost E3: POKRETANJE SURADNJE TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SOLINA S TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA U INOZEMSTVU

**Nositelj:** Turistička zajednica Grada Solina

**Opis:** Turistička zajednica Grada Solina već surađuje s jednom turističkom zajednicom u inozemstvu (Budva u Crnoj Gori), ali se predlaže uspostava suradnje s drugim turističkim zajednicama (i sličnim subjektima) s ciljem razmjene znanja i iskustva te provedbe određenih marketinških aktivnosti, s fokusom na manje gradove koji imaju bogato rimsko i ranokršćansko nasljeđe te su ogledni primjeri dobre prakse u turističkom razvoju, marketingu i upravljanju, kao što su:

- Fondazione Aquileia (Akvileja, Italija);
- Ravennatourism - Servizio Turismo del Comune di Ravenna (Ravenna, Italija);
- Office de Tourisme de la Côte du Midi (Narbonne, Francuska);
- El Patronat Municipal de Turisme de Tarragona (Tarragona, Španjolska);
- Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Cartagena (Cartagena, Španjolska).

**Troškovi:** ne postoje, a u slučaju provođenja određene aktivnosti troškovi ovisno o aktivnosti koja se provodi

**Financiranje:** Turistička zajednica Grada Solina, ostale turističke zajednice i drugi izvori financiranja

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Stručna znanja za turističke djelatnike

## Mjera F: PROVOĐENJE EDUKACIJA ZA DIONIKE I STANOVNIKE

### Aktivnost F1: EDUCIRANJE TURISTIČKIH DJELATNIKA U PODRUČJIMA POVIJESTI, KULTURE I PRIRODE

**Nositelj:** Grad Solin, TZ Grada Solina, Arheološki muzej u Splitu, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Izletište Jadro

**Opis:** S obzirom na raznovrsnost profesija zaposlenih u turizmu i pretpostavljeno nejednake razine znanja o solinskoj povijesti, kulturi i prirodi, predlaže se izrada programa čija je svrha da djelatnicima u turizmu prenese ključna znanja iz područja povijesti, kulture i prirode, ali i ostale povezane informacije i podatke koji se odnose na sve značajnije znamenitosti Solina. Ciljevi ovakvog programa su posredna prezentacija i interpretacija solinskih znamenitosti od strane djelatnika u turizmu prema turistima i posjetiteljima, ali i podizanje svijesti među djelatnicima o razumijevanju značaja te potrebi zaštite i očuvanja kulturne baštine i okoliša. Ovaj program bi trebao imati barem tri modula prema skupinama profesija, a to su:

- Modul za turističke agencije s fokusom na informatore i vodiče;
- Modul za smještajne objekte s fokusom na recepcionare, konobare i druge koji su u izravnim kontaktima s gostima;
- Modul za ostale subjekte s fokusom na konobare u restoranima i barovima (primarno u centru Solina).

**Troškovi:** ovisno o detaljima programa kojeg će za ovu namjenu biti potrebno izraditi

**Financiranje:** Grad Solin, TZ Grada Solina, Arheološki muzej u Splitu, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Izletište Jadro

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Svijest o zaštiti i očuvanju kulturne baštine i okoliša

## Mjera F: PROVOĐENJE EDUKACIJA ZA DIONIKE I STANOVNIKE

### Aktivnost F2: PODIZANJE SVIJEŠTI I TRAJNO PODSJEĆANJE O POTREBI ZAŠTITE I OČUVANJA KULTURNE BAŠTINE I OKOLIŠA

**Nositelj:** Grad Solin, TZ Grada Solina, Arheološki muzej u Splitu, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Izletište Jadro

**Opis:** S obzirom da su na održanoj radionici i provedenim sastancima mnogobrojni dionici izražavali nezadovoljstvo s ponašanjem određenog dijela lokalnog stanovništva prema zaštiti i očuvanju kulturne baštine i okoliša, predlaže se provođenje raznih vrsta edukacija tijekom dužeg razdoblja, a s ciljem podizanja svijesti i trajnog podsjećanja stanovnika o potrebi zaštite i očuvanja kulturne baštine i okoliša, uključujući, ali ne ograničavajući se na sljedeće moguće aktivnosti:

- Povremena pojavljivanja najznačajnijih dionika u medijima;
- Povremena gostovanja najznačajnijih dionika u osnovnim i srednjim školama (moguće i tematski);
- Organizacija dobrovoljnih akcija čišćenja okoliša najmanje dva puta godišnje (npr. proljeće i jesen);
- Povremeno vanjsko oglašavanje (billboard);
- Ostale aktivnosti ovisno o programu kojeg će za ovu namjenu biti potrebno izraditi.

**Troškovi:** ovisno o detaljima programa kojeg će za ovu namjenu biti potrebno izraditi

**Financiranje:** Grad Solin, TZ Grada Solina, Arheološki muzej u Splitu, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Izletište Jadro

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Brendiranje destinacije

## Mjera G: BRENDING, WEB I PROMOTIVNE AKTIVNOSTI

### Aktivnost G1: IZRADA KREATIVNOG KONCEPTA BRENDA I KREATIVNE KOMUNIKACIJSKE PLATFORME ZA DESTINACIJU SOLIN

**Nositelj:** Turistička zajednica Grada Solina

**Opis:** Kreiranje novog vizualnog identiteta destinacije Solin u skladu s odabranim i željenim pozicioniranjem destinacije i suvremenim trendovima. Novi vizualni identitet treba odražavati sve značajke i vrijednosti brenda. Izrada loga, slogana i knjige standarda koja obuhvaća primjere primjene vizualnog identiteta na primarna i medijska sredstva komunikacije (korporativni materijali, tiskani materijali, suveniri, informacijske ploče i drugi materijali). Novi vizualni identitet se treba primjenjivati na svim komunikacijskim materijalima buduće integrirane komunikacije. Knjiga standarda treba biti korištena od strane svih dionika. Također, treba definirati kreativnu platformu tj. kreativna rješenja promotivnih oglasa koja će obuhvaćati prodajne poruke po primarnim turističkim proizvodima destinacije te izbor ključnih vizuala destinacije koji će se komunicirati na svim promotivnim materijalima. Kao dio dodatnih aktivnosti potrebno je pokrenuti programe označavanja atrakcija i lokalnih autohtonih proizvoda te brendirati sve primarne događaje.

**Troškovi:** najmanje 15.000 eura

**Financiranje:** Turistička zajednica Grada Solina (i potencijalno drugi izvori financiranja)

**Vrijeme:** najranije 2026., a najkasnije 2027.

# Nova web stranica

## Mjera G: BRENDING, WEB I PROMOTIVNE AKTIVNOSTI

### Aktivnost G1: IZRADA NOVE WEB STRANICE TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SOLINA

**Nositelj:** Turistička zajednica Grada Solina

**Opis:** Izrada nove web stranice u skladu s novim trendovima, zahtjevima tržišta, suvremenim očekivanjima i navikama ciljnih skupina. Nova web stranica treba biti jednostavna za korištenje, s fokusom na promociju turističkih doživljaja, iskustava i turističkih proizvoda. Nova web stranica treba poslužiti kao novo centralno mjesto inspiriranja turista i posjetitelja, pružanja svih relevantnih informacija i profiliranja imidža destinacije. Ona treba postati središnje mjesto komunikacije s turistima i posjetiteljima te služiti kao poveznica s web stranicama davatelja turističkih usluga i nositelja turističke ponude u destinaciji. Pri projektiranju web stranice treba voditi računa da se korisnika što duže zadrži na web stranici te da korisnik sa što manje klikova dobije sve relevantne informacije potrebne za donošenje odluke o kupnji. Također, potrebno je ugraditi alate privole za ostavljanje podataka i stvaranja baze za sve buduće "remarketing" aktivnosti uključujući newsletter i Google kampanje. Web stranicu treba projektirati s jasnom strukturom weba i dizajnom korisničkog sučelja.

**Troškovi:** najmanje 15.000 eura

**Financiranje:** Turistička zajednica Grada Solina (i potencijalno drugi izvori financiranja)

**Vrijeme:** najranije 2027., a najkasnije 2028. (nakon brendinga)

# Promocija destinacije

## Mjera G: BRENDING, WEB I PROMOTIVNE AKTIVNOSTI

### Aktivnost G1: PROMOTIVNE AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SOLINA

**Nositelj:** Turistička zajednica Grada Solina

**Opis:** Dizajn promotivnih kampanja treba zadovoljiti načela konzistentnosti komunikacije, koncentracije komunikacijskih aktivnosti na primarna tržišta i to na one segmente primarnih tržišta koji generiraju najveće volumene turističke potražnje. Kampanje trebaju biti integrirane po svim korištenim medijskim kanalima. Koncentracija aktivnosti treba biti usmjerena na digitalne oblike promocije (društvene mreže, kampanje na digitalnim medijima, korištenje influencera). Pored medija treba iskoristiti "ključne točke interesa" u i oko destinacije za vrijeme planiranja putovanja, ali i boravka turista u destinaciji (poglavito Grada Splita) za stimuliranje turističke potražnje za posjetom i istraživanjem destinacije Solin. Točke interesa mogu biti web stranice i društvene mreže županijske turističke zajednice, Zračna luka Split, trajektna luka, trgovački centri, muzeji, restorani, hoteli, itd. Također treba posvetiti pažnju "inbound" marketingu i kreiranju vlastitog sadržaja na društvenim mrežama i blogu. Potrebno je graditi bazu vlastitih imidž fotografija, kratkih Instagram video materijala, grafika i tekstova.

**Troškovi:** oko 50.000 eura godišnje

**Financiranje:** Turistička zajednica Grada Solina (i potencijalno drugi izvori financiranja)

**Vrijeme:** tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

## 4. SMJERNICE I PREPORUKE



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

# Smjernice i preporuke

Smjernice i preporuke nisu obvezujući, ali su vrlo značajni prijedlozi definirani u skladu s prethodno postavljenim smjerom i ciljevima turističkog razvoja Solina jer mogu snažno doprinijeti ne samo predloženom modelu razvoja turizma, već i proizvesti određene nove vrijednosti. Jedan dio smjernica i preporuka su projektne ideje koje će zahtijevati profesionalnu pripremu i duži rok izvedbe od razdoblja na koje se odnosi predmetni plan upravljanja destinacijom, dok se drugi dio smjernica i preporuka odnosi na procese, a koji mogu započeti prije ili poslije ovisno o interesu dionika.

Ukupno je definirano 10 smjernica i preporuka:

- Osnivanje nove kulturne rute Vijeća Europe;
- Uvrštenje antičke Salone na popis svjetske baštine pod UNESCO zaštitom;
- Potencijalni razvoj Nacionalnog arheološkog muzeja Salona - Solin;
- Povećanje površine zaštićenog prostora posebnog ihtiološkog rezervata Gornji tok rijeke Jadro, odnosno Izletišta Jadro;
- Uređenje glavnog gradskog trga u centru Solina;
- Uređenje dodatnih pješačkih staza / šetnica;
- Uređenje osiguranog planinarskog puta na Kozjaku;
- Lobiranje autentičnosti ugostiteljske ponude te integracije turizma i poljoprivrede u ugostiteljskoj ponudi Solina;
- Osnivanje tijela za upravljanje kulturom i kulturnim turizmom Solina;
- Pokretanje suradnje Turističke zajednice Grada Solina s turističkim zajednicama hrvatskih kraljevskih gradova.

# Smjernice i preporuke

## **NOVA KULTURNA RUTA VIJEĆA EUROPE**

Vijeće Europe ima 48 kulturnih ruta čija je svrha da se umrežavanjem raznovrsnih dionika diljem Europe (npr. institucije vlasti, turističke zajednice, kulturne ustanove, itd.) promiču zaštita i očuvanje određene kulturne baštine, podiže njena prepoznatljivost te unaprjeđuje destinacijska turistička ponuda s fokusom na kulturu. Solin je danas uvršten u dvije kulturne rute (Feničanska ruta te Putevima rimskih careva i dunavska vinska ruta), ali bi u suradnji s odabranim turističkim zajednicama i drugim dionicima u inozemstvu mogao pokrenuti osnivanje nove kulturne rute (npr. kulturna ruta glavnih gradova rimskih provincija), podižući time svoju prepoznatljivost u Europi te stvarajući preduvjete za razvoj i financiranje određenih inicijativa / projekata povezanih s ovom kulturnom rutom.

Glavni dionici: Turistička zajednica Grada Solina, turističke zajednice povijesnih gradova i drugi dionici u inozemstvu (s fokusom na gradove koji su bili glavni gradovi rimskih provincija kao što su Cartagena, Narbonne, Tarragona, itd.) te Vijeće Europe

## **ANTIČKA SALONA KAO SVJETSKA BAŠTINA POD UNESCO ZAŠTITOM**

S obzirom na iznimni značaj antičke Salone i očuvanost određenih dijelova (manjih lokaliteta), predlaže se pokretanje procedure s ciljem uvrštenja antičke Salone na popis svjetske baštine pod UNESCO zaštitom na način da se identificiraju i odaberu oni lokaliteti koji će zadovoljiti sve bitne kriterije UNESCO-a (npr. Manastirine, Episkopalni centar + Terme, Kazalište / Teatar + Forum, Kapljuč, Amfiteatar, Marusinac, itd.) primjenjujući model odvojenih lokaliteta pod jednom zaštitom na način kako to već postoji s mnogobrojnim baštinama pod UNESCO zaštitom u drugim zemljama Mediterana. UNESCO zaštita će doprinijeti kako snažnom porastu turističke atraktivnosti Salone i Solina kao destinacije, tako i zaštiti i očuvanju cjelovitog nalazišta.

Glavni dionici: Arheološki muzej u Splitu te Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske

# Smjernice i preporuke

## **NACIONALNI ARHEOLOŠKI MUZEJ SALONA - SOLIN**

Premda je sam po sebi svojevrsni muzej na otvorenom s mnogobrojnim arheološkim lokalitetima, Solin bi zbog svog iznimnog kulturno-povijesnog značaja i vrlo velikog broja uskladištenih arheoloških nalaza mogao imati vlastiti arheološki muzej. Ovaj muzej bi trebao biti veliki moderno dizajnirani muzej s potpisom renomiranog arhitektonskog ureda iz Hrvatske ili svijeta te bi na inovativan način trebao prezentirati ilirsku, rimsku i ranokršćansku (potencijalno i starohrvatsku) povijest Solina kroz nekoliko tematskih cjelina s atraktivno izloženim arheološkim nalazima te uz podršku najnovijih tehnoloških rješenja. Koncipiran kao "landmark" muzej svjetskog karaktera, solinski arheološki muzej bi postao jedna od glavnih atrakcija ne samo Grada Solina i šireg područja Splitske rivijere, već i cijele Hrvatske, snažno doprinoseći globalnoj prepoznatljivosti i tržišnoj atraktivnosti Solina kao inovativne i društveno odgovorne turističke destinacije. Ogledni primjeri dobre prakse su Muzej Acropolis (Atena, Grčka), Arheološki muzej Patras (Patras, Grčka), Muzej europskih i mediteranskih civilizacija (Marseille, Francuska), Muzej Narbo Via (Narbonne, Francuska), Nacionalni muzej podvodne arheologije (Cartagena, Španjolska), Arheološki muzej u sklopu kompleksa Setas de Sevilla (Sevilla, Španjolska), itd. Glavni dionici: Grad Solin, Arheološki muzej u Splitu (potencijalno i Muzej hrvatskih arheoloških spomenika), Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske te Vlada Republike Hrvatske

## **POSEBNI IHTIOLOŠKI REZERVAT JADRO I IZLETIŠTE JADRO**

S obzirom na nedostatak zelenih površina na području Grada Solina, preporučuje se njihovo postupno povećavanje, a jedna od mogućnosti je da se u gornjem toku rijeke Jadro ili poveća površina zaštićenog prostora posebnog ihtiološkog rezervata Gornji tok rijeke Jadro ili urede novi park / posadi šuma te nove pješačke staze u za to prikladnom, a mogućem prostoru uz ili neposrednoj blizini Izletišta Jadro, s ciljem pojačavanja doživljaja prirode, ali i očuvanja ovog visokovrijednog prostora od potencijalne gradnje.

Glavni dionici: Grad Solin, Izletišta Jadro, Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Splitsko-dalmatinske županije MORE I KRŠ te Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije Republike Hrvatske

# Smjernice i preporuke

## GLAVNI GRADSKI TRG

Solin je među rijetkim gradovima Hrvatske koji nema svoj glavni gradski trg kao središnje mjesto susreta lokalnog stanovništva, a koje je u turizmu i značajno mjesto boravka, razgledavanja, fotografiranja, itd. Unatoč tome, središnji dio Zvonimirove ulice u duljini od oko 100 m od vodopada kod restorana River do kavane Zvonimir te s nekoliko dodatnih ugostiteljskih sadržaja u naravi i funkcionira kao jedan takav društveni prostor iako istim prometuju vozila (i to u jednom smjeru). Nadalje, ovaj prostor ima i malo proširenje ispred objekta Hrvatske pošte s jedne strane dok se s druge strane rijeke Jadro naslanja na Gospin otok, čineći s istim jednu veliku i visokovrijednu doživljajnu cjelinu. S obzirom na sve navedeno, preporučuje se da se provjeri mogućnost uređenja ovog prostora u glavni gradski trg, odnosno pješačku zonu, ali uz preduvjet nužnih prometnih rješenja ako su moguća (npr. osiguranje dvosmjernog prometa u Zvonimirovoj ulici s okretištima na svakom kraju trga / pješačke zone, rješavanje cestovnog pristupa objektima unutar ovog prostora na drugi način, uređenje dodatnih parkirališnih mjesta u neposrednoj blizini, itd.). Ovaj trg ne zahtijeva velika ulaganja, a unaprijedio bi ne samo kvalitetu življenja lokalnog stanovništva, već i doživljaje boravka za turiste i posjetitelje, povećavajući time atraktivnost Solina i kao mjesta ugodnog za život i kao poželjne turističke destinacije.

Glavni dionici: Grad Solin

## DODATNE PJEŠAČKE STAZE / ŠETNICE

Osim prethodno predloženih pješačkih staza / šetnica u centru Solina, izrazito je poželjno urediti pješačku stazu / šetnicu koja centar Solina povezuje sa Salonom (duljina ovisna o optimalnoj trasi), a preporučljivo je urediti i šetnicu duž rijeke Jadro radi povezivanja centra Solina s Izletištem Jadro (duljine oko 2 km), s napomenom da uređenje ove riječne šetnice zahtijeva znatno veća ulaganja od uređenja pješačke staze / šetnice između centra Solina i Salone.

Glavni dionici: Grad Solin

# Smjernice i preporuke

## **OSIGURANI PLANINARSKI PUT NA KOZJAKU**

S ciljem pružanja adrenalinskog doživljaja planinarenja za određene tržišne segmente preporučuje se uređenje osiguranog planinarskog puta (tzv. ferate) na Kozjaku. Ovaj put bi trebao biti izveden poštujući najviše sigurnosne standarde (po uzoru na slične puteve u Sloveniji) te bi mogao biti u duljini od oko 1,50 do oko 2,00 km na kosini od lokaliteta Piramida preko Škrabutine do vrha sv. Jure.

Glavni dionici: Planinarsko društvo Sveti Jure

## **UGOSTITELJSTVO**

Solin danas ima zadovoljavajuću ugostiteljsku ponudu koju čine sadržaji hrane i pića u sklopu dva hotela (Hotel President Solin 5\* i Hotel Salona Palace 4\*), 12 restorana, više od 30 barova te mnogobrojni objekti brze prehrane. S obzirom na već pokazanu brzinu kojom dalmatinski poduzetnici u ugostiteljstvu reagiraju na tržišne trendove relativno brzo otvarajući / zatvarajući svoje objekte, za očekivati je da će i solinski ugostitelji isto tako brzo reagirati razvojem novih koncepata u sklopu postojećih objekata i/ili otvaranjem novih objekata. Unatoč tome, preporučuje se da Turistička zajednica Grada Solina prema ugostiteljima trajno lobira što veću autentičnost njihove ponude te integraciju turizma i poljoprivrede na način da solinski restorani sve više nude autohtona jela i moderne interpretacije istih te koriste sastojke od solinskih i drugih dalmatinskih proizvođača hrane i pića.

Glavni dionici: Vlasnici postojećih ugostiteljskih sadržaja i budući poduzetnici u ugostiteljstvu za koncepte i jelovnike te ulaganja, a Turistička zajednica Grada Solina za praćenje tržišnih trendova u destinaciji i lobiranje određenih potreba prema ugostiteljima

# Smjernice i preporuke

## **MODEL UPRAVLJANJA KULTUROM I KULTURNIM TURIZMOM**

S obzirom da u Solinu ne postoji izvršno tijelo za upravljanje kulturom i kulturnim turizmom na razini destinacije, a Turistička zajednica Grada Solina u ovom području ima vrlo ograničenu nadležnost, preporučuje se osnivanje tijela u vlasništvu Grada Solina ili u vlasništvu glavnih dionika, a čiji bi glavni zadaci trebali biti da planira, vodi i dinamizira relevantne procese kao što su određeni razvojni projekti na arheološkim lokalitetima, razgovori i dogovori s državnim tijelima, podrška Turističkoj zajednici Grada Solina, itd. Glavni dionici: Grad Solin, Turistička zajednica Grada Solina, Arheološki muzej u Splitu, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, Javna ustanova u kulturi Zvonimir, Gradska knjižnica Solin i Kulturno vijeće Grada Solina

## **SURADNJA S TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA HRVATSKIH KRALJEVSKIH GRADOVA**

Preporučuje se uspostava suradnje između Turističke zajednice Grada Solina i turističkih zajednica hrvatskih kraljevskih gradova (Biograd na Moru, Knin, Nin i Šibenik) s ciljem razmjene znanja i iskustva, mogućeg planiranja i razvoja određenih turističkih proizvoda (npr. kulturne rute) te provedbe nekih zajedničkih promidžbenih aktivnosti (npr. zajedničko izlaganje na određenom turističkom sajmu).

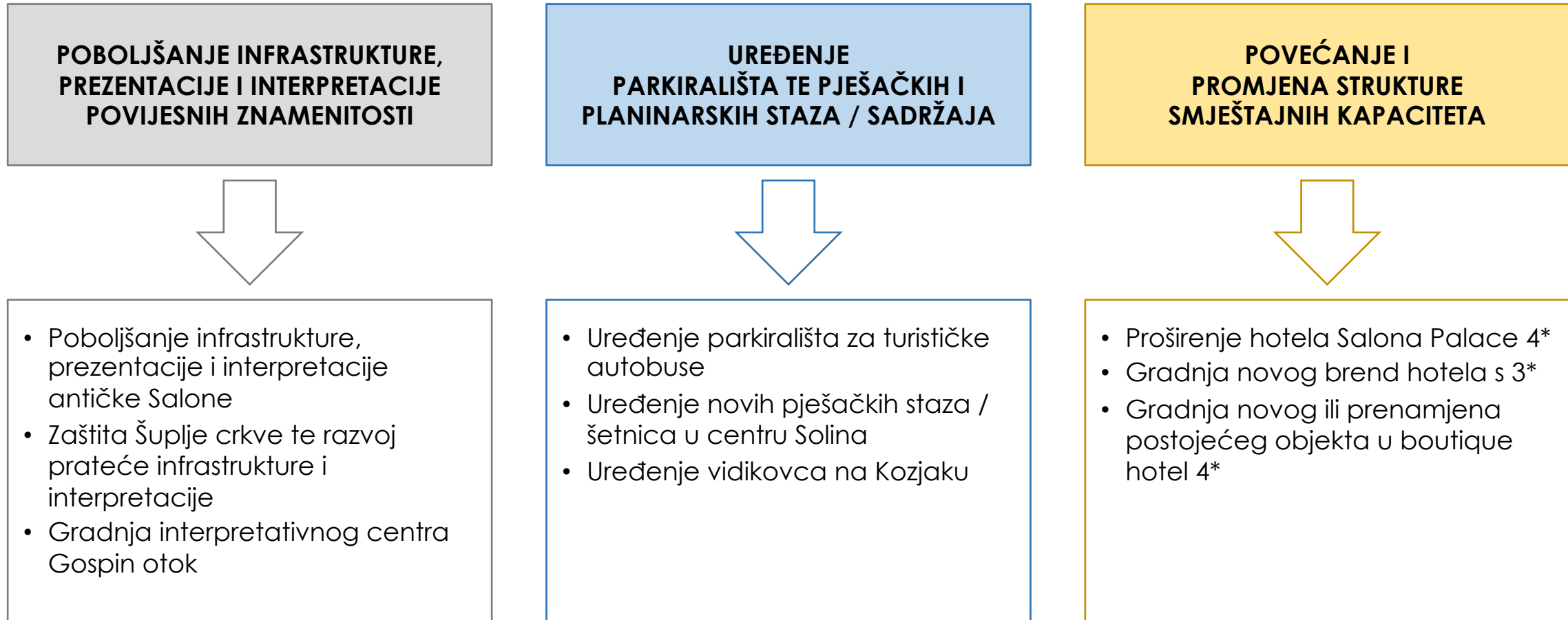
Glavni dionici: Turistička zajednica Grada Solina, Turistička zajednica Grada Biograda na Moru, Turistička zajednica Grada Knina, Turistička zajednica Grada Nina i Turistička zajednica Grada Šibenika

## 5. PROJEKTI



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

# Projekti prema planiranim razvojnim mjerama



Projekti su predloženi sukladno razgovorima s relevantnim dionicima, a vodeći računa o razvojnim ciljevima i mjerama (prve dvije skupine) ili su koncipirani kao investicijski prospekti (za dva nova hotela), dok je samo jedan projekt u visokoj razvojnoj fazi zbog čega se može kvalificirati kao investicijski projekt posebnog značaja (proširenje hotela Salona Palace 4\*)

# Poboljšanje infrastrukture, prezentacije i interpretacije antičke Salone

**Lokacija:** Grad Solin > naselje Solin > antička Salona

**Nositelj:** Arheološki muzej u Splitu i Grad Solin

**Vrsta projekta:** Investicijski projekt od (posebnog) značaja za turistički razvoj (vrijednost veća od milijun eura)

**Predmet projekta:** Značajno poboljšanje infrastrukture te umjereno poboljšanje prezentacije i interpretacije antičke Salone:

- Uređenje interpretativnog centra s ranokršćanskom tematikom i pratećih toaleta u objektu Tusculum;
- Uređenje glavne staze na relaciji sjeverni ulaz - Manastirine - Tusculum - Episkopalni centar - Porta Caesarea - Sarkofazi - Kapljuč - Amfiteatar i kraćih staza (između Episkopalnog centra i Termi do Pet mostova, odvojak za Kazalište / Teatar, kružno kod Amfiteatra, itd.), ukupne duljine oko 3.000 m i prilagođene osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti;
- Postavljanje klupa za sjedenje uz staze i na određenim mjestima koja pružaju atraktivne poglede (najmanje 30 klupa) te koševa za otpad, pri čemu svaki s tri spremnika za plastiku, papir i ostalo (najmanje 30 koševa, ali ne uz klupe);
- Postavljanje (nižih) ograda oko nekih lokaliteta, a poželjno i novih ograda na granicama s privatnim zemljištima;
- Postavljanje rasvjete uz glavnu pješačku stazu, potencijalno i uz druge pješačke staze te poželjno noćno osvjetljenje najvećih lokaliteta (npr. Manastirine, Episkopalni centar, Kazalište / Teatar i Amfiteatar);
- Postavljanje video nadzora na sjevernom i zapadnom ulazu, a poželjno i na drugim lokalitetima;
- Izrazito poželjno postavljanje dva bukobrana (kod Amfiteatra i kod Kazališta / Teatra), ukupne duljine najmanje 300 m;
- Postavljanje informacijskih ploča (na način kako je i započeto) i uvođenje QR kodova (na svim lokalitetima);
- Uređenje i označavanje mjesta za selfie fotografije (npr. Manastirine, Episkopalni centar, Kazalište / Teatar i Amfiteatar);
- Sadnja čempresa uz klupe (ne nužno sve) i na nekim mjestima radi osiguranja atraktivnijih pogleda i vizualne barijere.

**Svrha projekta:** Svrha projekta je osiguranje svih bitnih elemenata komfora koje posjetitelji očekuju tijekom obilaska Salone.

# Poboljšanje infrastrukture, prezentacije i interpretacije antičke Salone

**Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti:** veći ZL-1, ZL-2, SZL-1, SZL-3, ZT-1, PD-1, TP-1 i TI-1

**Doprinos ostvarenju postavljenih ciljeva:** cjelovito poboljšani arheološki lokalitet, kvalitetnija prezentacija i interpretacija Salone te antičke i ranokršćanske povijesti Solina, značajno veća ponuda i više razine uređenosti pješačkih staza, veća atraktivnost kulturnih događaja (koji se održavaju ili će se održavati u Salonu), veća prepoznatljivost Solina u Europi i na udaljenim tržištima, značajno veći volumen turističkog prometa (dolasci i noćenja), broj / promet posjetitelja i prihod od turizma, s najvećim porastima u predsezoni i sezoni (ožujak, travanj i svibanj te listopad i studeni, ali i lipanj i rujanj)

**Doprinos razvoju turističkih proizvoda:** primarno grupne ture autobusom, individualne ture automobilom i slično, kratki (vikend) odmori, posebni interesi u kulturi (arheološka istraživanja, edukacije i radionice, arheološke i sakralne rute, itd.) te određeni (kulturni) događaji, ali i glavni ljetni odmor, (specijalizirani) kongresi i slični skupovi te aktivnosti u prirodi (hodanje)

**Ekonomski učinci:** nekoliko novozaposlenih djelatnika te značajno veći broj / promet posjetitelja i prihod od ulaznica

**Procjena ulaganja:** najmanje 1,00 milijun eura (bez PDV-a) za troškove gradnje, opremanja, infrastrukturnih i hortikulturnih radova te razvojnih aktivnosti za pješačke staze, klupe i koševе za otpad, rasvjetu, video nadzor, info ploče i nova stabla

**Izvori financiranja:** vlastita sredstva Arheološkog muzeja u Splitu i proračunska sredstva Grada Solina, a potencijalno i određena bespovratna sredstva (ovisno o raspoloživim fondovima i pratećim natječajima), s ulogama i udjelima ovisno o dogovoru između Arheološkog muzeja u Splitu i Grada Solina

**Status projekta:** Arheološki muzej u Splitu i Grad Solin imaju određene projekte za veći / manji dio prethodno predloženih sadržaja, a što će biti potrebno uskladiti s ciljem izrade usklađenog idejnog rješenja (posebno za staze, ali i za rasvjetu i drugu infrastrukturu) te potom provesti ostale razvojne aktivnosti (izrada glavnog projekta s troškovnicima te investicijske studije, dobivanje svih potrebnih dozvola i rješavanje financiranja, gradnja, itd.)

**Dinamika razvoja:** fazno tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029.

# Zaštita Šuplje crkve te razvoj prateće infrastrukture i interpretacije

**Lokacija:** Grad Solin > naselje Solin > pored Šuplje crkve  
(granično područje s Općinom Klis)

**Nositelj:** Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Grad Solin

**Vrsta projekta:** Investicijski projekt od (posebnog) značaja za turistički razvoj (vrijednost veća od milijun eura)

**Predmet projekta:** Za projekt postoji idejno rješenje izrađeno prije nekoliko godina uz pretpostavku promjene toka rijeke Jadro, a za kojeg se predlaže njegova revizija na sljedeći način:

- Zaštita Šuplje crkve od plavljenja koristeći najmodernija tehnološka rješenja obrane od poplava na način koji ne zahtijeva promjenu toka rijeke Jadro jer se ovaj dio toka nalazi u ekološkoj mreži Natura 2000 kao područje očuvanja značajno za vrste i stanište tipove, ali i zbog toga što je promjena toka dugotrajan i relativno skup razvojni proces;
- Gradnja mosta preko rijeke za pristup Šupljjoj crkvi sa solinske strane, nadovezujući se na novu pješačku stazu / šetnicu (kasnije navedena kao dio projekta pješačkih staza / šetnica u centru Solina), pri čemu bi ovaj most mogao biti izveden kao platforma u funkciji vidikovca bilo cijelom svojom dužinom ili u jednom dijelu (ovisno o reviziji idejnog rješenja), s pogledima na Šuplju crkvu i rijeku Jadro, informacijskom pločom, pristupnim rampama za osobe s invaliditetom i smanjene pokretljivosti te s atraktivno dizajniranim hibridnim konceptom bara & trgovine ispod mosta / platforme, a koji bi trebao imati od 48 do 72 sjedišta (od čega od 1/3 do 1/2 u zatvorenom, a od 1/2 do 2/3 na terasi, ovisno o reviziji idejnog rješenja), prodaju suvenira i toalete za muškarce, žene i osobe s invaliditetom i smanjene pokretljivosti;
- Uređenje pratećih nogostupa i parkirališta s najmanje 5 do 6 parkirališnih mjesta za osobna vozila i jednim parkirališnim mjestom za autobuse, istočno od Šuplje crkve, a u nastavku mosta / platforme;
- Uređenje zelenih površina između Šuplje crkve i parkirališta.

**Svrha projekta:** Svrha projekta je zaštita lokaliteta od plavljenja i njegovo "približavanje" kako turistima i posjetiteljima, tako i lokalnom stanovništvu razvojem nove "stare" atrakcije u funkciji značajnog poboljšanja kulturne ponude (centra) Solina.

# Zaštita Šuplje crkve te razvoj prateće infrastrukture i interpretacije

**Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti:** veći ZL-1, ZL-2, SZL-1, SZL-3, ZT-1, PD-1, TP-1 i TI-1

**Doprinos ostvarenju postavljenih ciljeva:** cjelovito poboljšani arheološki lokalitet, kvalitetnija prezentacija i interpretacija Šuplje crkve te starohrvatske i kršćanske povijesti Solina, veća ponuda uređenih pješačkih staza, veća prepoznatljivost Solina u Hrvatskoj i Europi, veći volumen turističkog prometa (dolasci i noćenja), broj / promet posjetitelja i prihod od turizma, s najvećim porastima u predsezoni i posezoni (ožujak, travanj i svibanj te listopad i studeni, ali i lipanj i rujanj)

**Doprinos razvoju turističkih proizvoda:** primarno grupne ture autobusom, individualne ture automobilom i slično, kratki (vikend) odmori i posebni interesi u kulturi (kršćanska baština i starohrvatska povijest), ali i glavni ljetni odmor te (specijalizirani) kongresi i slični skupovi

**Ekonomski učinci:** od 3 do 5 novozaposlenih djelatnika na bazi sati rada te prihod bara & trgovine (u stabiliziranoj godini poslovanja) od najmanje 200 tisuća eura (bez PDV-a)

**Procjena ulaganja:** najmanje 1,00 milijun eura (bez PDV-a) za troškove zaštite lokaliteta, gradnje / uređenja mosta i parkirališta, opremanja, infrastrukturnih i hortikulturnih radova te razvojnih aktivnosti

**Izvori financiranja:** vlastita sredstva Muzeja hrvatskih arheoloških spomenika i proračunska sredstva Grada Solina, a potencijalno i određena bespovratna sredstva (ovisno o raspoloživim fondovima i pratećim natječajima), s ulogama i udjelima ovisno o dogovoru između Muzeja hrvatskih arheoloških spomenika i Grada Solina

**Status projekta:** projekt ima idejno rješenje kojeg su prije nekoliko godina izradili Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Arhitektonski kolektiv, a koje će biti potrebno revidirati te potom provesti druge razvojne aktivnosti (izrada glavnog projekta s troškovnicima te investicijske studije, dobivanje svih potrebnih dozvola i rješavanje financiranja, gradnja, itd.)

**Dinamika razvoja:** revizija idejnog rješenja početkom 2026., a potom i druge razvojne aktivnosti (izrada glavnog projekta s troškovnicima, dobivanje svih potrebnih dozvola i rješavanje financiranja) te dovršetak radova najkasnije tijekom 2028.

# Gradnja interpretativnog centra Gospin otok

**Lokacija:** Grad Solin > naselje Solin > centar naselja > pored Gospinog otoka

**Nositelj:** Župa Gospe od Otoka

**Vrsta projekta:** Investicijski projekt od (posebnog) značaja za turistički razvoj (vrijednost veća od milijun eura)

**Predmet projekta:** Gradnja modernog interpretativnog centra koji bi turistima i posjetiteljima trebao prezentirati značaj i ulogu Gospinog otoka i obližnjih crkvi s fokusom na ključne povijesne događaje, širenje kršćanstva, solinske svece i pape, rađanje hrvatske nacije i hrvatske države te sve druge povezane priče, na mjestu postojećeg objekta (u vlasništvu Župe Gospe od Otoka) jugozapadno od župne crkve (na zračnoj udaljenosti od 50 m do 60 m) te sa sljedećim sadržajima:

- Ulazni prostor / predvorje s recepcijom i pristupima za izložbeni prostor, dvoranu, trgovinu, bar i toalete;
- Atraktivno dizajnirani i vrhunski tehnološko opremljeni izložbeni prostor površine od 120 m<sup>2</sup> do 150 m<sup>2</sup>;
- Dvorana za projekcije i manje skupove za od 50 do 60 osoba i površine od 60 m<sup>2</sup> do 75 m<sup>2</sup>;
- Trgovina suvenira, nakita, knjiga, slika i drugih predmeta s kršćanskom tematikom površine od 20 m<sup>2</sup> do 30 m<sup>2</sup>;
- Bar s od 75 do 90 sjedišta (od čega 1/3 u zatvorenom, a 2/3 na natkrivenoj terasi s pogledima na Gospin otok);
- Blok toaleta (za muškarce, za žene i za osobe s invaliditetom i smanjene pokretljivosti);
- Most preko rukavca rijeke Jadro (za pristup), uređeni park i vanjsko igralište za manju djecu.

Ukupna bruto površina svih zatvorenih prostora je procijenjena u rasponu od 400 m<sup>2</sup> do 500 m<sup>2</sup> (ovisno o izradi detaljnog programa sadržaja > idejnog rješenja > glavnog arhitektonskog projekta).

**Svrha projekta:** Svrha projekta je razvoj nove atrakcije u Solinu, prezentacija i interpretacija značaja Gospinog otoka u povijesti Solina, Dalmacije i Hrvatske te značajno poboljšanje cjelokupnog doživljaja centra Solina.

# Gradnja interpretativnog centra Gospin otok

**Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti:** veći ZL-1, ZL-2, SZL-1, SZL-3, ZT-1, PD-1, TP-1, PGS-1, PGS-2 i TI-1

**Doprinos ostvarenju postavljenih ciljeva:** kvalitetnija prezentacija i interpretacija Gospinog otoka te starohrvatske i kršćanske povijesti Solina, veća prepoznatljivost Solina u Hrvatskoj, Europi i na udaljenim tržištima, veći volumen turističkog prometa (dolasci i noćenja), broj / promet posjetitelja i prihod od turizma, s najvećim porastima u predsezoni i sezoni (ožujak, travanj i svibanj te listopad i studeni, ali i lipanj i rujanj)

**Doprinos razvoju turističkih proizvoda:** primarno grupne ture autobusom, individualne ture automobilom i slično, kratki (vikend) odmori, posebni interesi u kulturi (sakralne rute i hodočašća) te događaji (vjerskog karaktera), ali i glavni ljetni odmor te (specijalizirani) kongresi i slični skupovi

**Ekonomski učinci:** između 5 i 10 novozaposlenih djelatnika na bazi sati rada, prihod od ulaznica, bara i trgovine (u stabiliziranoj godini poslovanja) od najmanje 500 tisuća eura (bez PDV-a)

**Procjena ulaganja:** od 1,50 do 2,00 milijuna eura (bez PDV-a) za troškove gradnje, opremanja, infrastrukturnih i hortikulturnih radova te razvojnih aktivnosti, odnosno između 3.000 i 4.000 eura po m<sup>2</sup> bruto površine zatvorenog prostora (relativno veći raspon jediničnog troška ulaganja zbog razlika u mogućim razinama tehnološke opremljenosti objekta)

**Izvori financiranja:** kombinacija vlastitih sredstava i kreditnih sredstava sukladno aktualnim mogućnostima financiranja, a potencijalno i određena bespovratna sredstva (ovisno o raspoloživim fondovima i pratećim natječajima)

**Status projekta:** projekt nema projektnu dokumentaciju jer je predložen na razini koncepta, a zbog čega je prvo nužna izrada pred-investicijske studije s programom sadržaja te pratećeg idejnog rješenja, a potom i provođenje drugih razvojnih aktivnosti (razgovori s potencijalnim izvorima financiranja, izrada glavnog projekta s troškovnicima te investicijske studije, dobivanje svih potrebnih dozvola i rješavanje financiranja, gradnja, itd.)

**Dinamika razvoja:** razvojne aktivnosti tijekom 2026. i 2027., gradnja najranije 2027. - 2028. i otvaranje najranije 2028.

# Uređenje parkirališta za turističke autobuse

**Lokacija:** Grad Solin > naselje Solin > u centru naselja i kod antičke Salone

**Nositelj:** Grad Solin

**Vrsta projekta:** Investicijski projekt od značaja za turistički razvoj (vrijednost manja od milijun eura)

**Predmet projekta:** Uređenje / gradnja dva namjenska parkirališta za turističke autobuse, pri čemu po jedno parkiralište u svakoj od dvije glavne zone u kojima bi autobusi trebali biti parkirani dok su turisti / posjetitelji u obilasku:

- Parkiralište u centru Solina s najmanje 3 ili 4 parkirališna mjesta površine 180 m<sup>2</sup> ili 240 m<sup>2</sup> (60 m<sup>2</sup> po mjestu) + površina za pristup i/ili okretanje od 180 m<sup>2</sup> do 240 m<sup>2</sup> (okvirno slične površine kao i površina parkirališnih mjesta, ali ovisno o idejnom rješenju), temeljem čega proizlazi ukupna površina u rasponu od 360 m<sup>2</sup> do 480 m<sup>2</sup> (konačna površina ovisno o broju parkirališnih mjesta te idejnom rješenju);
- Parkiralište pored glavnog (sjevernog) ulaza u Salonu s najmanje 5 ili 6 parkirališnih mjesta površine 300 m<sup>2</sup> ili 360 m<sup>2</sup> (60 m<sup>2</sup> po mjestu) + površina za pristup i/ili okretanje od 300 m<sup>2</sup> do 360 m<sup>2</sup> (okvirno slične površine kao i površina parkirališnih mjesta, ali ovisno o idejnom rješenju), temeljem čega proizlazi ukupna površina u rasponu od 600 m<sup>2</sup> do 720 m<sup>2</sup> (konačna površina ovisno o broju parkirališnih mjesta te idejnom rješenju).

Sukladno navedenom proizlazi da bi oba parkirališta trebala imati ukupnu izgrađenu površinu od 960 m<sup>2</sup> do 1.200 m<sup>2</sup> ovisno o broju parkirališnih mjesta te idejnom rješenju. U slučaju veće udaljenosti predloženih parkirališta od centra Solina, odnosno od glavnog ulaza u Salonu, za izlazak / ulazak putnika je potrebno bilo osigurati korištenje postojećih stajališta ili planirati nova stajališta, a koja bi se i u jednom i u drugom slučaju trebala nalaziti u neposrednoj blizini centra Solina i glavnog ulaza u Salonu te imati prateće nogostupe do centra Solina, odnosno glavnog ulaza u Salonu.

**Svrha projekta:** Svrha projekta je rješavanje problema nepostojanja parkirališta za turističke autobuse u centru Solina i kod Salone, čime se značajno unaprjeđuje tržišna atraktivnost Solina kao destinacije te povećava promet turista i posjetitelja.

# Uređenje parkirališta za turističke autobuse

**Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti:** veći ZL-1, ZL-2, ZT-1 i TP-1

**Doprinos ostvarenju postavljenih ciljeva:** značajno veći volumen turističkog prometa (dolasci i noćenja), broj / promet posjetitelja i prihod od turizma, s najvećim porastima u predsezoni i posezoni (ožujak, travanj i svibanj te listopad i studeni, ali i lipanj i rujanj)

**Doprinos razvoju turističkih proizvoda:** primarno grupne ture autobusom, ali i kongresi i slični skupovi te događaji

**Ekonomski učinci:** prihod od naplate parkinga i značajni učinci na cijelu destinaciju (promet turista i posjetitelja te prihod od turizma)

**Procjena ulaganja:** za oba parkirališta od 400 do 500 tisuća eura (bez PDV-a) za troškove gradnje, opremanja (rampe i rasvjeta), infrastrukturnih radova te razvojnih aktivnosti (bez troškova stjecanja zemljišta), odnosno oko 400 eura po m<sup>2</sup>

**Izvori financiranja:** proračunska sredstva Grada Solina, a potencijalno i određena bespovratna sredstva (ovisno o raspoloživim fondovima i pratećim natječajima)

**Status projekta:** projekt nema projektnu dokumentaciju jer je predložen na razini koncepta, a zbog čega je prvo nužna izrada idejnog rješenja, a potom i provođenje drugih razvojnih aktivnosti (izrada glavnog projekta s troškovnicima, dobivanje svih potrebnih dozvola i rješavanje financiranja, a tek onda i uređenje parkirališta)

**Dinamika razvoja:** početak razvoja projekta nakon odabira lokacije (i eventualno potrebnog stjecanja zemljišta ako nije u gradskom vlasništvu), najranije tijekom 2026., što pod pretpostavkom učinkovite provedbe svih razvojnih aktivnosti znači da bi parkirališta mogla biti uređena najranije 2027.

# Uređenje novih pješačkih staza / šetnica u centru Solina

**Lokacija:** Grad Solin > naselje Solin > u centru naselja

**Nositelj:** Grad Solin

**Vrsta projekta:** Investicijski projekt od značaja za turistički razvoj (vrijednost manja od milijun eura)

**Predmet projekta:** Uređenje / gradnja novih pješačkih staza / šetnica uz glavni tok / rukavce rijeke Jadro u centru Solina u određenim zonama u kojima one danas ne postoje, s fokusom na sljedeća četiri segmenta:

- Staza uz rukavac od mosta kod kavane Zvonimir preko dijela terase, između rijeke i objekta te dalje sve do dijela gdje počinje postojeća staza / šetnica, duljine oko 125 m (iznimno značajna staza jer danas ne postoji pješačka poveznica između Gospinog otoka i postojeće staze / šetnice koja se proteže u smjeru Gašpine mlinice);
- Staza uz glavni tok kod lokaliteta Dvorine, na zapadnoj strani toka između rijeke i lokaliteta, duljine oko 250 m (izrazito poželjna staza radi snažnog povećanja doživljaja rijeke i stvaranja kružne šetnice s obzirom da bi ova staza trebala biti izvedena grananjem postojeće staze / šetnice na jugu i spajanjem s istom stazom / šetnicom na sjeveru);
- Staza uz glavni tok između mosta poslije Gašpine mlinice do Šuplje crkve, na solinskoj strani, duljine od najmanje 160 m (iznimno značajna staza radi osiguranja pješačke poveznice s lokalitetom Šuplja crkva uz pretpostavku gradnje mosta);
- Staza uz glavni tok između mosta kod crkve Gospe od Otoka i mosta kod crkve sv. Obitelji, na istočnoj strani toka između rijeke i postojećeg parkirališta, duljine oko 70 m (poželjna staza radi osiguranja dodatnog uređenog pristupa crkvi sv. Obitelji i povećanja doživljaja šetnji uz rijeku).

Sukladno navedenom proizlazi da bi ove četiri nove staze trebale imati ukupnu duljinu od najmanje 600 m, a što bi s prosječnom širinom staze od najmanje 1,20 m za prvu predloženu stazu (zbog relativno uskog prostora) do oko 1,80 m za druge predložene staze značilo ukupnu površinu novih pješačkih staza / šetnica od najmanje 1.000 m<sup>2</sup>.

**Svrha projekta:** Svrha projekta je povećavanje atraktivnosti centra Solina kao mjesta s visoko vrijednim doživljajima šetnji uz rijeku i kulturne / povijesne znamenitosti, čime se značajno unaprjeđuje i tržišna atraktivnost Solina kao destinacije.

# Uređenje novih pješačkih staza / šetnica u centru Solina

**Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti:** veći ZL-1, ZL-2, SZL-1, ZT-1 i TP-1

**Doprinos ostvarenju postavljenih ciljeva:** veća ponuda i više razine uređenosti pješačkih staza / šetnica u centru Solina, veći volumen turističkog prometa (dolasci i noćenja), broj / promet posjetitelja i prihod od turizma, s najvećim porastima u predsezoni i sezoni (ožujak, travanj i svibanj te listopad i studeni, ali i lipanj i rujan)

**Doprinos razvoju turističkih proizvoda:** primarno grupne ture autobusom, individualne ture automobilom i slično te kratki (vikend) odmori, ali i glavni ljetni odmor, kongresi i slični skupovi, posebni interesi u kulturi i aktivnosti u prirodi (hodanje)

**Ekonomski učinci:** bez izravnih ekonomskih učinaka, ali s učincima na cijelu destinaciju (atraktivnost centra Solina za šetnje i tržišna atraktivnost Solina kao destinacije, što doprinosi porastima prometa turista i posjetitelja te prihoda od turizma)

**Procjena ulaganja:** za sve četiri staze (bez mosta kod Šuplje crkve) od 400 do 500 tisuća eura (bez PDV-a) za troškove gradnje, opremanja (klupe, koševi za otpad, ograde i rasvjeta), infrastrukturnih radova te razvojnih aktivnosti (bez troškova stjecanja zemljišta), odnosno od 400 do 500 eura po m<sup>2</sup>

**Izvori financiranja:** proračunska sredstva Grada Solina, a potencijalno i određena bespovratna sredstva (ovisno o raspoloživim fondovima i pratećim natječajima)

**Status projekta:** projekt nema projektnu dokumentaciju jer je predložen na razini koncepta, a zbog čega je prvo nužna izrada idejnog rješenja, a potom i provođenje drugih razvojnih aktivnosti (izrada glavnog projekta s troškovnicima, dobivanje svih potrebnih dozvola i rješavanje financiranja, a tek onda i uređenje staza / šetnica)

**Dinamika razvoja:** fazno tijekom cijelog razdoblja od 2026. do 2029. (jedna staza godišnje), uz uvjet eventualno potrebnog stjecanja zemljišta ako nije u gradskom vlasništvu i pod pretpostavkom učinkovite provedbe svih razvojnih aktivnosti

# Uređenje vidikovca na Kozjaku

**Lokacija:** Grad Solin > naselje Solin > područje vrha sv. Jure ili druga lokacija na planini Kozjak

**Nositelj:** Grad Solin i Planinarsko društvo Sveti Jure

**Vrsta projekta:** Investicijski projekt od značaja za turistički razvoj u opciji A (vrijednost manja od milijun eura), odnosno investicijski projekt od (posebnog) značaja za turistički razvoj u opcijama B i C (vrijednosti veće od milijun eura)

**Predmet projekta:** Uređenje / gradnja atraktivnog vidikovca na Kozjaku za kojeg se predlaže jedna od sljedeće tri opcije razvoja (ovisno o odabranoj lokaciji, mogućnostima izvedbe te mogućnostima financiranja):

- Opcija A > uređenje jednostavnijeg i s prirodom uklopljenog vidikovca koji bi trebao imati osnovne sadržaje / opremu (informacijska ploča, klupe, koševi za otpad, ograde, itd.) za istovremeni prihvat do 10 osoba (ili više ovisno o lokaciji te idejnom rješenju), po uzoru na vidikovce kao što su Providenca (otok Lošinj) i Es Colomer Formentor (otok Mallorca, Španjolska);
- Opcija B > gradnja modernog manjeg vidikovca koji bi također trebao imati osnovne sadržaje / opremu, ali u vidu inovativno koncipiranog i moderno dizajniranog objekta u odnosu na opciju A i koji bi se mogao pozicionirati kao jedan od ljepših vidikovaca na Jadranu, po uzoru na vidikovce kao što su Skywalk (Biokovo) i Sedlo (Marjan);
- Opcija C > gradnja modernog većeg vidikovca koji bi osim osnovnih sadržaja / opreme mogao imati i jedan ugostiteljski sadržaj te suvenirnicu i koji bi se mogao pozicionirati kao jedan od ljepših vidikovaca na Mediteranu, po uzoru na vidikovce kao što su Abrante (otok La Gomera, Španjolska) i Mirador del Río (otok Lanzarote, Španjolska).

Vidikovac bi se trebao nalaziti u području vrha sv. Jure (na vrhu, pored / ispod vrha) ili drugoj lokaciji na Kozjaku pod uvjetom da ima osigurani pješački pristup i pristup s planinarske staze, dok je izrazito poželjno da (u blizini) ima i cestovni pristup te parkiralište / prostor za parkiranje određenog broja osobnih vozila (ovisno o lokaciji te idejnom rješenju).

**Svrha projekta:** Svrha projekta je povećavanje atraktivnosti Kozjaka i šireg okruženja Solina (te razvoj nove atrakcije u opcijama B i C), čime se unaprjeđuje tržišna atraktivnost Solina kao destinacije za aktivnosti (i pustolovine) u prirodi.

# Uređenje vidikovca na Kozjaku

**Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti:** veći ZL-1, ZL-2, ZT-1, TP-1 i TI-1

**Doprinos ostvarenju postavljenih ciljeva:** veća prepoznatljivost Solina i kao destinacije za aktivnosti u prirodi, veći volumen turističkog prometa (dolasci i noćenja), broj / promet posjetitelja i prihod od turizma, s najvećim porastima u predsezoni i sezoni (ožujak, travanj i svibanj te listopad i studeni, ali i lipanj i rujan)

**Doprinos razvoju turističkih proizvoda:** primarno planinarenje i druge aktivnosti u prirodi (hodanje), ali i individualne ture automobilom i slično te kratki (vikend) odmori

**Ekonomski učinci:** bez izravnih ekonomskih učinaka u opciji A, mogući prihod od prodaje ulaznica u opciji B, a prihod od prodaje ulaznica, ugostiteljstva i trgovine u opciji C, pri čemu sve tri opcije s učincima na cijelu destinaciju (promet turista i posjetitelja te prihod od turizma)

**Procjena ulaganja:** do 1,00 milijun eura u opciji A, 1,00 do 2,00 milijuna eura u opciji B, više od 2,00 milijuna eura u opciji C, bez PDV-a, za troškove gradnje, opremanja, infrastrukturnih radova te razvojnih aktivnosti (bez troškova stjecanja zemljišta)

**Izvori financiranja:** proračunska sredstva Grada Solina, određena sredstva Planinarskog društva Sveti Jure, a potencijalno i određena bespovratna sredstva (ovisno o raspoloživim fondovima i pratećim natječajima), s ulogama i udjelima ovisno o dogovoru između Grada Solina i Planinarskog društva Sveti Jure

**Status projekta:** projekt nema projektnu dokumentaciju jer je predložen na razini koncepta, zbog čega su prvo nužni odabir opcije A / B / C i lokacije te izrada idejnog rješenja, a potom i provođenje drugih razvojnih aktivnosti (izrada glavnog projekta s troškovnicima, dobivanje svih potrebnih dozvola i rješavanje financiranja, a tek onda i uređenje vidikovca)

**Dinamika razvoja:** početak razvoja projekta nakon odabira opcije A/ B/ C i lokacije (te eventualno potrebnog stjecanja zemljišta), najranije tijekom 2026., a poželjno uređenje / gradnja najkasnije do kraja 2028.

# Proširenje hotela Salona Palace 4\*

**Lokacija:** Grad Solin > naselje Solin > hotel Salona Palace 4\*

**Nositelj:** Dolis d.o.o.

**Vrsta projekta:** Investicijski projekt od posebnog značaja za turistički razvoj (vrijednost veća od milijun eura)

**Predmet projekta:** Proširenje hotela Salona Palace 4\* s dodatnim smještajnim i kongresnim kapacitetima te wellness sadržajima, zadržavajući glavni tržišni koncept objekta kao boutique hotela s vrlo visoke 4\* prema hrvatskim standardima (i za postojeće i za nove objekte) te s vrlo visoke 4\* (*upper upscale*) prema standardima međunarodnih hotelskih lanaca, za individualne odmorišne i poslovne goste te odmorišne, kongresne i druge grupe:

- Uređenje 37 novih smještajnih jedinica (s najmanje 74 nove stalne postelje), nakon čega bi hotel trebao raspolagati s ukupno 84 smještajne jedinice i više od 170 stalnih postelja;
- Povećanje kongresnog prostora za dodatnih 150 m<sup>2</sup> (do oko 150 osoba), nakon čega bi hotel trebao imati kongresne i slične sadržaje za oko 450 osoba;
- Proširenje wellness centra za dodatnih 300 m<sup>2</sup> (uključujući nove prostore / zone za odmor i opuštanje), nakon čega bi hotel trebao nuditi značajno veće wellness sadržaje.

**Svrha projekta:** Svrha projekta je jačanje tržišne pozicije hotela Salona Palace 4\*, povećanje hotelske ponude Solina kao najprikladnije vrste smještaja za snažniji razvoj većine turističkih proizvoda i unaprjeđenje strukture smještajne ponude u Solinu (jer hoteli generiraju veću dodanu vrijednost, zaposlenost i proračunske prihode).

## Proširenje hotela Salona Palace 4\*

**Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti:** veći ZL-1, ZL-2, SZL-1, ZT-1, TP-1, PGS-1 i PGS-2

**Doprinos ostvarenju postavljenih ciljeva:** veća smještajna ponuda u hotelima i sličnim objektima, veći volumen turističkog prometa (dolasci i noćenja) te prihod od turizma, s najvećim porastima u predsezoni i posezoni (ožujak, travanj i svibanj te listopad i studeni, ali i lipanj i rujan), bolja vrijednost za novac u odnosu na Split

**Doprinos razvoju turističkih proizvoda:** primarno grupne ture autobusom, individualne ture automobilom i slično, kratki (vikend) odmori, kongresi i slični skupovi, posebni interesi u kulturi i događaji, ali i glavni (ljetni) odmor te poslovna putovanja

**Ekonomski učinci:** nekoliko novozaposlenih djelatnika i značajno veći prihod (posebno prihod smještaja, ali i prihodi hrane i pića, najma dvorana i wellness usluga) te dodatna turistička potrošnja hotelskih gostiju u destinaciji (obilazak Salone i drugih atrakcija koje se naplaćuju, konzumacije u restoranima i barovima, kupnja suvenira i drugih proizvoda, itd.)

**Procjena ulaganja:** oko 3,50 milijuna eura (bez PDV-a) za troškove gradnje, opremanja i povezanih radova te svih razvojnih aktivnosti, odnosno oko 95 tisuća eura po smještajnoj jedinici

**Izvori financiranja:** kombinacija vlastitih sredstava i kreditnih sredstava sukladno aktualnim mogućnostima financiranja, a potencijalno i određena bespovratna sredstva (ovisno o raspoloživim fondovima i pratećim natječajima)

**Status projekta:** izrađeni su idejni projekt i glavni projekt, dok je ostala projektna dokumentacija u pripremi, a ishodenje građevinske dozvole u tijeku

**Dinamika razvoja:** početak radova u prvoj polovici 2026., a dovršetak radova u prvoj polovici 2027. kako bi hotel bio u cijelosti spreman za goste u turističkoj sezoni 2027.

# Gradnja novog brend hotela s 3\*

**Lokacija:** Grad Solin > naselje Solin > poželjno blizu centra  
(na lokaciji koja je uočljiva te ima brzi cestovni pristup)

**Nositelj:** Poslovni subjekt / hotelski ulagač

**Vrsta projekta:** Investicijski projekt od (posebnog) značaja za turistički razvoj (vrijednost veća od milijun eura), pripremljen u obliku investicijskog prospekta za zainteresiranog poslovnog subjekta, odnosno hotelskog ulagača

**Predmet projekta:** Gradnja novog hotela s visoke 3\* prema hrvatskim standardima (za nove objekte) i visoke 3\* (*midscale* ili *upper midscale*) prema standardima međunarodnih hotelskih lanaca, izrazito poželjno s globalno etabliranim brendom bilo generičkog ili lifestyle karaktera temeljem franšize s jednom od renomiranih hotelskih kompanija kao što su Accor (brendovi ibis, ibis Styles, Mama Shelter, Mercure i TRIBE), Best Western International, Hilton Worldwide Holdings (brendovi Hampton by Hilton i Motto by Hilton), InterContinental Hotels Group (brend Holiday Inn Express), Marriott International (brendovi Four Points Flex i Moxy), Motel One i Wyndham Hotels & Resorts (brendovi Ramada by Wyndham i TRYP by Wyndham), za individualne odmorišne i poslovne goste te odmorišne, kongresne i druge grupe, sa sljedećim sadržajima:

- Oko 100 smještajnih jedinica s oko 200 stalnih postelja (uglavnom sve standarde sobe od 20 m<sup>2</sup>);
- Integrirani restoran i bar s terasom s od 150 do 180 sjedišta (oko 2/3 u zatvorenom i oko 1/3 na terasi);
- Dvorana od 100 m<sup>2</sup> do 150 m<sup>2</sup> (poželjno djeljiva u dvije ili tri manje dvorane / prostorije za sastanke);
- Manja teretana od 40 m<sup>2</sup> do 50 m<sup>2</sup> te vanjsko igralište za manju djecu;
- Parkiralište s najmanje 50 parkirališnih mjesta za osobna vozila i dva parkirališna mjesta za autobuse.

Ukupna bruto površina svih zatvorenih prostora je procijenjena u rasponu od 4.000 m<sup>2</sup> do 5.000 m<sup>2</sup> (od 40 m<sup>2</sup> do 50 m<sup>2</sup> po smještajnoj jedinici, ovisno o izradi detaljnog programa sadržaja > idejnog rješenja > glavnog arhitektonskog projekta).

**Svrha projekta:** Svrha projekta je povećanje hotelske ponude Solina kao najprikladnije vrste smještaja za snažniji razvoj većine turističkih proizvoda te povećanje prepoznatljivosti Solina (s globalnim brendom) i unaprjeđenje strukture smještajne ponude u Solinu (jer hoteli generiraju veću dodanu vrijednost, zaposlenost i proračunske prihode).

## Gradnja novog brend hotela s 3\*

**Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti:** veći ZL-1, ZL-2, SZL-1, ZT-1, TP-1, PGS-1 i PGS-2

**Doprinos ostvarenju postavljenih ciljeva:** veća prepoznatljivost Solina u Europi i na udaljenim tržištima (s globalnim hotelskim brendom), primarno za generacije Z, Y i X, značajno veća smještajna ponuda u hotelima i sličnim objektima, značajno veći volumen turističkog prometa (dolasci i noćenja) te prihod od turizma, s najvećim porastima u predsezoni i posezoni (ožujak, travanj i svibanj te listopad i studeni, ali i lipanj i rujan), bolja vrijednost za novac u odnosu na Split

**Doprinos razvoju turističkih proizvoda:** primarno grupne ture autobusom, individualne ture automobilom i slično, kongresi i slični skupovi, posebni interesi u kulturi i događaji, ali i kratki (vikend) odmori te poslovna putovanja

**Ekonomski učinci:** oko 30 novozaposlenih djelatnika na bazi sati rada, prihod (u stabiliziranoj godini poslovanja) od oko 3,00 milijuna eura (bez PDV-a) te dodatna turistička potrošnja hotelskih gostiju u destinaciji (obilazak Salone i drugih atrakcija koje se naplaćuju, konzumacije u restoranima i barovima, kupnja suvenira, itd.)

**Procjena ulaganja:** oko 10,00 milijuna eura (bez PDV-a) za troškove gradnje, opremanja, infrastrukturnih i hortikulturnih radova te razvojnih aktivnosti (bez troškova stjecanja zemljišta), odnosno oko 100 tisuća eura po smještajnoj jedinici, a između 2.000 i 2.500 eura po m<sup>2</sup> bruto površine zatvorenog prostora

**Izvori financiranja:** kombinacija vlastitih sredstava i kreditnih sredstava sukladno aktualnim mogućnostima financiranja, a potencijalno i određena bespovratna sredstva (ovisno o raspoloživim fondovima i pratećim natječajima)

**Status projekta:** projekt nema projektnu dokumentaciju jer je predložen na razini koncepta, a razvoj nakon stjecanja zemljišta (pred-investicijska studija s programom sadržaja i početak razgovora s hotelskim lancima > idejno rješenje > glavni projekt s troškovnicima i početak razgovora s bankama > investicijska studija i dozvole > financiranje > gradnja, itd.)

**Dinamika razvoja:** početak razvoja projekta nakon stjecanja zemljišta, najranije tijekom 2026., što pod pretpostavkom učinkovite provedbe svih razvojnih aktivnosti znači da bi hotel mogao biti otvoren za goste najranije u proljeće 2029.

# Gradnja novog ili prenamjena postojećeg objekta u boutique hotel 4\*

**Lokacija:** Grad Solin > naselje Solin > centar naselja > pored ili u neposrednoj blizini Gospinog otoka

**Nositelj:** Poslovni subjekt / hotelski ulagač

**Vrsta projekta:** Investicijski projekt od (posebnog) značaja za turistički razvoj (vrijednost veća od milijun eura), pripremljen u obliku investicijskog prospekta za zainteresiranog poslovnog subjekta, odnosno hotelskog ulagača

**Predmet projekta:** Gradnja novog ili prenamjena postojećeg objekta u atraktivni boutique hotel (ili hotel baština) s više ili visoke 4\* prema hrvatskim standardima (za postojeće ili za nove objekte), odnosno bilo koje razine 4\* (*upscale*, ali moguće i *upper upscale* ili *upper midscale*) prema standardima međunarodnih hotelskih lanaca, poželjno u globalno etabliranom hotelskom marketinškom savezu / konzorciju (npr. Small Luxury Hotels of the World) ili kao dio kolekcije jedne od renomiranih hotelskih kompanija kao što su Accor (Handwritten Collection i MGallery Collection), Hilton Worldwide Holdings (Tapestry Collection by Hilton) i Wyndham Hotels & Resorts (Trademark Collection by Wyndham), za individualne odmorišne i poslovne goste te manje odmorišne, kongresne i druge grupe, sa sljedećim sadržajima:

- Od 20 do 30 smještajnih jedinica s od 40 do 60 stalnih postelja (sobe od 21 m<sup>2</sup>, 24 m<sup>2</sup> i 27m<sup>2</sup> te dva ili tri suite-a);
- Visokokvalitetni restoran (poželjno najbolji u Solinu) s od 60 do 90 sjedišta (oko 2/3 u zatvorenom i oko 1/3 na terasi);
- Bar / kavana (pored restorana) s od 40 do 60 sjedišta (oko 1/2 u zatvorenom i oko 1/2 na terasi);
- Manja dvorana / prostorija za sastanke od 50 m<sup>2</sup> do 60 m<sup>2</sup>;
- Parkiralište i/ili garaža s od 20 do 30 parkirališnih mjesta za osobna vozila.

Ukupna bruto površina svih zatvorenih prostora je procijenjena u rasponu od 1.500 m<sup>2</sup> do 2.000 m<sup>2</sup> (od 60 m<sup>2</sup> do 75 m<sup>2</sup> po smještajnoj jedinici, ovisno o izradi detaljnog programa sadržaja > idejnog rješenja > glavnog arhitektonskog projekta).

**Svrha projekta:** Svrha projekta je povećanje hotelske ponude Solina kao najprikladnije vrste smještaja za snažniji razvoj većine turističkih proizvoda te povećanje prepoznatljivosti Solina (s globalnim savezom / kolekcijom) i unaprjeđenje strukture smještajne ponude u Solinu (jer hoteli generiraju veću dodanu vrijednost, zaposlenost i proračunske prihode).

# Gradnja novog ili prenamjena postojećeg objekta u boutique hotel 4\*

**Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti:** veći ZL-1, ZL-2, SZL-1, ZT-1, TP-1, PGS-1 i PGS-2

**Doprinos ostvarenju postavljenih ciljeva:** veća prepoznatljivost Solina u Europi i na udaljenim tržištima (s globalnim hotelskim savezom / kolekcijom), primarno za generacije X i Baby Boomers, veća i kvalitetnija smještajna ponuda u hotelima i sličnim objektima, veći volumen turističkog prometa (dolasci i noćenja) te prihod od turizma, s najvećim porastima u predsezoni i posezoni (ožujak, travanj i svibanj te listopad i studeni, ali i lipanj i rujan), bolja vrijednost za novac u odnosu na Split

**Doprinos razvoju turističkih proizvoda:** primarno individualne ture automobilom i slično, kratki (vikend) odmori, manji skupovi, posebni interesi u kulturi i događaji, ali i grupne ture (za manje grupe), glavni ljetni odmor te poslovna putovanja

**Ekonomski učinci:** najmanje 20 novozaposlenih djelatnika na bazi sati rada, prihod (u stabiliziranoj godini poslovanja) od 1,00 do 1,50 milijuna eura (bez PDV-a) te dodatna turistička potrošnja hotelskih gostiju u destinaciji (obilazak Salone i drugih atrakcija koje se naplaćuju, konzumacije u barovima, kupnja suvenira i drugih proizvoda, itd.)

**Procjena ulaganja:** od 3,00 do 4,50 milijuna eura (bez PDV-a) za troškove gradnje, opremanja, infrastrukturnih i hortikulturnih radova te razvojnih aktivnosti (bez troškova stjecanja nekretnine), odnosno najviše oko 150 tisuća eura po smještajnoj jedinici, a između 2.000 i 2.500 eura po m<sup>2</sup> bruto površine zatvorenog prostora

**Izvori financiranja:** kombinacija vlastitih sredstava i kreditnih sredstava sukladno aktualnim mogućnostima financiranja, a potencijalno i određena bespovratna sredstva (ovisno o raspoloživim fondovima i pratećim natječajima)

**Status projekta:** projekt nema projektnu dokumentaciju jer je predložen na razini koncepta, a razvoj nakon stjecanja nekretnine (pred-investicijska studija s programom sadržaja i početak razgovora s hotelskim lancima > idejno rješenje > glavni projekt s troškovnicima i početak razgovora s bankama > investicijska studija i dozvole > financiranje > gradnja, itd.)

**Dinamika razvoja:** početak razvoja projekta nakon stjecanja nekretnine, najranije tijekom 2026., što pod pretpostavkom učinkovite provedbe svih razvojnih aktivnosti znači da bi hotel mogao biti otvoren za goste najranije u proljeće 2029.

## 6. PRILOZI



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tusculum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

## Prilozi (u posebnom dokumentu)

- Prilog 01 - Promet putnika u Zračnoj luci Split od 2011. do 2024.
- Prilog 02 - Stalne postelje na Splitskoj rivijeri od 2011. do 2024.
- Prilog 03 - Prosječna godišnja zauzetost stalnih postelja (% i dani) na Splitskoj rivijeri od 2011. do 2024.
- Prilog 04 - Ukupne postelje na Splitskoj rivijeri od 2011. do 2024.
- Prilog 05 - Prosječna godišnja zauzetost ukupnih postelja (% i dani) na Splitskoj rivijeri od 2011. do 2024.
- Prilog 06 - Dolasci turista na Splitskoj rivijeri od 2011. do 2024.
- Prilog 07 - Noćenja turista na Splitskoj rivijeri od 2011. do 2024.
- Prilog 08 - Prosječni boravak turista (noćenja po dolasku) na Splitskoj rivijeri od 2011. do 2024.
- Prilog 09 - Dolasci turista na Splitskoj rivijeri po mjesecima 2024.
- Prilog 10 - Noćenja turista na Splitskoj rivijeri po mjesecima 2024.
- Prilog 11 - Prosječni boravak turista (noćenja po dolasku) na Splitskoj rivijeri po mjesecima 2024.

# 7. IZVORI FOTOGRAFIJA, INFORMACIJA I PODATAKA



Izvor: Turistička zajednica Grada Solina (Amfiteatar, Gospin otok, Episkopalni centar, Tuscolum) i MarCon (Jadro, Gašpina mlinica)

# Turistička zajednica Grada Solina i druge turističke zajednice

## **Turistička zajednica Grada Solina**

- Strategija razvoja turizma Grada Solina 2018. - 2025. (izradio Institut za turizam Zagreb)
- Programi rada Turističke zajednice Grada Solina za 2023., 2024. i 2025. godinu
- Izvješća o izvršenju Programa rada Turističke zajednice Grada Solina za 2023. i 2024. godinu
- Sastanci 14.01.2025., 28.01.2025., 18.02.2025., 28.03.2025. i 08.04.2025. - Jelena Stupalo, direktorica
- Radionice s dionicima 16.12.2024. i 23.04.2025.
- Anketa turista, provedena tijekom proljeća 2025.
- Anketa jednodnevnih posjetitelja, provedena tijekom proljeća 2025.
- Anketa lokalnog stanovništva, provedena tijekom proljeća 2025.
- Web stranica: <https://www.solin-info.com>
- Međunarodni kongres povijesnih gradova: <https://ihc-congress.com>

## **Ostale odabrane turističke zajednice u Hrvatskoj**

- Turistička zajednica Grada Splita: <https://visitsplit.com>
- Turistička zajednica Grada Kaštela: <https://www.kastela-info.hr>
- Turistička zajednica Grada Trogira: <https://www.visittrogir.hr>
- Turistička zajednica Općine Podstrana: <https://visitpodstrana.hr>
- Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije: <https://www.dalmatia.hr>
- Hrvatska turistička zajednica: <https://croatia.hr>

## **Turističke zajednice (i slični subjekti) u inozemstvu**

- Akvileja, Italija > Fondazione Aquileia: <https://www.fondazioneaquileia.it>
- Ravenna, Italija > Ravennatourism - Servizio Turismo del Comune di Ravenna: <https://www.turismo.ra.it>
- Narbonne / Côte du Midi, Francuska > Office de Tourisme de la Côte du Midi: <https://www.cotedumidi.com>
- Tarragona, Španjolska > El Patronat Municipal de Turisme de Tarragona: <https://www.tarragonaturisme.cat>
- Cartagena, Španjolska > Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Cartagena: <https://turismo.cartagena.es>

# Grad Solin te odabrani gradovi i općine u okruženju

## Grad Solin

- Strategija razvoja Grada Solina do 2025. godine (izradio Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu)
- Provedbeni program Grada Solina za razdoblje 2022. - 2025.
- Prostorni plan uređenja (PPU) Grada Solina (izrađen 2006. te s nekoliko izmjena i dopuna od 2010. do 2022. godine)
- Generalni urbanistički plan (GUP) Grada Solina (izrađen 2006. te s nekoliko izmjena i dopuna od 2014. do 2022. godine)
- Upravni odjel za komunalne djelatnosti i upravljanje prostorom - Odjel za prostorno-plansku dokumentaciju: Ukupne površine i površine izgrađenog građevinskog zemljišta u Gradu Solinu u zonama stanovanja, zonama mješovite namjene i zonama predviđenima za odvijanje ugostiteljsko-turističke aktivnosti
- Sastanak 28.03.2025. - Dalibor Ninčević, gradonačelnik i Marijana Žižić, pročelnica Upravnog odjela za gospodarstvo, zaštitu okoliša i europske fondove
- Web stranica: <https://www.solin.hr>
- Komunalno društvo Grada Solina: <https://www.kdgs.hr>
- Kreativno razvojni ured Grada Solina (KRUG Solin): <https://krug.solin.hr>

## Odabrani gradovi i općine u okruženju

- Grad Split: <https://split.hr>
- Grad Split: Studija ispitivanja tržišta za izgradnju kongresnog centra u Splitu (izradio MarCon u suradnji s drugim tvrtkama)
- Grad Kaštela: <https://kastela.hr>
- Grad Trogir: <https://trogir.hr>
- Općina Klis: <https://www.klis.hr>
- Općina Podstrana: <https://www.podstrana.hr>

# Splitsko-dalmatinska županija te Ministarstvo turizma i sporta

## **Splitsko-dalmatinska županija**

- Studija razvoja modela destinacijskog menadžmenta za Arheološki park Salona (izradili BBDO i proIDEA)
- Web stranica: <https://www.dalmacija.hr>
- Javna ustanova za koordinaciju i razvoj Splitsko-dalmatinske županije RERA S.D.: <https://www.rera.hr>

## **Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske**

- Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine (izradili BlueRock Consulting i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija - Sveučilišta u Rijeci)
- Zakon o turizmu (NN 156/23)
- Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/24)
- Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24)
- Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/24)
- Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom, rujan 2024.
- Tablice s formulama za izračune obveznih pokazatelja održivosti
- Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji - Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, rujan 2024. i siječanj 2025.
- Smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života - Anketa lokalnog stanovništva, rujan 2024. i siječanj 2025.
- Kategorizirani hoteli i slični objekti 11.02.2025.
- Web stranica: <https://mint.gov.hr>

# Dionici u području kulture

## **Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske**

- Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske
- Geoportal kulturnih dobara Republike Hrvatske
- Web stranica: <https://min-kulture.gov.hr>

## **Arheološki muzej u Splitu**

- Brošura Salona - Colonia Martia Iulia Valeria
- Obilazak Salone 11.02.2025.
- Sastanak 12.03.2025. - Marina Tudor, voditeljica odjela za marketing, promidžbu i odnos s javnošću
- Sastanak 17.04.2025. - Ante Jurčević, ravnatelj
- Web stranica: <https://www.armus.hr>

## **Muzej hrvatskih arheoloških spomenika**

- Idejno rješenje Budućnost starohrvatskih lokaliteta Rižinice i Šuplja Crkva (izradili Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Arhitektonski kolektiv)
- Sastanak 04.03.2025. - Miroslav Katić, ravnatelj
- Web stranica: <https://www.mhas-split.hr>

## **Javna ustanova u kulturi Zvonimir**

- Brošura Solinsko kulturno ljeto 2024
- Sastanci 05.03.2025. i 28.03.2025. - Tonći Ćićerić, ravnatelj
- Web stranica: <https://zvonimirsolin.hr>

## **Ostalo**

- Hrvatsko arheološko društvo: <http://www.hrvatskoarheoloskodrustvo.hr>
- Gradska knjižnica Solin: <https://www.knjiznicasolin.hr>
- Župa Gospe od Otoka: Sastanak 08.04.2025. - don Stipan Šurlin, župnik
- Virtualni muzej Grada Solina: <https://vmgs.hr>

# Dionici u područjima prirode te sporta i rekreacije

## Izletište Jadro

- Brošura Vidimo se na izvoru
- Obilasci 11.02.2025. i 20.03.2025.
- Sastanak 20.03.2025. - Maja Galić, voditeljica izletišta i Antonija Mihovilović, djelatnica izletišta
- Web stranica: <https://jadro-izletiste.hr>

## Planinarsko društvo Sveti Jure

- Sastanak 08.04.2025. - Dražen Pavić, predsjednik
- Web stranica: <http://www.pd-svjure.hr>

## Ostalo

- Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske: <https://mint.gov.hr>
- Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije Republike Hrvatske: <https://mzozt.gov.hr>
- Bioportal - Informacijski sustav zaštite prirode: <https://bioportal.hr>
- Hrvatske vode: <https://voda.hr>
- Hrvatske šume: <https://www.hrsume.hr>
- Hrvatski planinarski savez: <https://www.hps.hr>
- Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Splitsko-dalmatinske županije MORE I KRŠ: <https://moreikrs.hr>
- Solinska zajednica športova: <https://szs.hr>
- Zip Line Split: <https://www.zip-split.com>
- Paintball Salona: <http://paintballsalona.com>

# Hoteli, restorani, agencije, itd.

## **Hotel President Solin 5\***

- Brošura
- Obilazak hotela 25.03.2025.
- Sastanak 26.03.2025. - Matea Jerić Ćurković, direktorica hotela
- Web stranica: <https://hotelpresident.hr>

## **Hotel Salona Palace 4\***

- Brošura
- Obilazak hotela 11.02.2025.
- Sastanak 11.02.2025. - Ana Smodlaka, voditeljica prodaje
- Sastanak 12.05.2025. - Ante Dolić, vlasnik hotela i Stipe Dolić, direktor hotela
- Web stranica: <https://www.salonapalace.com>

## **Restorani**

- Biberon Salona Mall: <https://biberon.hr>
- Gašpić: <http://www.restoran-gaspic.com>
- Jadro: <https://www.gastrokutakjadro.com.hr>
- River: <https://konoba-pizzeria-river.com>

## **Agencije**

- Lavanda Turist Grupa (Lavanda Tours): <https://lavandatours.hr>
- Perfecta Travel: <https://perfecta-travel.com>
- Plautilla: <https://plautilla.hr>
- Ventula Travel: <https://ventula-travel.com>

## **Ostalo**

- Fiscalis: <https://www.fiscalis.hr>
- Sveučilište u Splitu: <https://www.unist.hr>

# Prijevoznici

## Cestovni promet

- Promet Split: <https://www.promet-split.hr>

## Željeznički promet

- HŽ - Putnički prijevoz: <https://www.hzpp.hr>

## Pomorski promet

- Bura Line: <https://www.buraline.com>
- Jadrolinija: <https://www.jadrolinija.hr>
- Krilo Kapetan Luka: <https://www.krilo.hr>
- Krilo Shipping Company (KSC): <https://www.ksc.hr>
- SNAV: <https://www.snav.it>
- TP Line: <https://www.tp-line.hr>

## Zračni promet

- Aegean Airlines: <https://en.aegeanair.com>
- Aer Lingus: <https://www.aerlingus.com>
- Air Baltic: <https://www.airbaltic.com>
- Air France: <https://www.airfrance.fr>
- Air Serbia: <https://www.airserbia.com>
- Austrian Airlines: <https://www.austrian.com>
- British Airways: <https://www.britishairways.com>
- Brussels Airlines: <https://www.brusselsairlines.com>
- Condor: <https://www.condor.com>
- Croatia Airlines: <https://www.croatiaairlines.com>

- Discover Airlines: <https://www.discover-airlines.com>
- EasyJet: <https://www.easyjet.com>
- Edelweiss Air: <https://www.flyedelweiss.com>
- Eurowings: <https://www.eurowings.com>
- Finnair: <https://www.finnair.com>
- Iberia: <https://www.iberia.com>
- Jet2.com: <https://www.jet2.com>
- KLM Royal Dutch Airlines: <https://www.klm.com>
- LOT Polish Airlines: <https://www.lot.com>
- Lufthansa: <https://www.lufthansa.com>
- Norwegian Air Shuttle: <https://www.norwegian.com>
- Play: <https://www.flyplay.com>
- Ryanair: <https://www.ryanair.com>
- Scandinavian Airlines: <https://www.flysas.com>
- Smartwings: <https://www.smartwings.com>
- Trade Air: <https://www.trade-air.com>
- Transavia: <https://www.transavia.com>
- TUI Airways: <https://www.tui.co.uk>
- TUI fly Belgium: <https://www.tuifly.be>
- Volotea: <https://www.volotea.com>
- Vueling: <https://www.vueling.com>
- Wizz Air: <https://wizzair.com>

# Statistika za Hrvatsku

## Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

- Popis stanovništva 31.08.2021.
- Stalne i ukupne postelje u komercijalnim smještajnim objektima u Solinu te drugim gradovima i općinama Splitske rivijere (Dugi Rat, Dugopolje, Kaštela, Klis, Marina, Okrug, Omiš, Podstrana, Seget, Split, Trogir i Zadvarje) od 2011. do 2024.
- Dolasci i noćenja turista u komercijalnim smještajnim objektima u Solinu te drugim gradovima i općinama Splitske rivijere (Dugi Rat, Dugopolje, Kaštela, Klis, Marina, Okrug, Omiš, Podstrana, Seget, Split, Trogir i Zadvarje) od 2011. do 2024. te po mjesecima 2024.
- Web stranica: <https://dzs.gov.hr>

## Ostalo

- Državni hidrometeorološki zavod Republike Hrvatske: Srednje mjesečne vrijednosti klimatoloških podataka za mjernu postaju Split Marjan za razdoblje od 1948. do 2023.
- Državna geodetska uprava Republike Hrvatske: Površine gradova i općina Splitsko-dalmatinske županije
- Fina: Zaposlenost i ukupni prihodi poduzetnika u Hrvatskoj, Splitsko-dalmatinskoj županiji i Gradu Solinu 2023. te poslovni prihod poduzetnika u Gradu Solinu u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (i/ili pića) 2023.
- Zračna luka Split: Promet putnika u Zračnoj luci Split po mjesecima od 2011. do 2024.
- Turistička zajednica Grada Solina: Dolasci i noćenja turista u smještajnim objektima u Solinu po mjesecima, vrstama i kategorijama smještajnih objekata, načinu dolaska i zemljama prebivališta 2024. (komercijalni i ukupni turistički promet)
- Vodovod i kanalizacija, Split: Potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u Gradu Solinu po mjesecima 2024. (u m<sup>3</sup>)
- Čistoća, Split: Količine komunalnog otpada u Gradu Solinu po mjesecima 2024. (u kg)
- Hrvatska elektroprivreda: Potrošnja električne energije u kućanstvima i smještajnim objektima u Gradu Solinu po naseljima i mjesecima 2024. (u kWh)
- Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike Republike Hrvatske: Ukupna zaposlenost u Gradu Solinu po mjesecima 2024.
- Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje: Zaposlenost u Gradu Solinu u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (i/ili pića) po mjesecima 2024.

# Zaposlenost i prihodi subjekata sa sjedištem u Gradu Solinu 2024.

Podaci Financijske agencije (FINA) za 2024. su do 07.07.2025. raspoloživi za 80 gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) sa sjedištem u Gradu Solinu, a koji su kao pretežitu (glavnu) djelatnost imali registriranu jednu od djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (i/ili pića), odnosno djelatnost iz skupine I prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD 55 i 56).

## **Skupina I > 5510 - Hoteli i sličan smještaj**

- Chilltime, Dolis, Mala luna, Tu doma, Tu doma trgovina i Tu doma turizam

## **Skupina I > 5520 - Odmarališta i slični objekti za kraći odmor**

- Hopper, Hrbat, Miletich abadie i Peruca lake

## **Skupina I > 5590 - Ostali smještaj**

- Duje junior i Sipos charter

## **Skupina I > 5610 - Djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane**

- Bakanalije, Bartulović 1932 burger, Ciprianis food, Dezinfikator, Dioklecijanovi bunari, Dobar zalogaj, Family food Konjsko, Fast food Superpajo, Food factory, Ghetto, Ivankovići, Kacijola, Kebab Split, Lovrić, MAMS commerce, Mario decoration catering, Markiša hrana, Mystery way, Naš pape, Pasta shop, Peroš, Regis novus, Roso solutions, Stops & pops, Street 2020, Tina co Solin, Tradicija Gašpić, Turić & Bućan i Vita Dalmata

## **Skupina I > 5621 - Djelatnosti kateringa**

- Il Dominium i Tri gospodina

## **Skupina I > 5630 - Djelatnosti pripreme i usluživanja pića**

- Academic bar, AP dvije palme, Bili Poljud, Bismark, Bulldog, Catering Dalmatino, Crveni brig, Ćurak, Dva dečka, Firhand, Gargamel, Good point, Guja, Imenjak, J.Ć. commerce, Kako dalje, Last king, Leben, Lovre, Ljetni san, Mug life, Neptun gradnja, Onesta 2022, Palma d'oro, Perišić, Pink panther, Rulet, Sandrica ugostiteljstvo, Secolo, Silver plate, Slatka kutija, Tavajol, Tazza, The box digital, Tovar, Ugostiteljstvo Vrdoljak te Željko i Martina

# Statistika za ostale zemlje

## Albanija

- Institut za statistiku Albanije: <https://www.instat.gov.al>
- Institut za statistiku Albanije: Popis stanovništva 18.09.2023.

## Austrija

- Federalni statistički ured Austrije: <https://www.statistik.at>
- Federalni statistički ured Austrije: Procjena stanovništva 01.01.2024.

## Bosna i Hercegovina

- Federalni zavod za statistiku Federacije Bosne i Hercegovine: <http://fzs.ba>
- Federalni zavod za statistiku Federacije Bosne i Hercegovine: Procjena stanovništva 30.06.2024.
- Republički zavod za statistiku Republike Srpske: <https://www.rzs.rs.ba>
- Republički zavod za statistiku Republike Srpske: Procjena stanovništva 30.06.2023.

## Crna Gora

- Uprava za statistiku Crne Gore: <https://www.monstat.org>
- Uprava za statistiku Crne Gore: Popis stanovništva 31.10.2023.

## Francuska

- Nacionalni institut za statistiku i ekonomske studije Francuske: <https://www.insee.fr>
- Nacionalni institut za statistiku i ekonomske studije Francuske: Procjena stanovništva 01.01.2022.
- Nacionalni institut za statistiku i ekonomske studije Francuske: Smještajna ponuda Narbonne 2024.
- Turistička razvojna agencija departmana Aude: <https://www.audetourisme.com>
- Turistička razvojna agencija departmana Aude: Promet posjetitelja Narbonne u 2023.

# Statistika za ostale zemlje

## Italija

- Nacionalni institut za statistiku Italije: <https://www.istat.it>
- Nacionalni institut za statistiku Italije: Procjena stanovništva 01.01.2024.
- Nacionalni institut za statistiku Italije: Smještajna ponuda Akvileje 2023. te smještajna ponuda i turistički promet Ravenne 2023.
- Fondazione Aquileia: Promet turista i posjetitelja u Akvileji 2024.

## Kosovo

- Agencija za statistiku Kosova: <https://ask.rks-gov.net>
- Agencija za statistiku Kosova: Procjena stanovništva 31.12.2021.

## Mađarska

- Središnji statistički ured Mađarske: <https://www.ksh.hu>
- Središnji statistički ured Mađarske: Popis stanovništva 01.10.2022.

## Slovenija

- Statistički ured Slovenije: <https://www.stat.si>
- Statistički ured Slovenije: Procjena stanovništva 01.07.2024.

## Srbija

- Republički zavod za statistiku Srbije: <http://www.stat.gov.rs>
- Republički zavod za statistiku Srbije: Popis stanovništva 30.09.2022.

## Španjolska

- Nacionalni institut za statistiku Španjolske: <https://www.ine.es>
- Nacionalni institut za statistiku Španjolske: Procjena stanovništva 01.01.2024.
- Nacionalni institut za statistiku Španjolske: Smještajna ponuda i turistički promet Tarragone i Cartagene 2023.