



IZVJEŠĆE O RADU DIREKTORA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA OMIŠA ZA 2025.



Ivan Pavković
OŽUJAK 2026.

SADRŽAJ:

UVOD	2
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	3
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	3
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	5
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	6
5. ADMINISTRATIVNI POSLOVI.....	7
ZAKLJUČAK.....	8

UVOD

2025. godina bila je stabilna i uspješna godina za Turističku zajednicu Grada Omiša, obilježena daljnjim rastom turističkog prometa te nastavkom pozitivnih trendova u pred i posezoni. Na području Grada Omiša u 2025. ostvareno je ukupno 181.127 turističkih dolazaka i 1.078.020 noćenja, što predstavlja porast dolazaka za 3 % i noćenja za 1 % u odnosu na 2024., odnosno porast dolazaka za 9 % i noćenja za 7 % u odnosu na 2023. godinu.

U odnosu na prethodnu godinu, rast turističkog prometa u najvećoj je mjeri ostvaren izvan vrhunca sezone, osobito u travnju, lipnju, rujnu i prosincu, dok je udio noćenja ostvarenih u srpnju i kolovozu blago smanjen. Navedeni pokazatelji upućuju na postupno smanjenje sezonalnosti i ravnomjerniju raspodjelu turističkog prometa tijekom godine, što predstavlja jedan od strateških ciljeva razvoja destinacije.

Omiš je u 2025. godini zadržao visoko 3. mjesto u županiji prema ostvarenim noćenjima, s udjelom od 5,74% ukupnih noćenja na razini županije (+0,02 p.p.), čime potvrđuje stabilnu tržišnu poziciju i kontinuitet rasta unutar destinacija Splitsko-dalmatinske županije. Područje Grada Omiša u 2025. posjetili su turisti iz 131 države. Dominantna tržišta i dalje su Poljska, Njemačka i Češka, koja zajedno ostvaruju 51,63 % ukupno realiziranih noćenja. Iako njihov zajednički udio bilježi blagi pad, struktura tržišta postupno se diversificira, pri čemu pojedina tercijarna tržišta ostvaruju izraženije stope rasta. Istodobno, zadržana je prosječna duljina boravka od 6 dana, što je iznad prosjeka na razini Republike Hrvatske i Splitsko-dalmatinske županije.

Pozitivna kretanja zabilježena su u gotovo svim skupinama smještajnih objekata, pri čemu su hoteli ostvarili najveći relativni rast dolazaka i noćenja. Turistički promet rastao je u svim mikroregijama – Rivijeri, samom Omišu te Zaobalju i Poljicima, s najizraženijim stopama rasta noćenja upravo u Zaobalju i Poljicima, što potvrđuje potencijal daljnjeg ravnomjernog razvoja destinacije.

Ovo Izvješće o radu direktora za 2025. godinu donosi sažeti prikaz ključnih aktivnosti, projekata i inicijativa koje je Turistička zajednica provela tijekom godine, kao i procjenu njihovog doprinosa razvoju turizma te jačanju tržišne pozicije destinacije na domaćem i inozemnim tržištima.

Radi preglednosti i jasnijeg uvida u realizirane programe, sadržaj Izvješća organiziran je prema programskim cjelinama utvrđenima Programom rada Turističke zajednice Grada Omiša za 2025. godinu.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

U 2025. godini izrađen je Plan upravljanja destinacijom Omiš za razdoblje 2026. – 2029., koji obuhvaća analizu stanja destinacije, Studiju nosivih (prihvatnih) kapaciteta te definiranje razvojnih smjernica za uravnotežen i održiv razvoj turizma. U postupku izrade provedeno je anketno istraživanje među posjetiteljima, dubinski intervjui s ključnim dionicima te participativna radionica s ciljem uključivanja lokalne zajednice u definiranje razvojnih prioriteta. Dokument je tijekom godine prezentiran Turističkom vijeću po pojedinim fazama izrade te je dovršen krajem 2025., dok je početkom 2026. predviđeno njegovo upućivanje u javno savjetovanje i na usvajanje Gradskom vijeću.

U sklopu projektnog udruživanja turističkih zajednica Split, Omiš, Dugi Rat i Podstrana, tijekom 2025. provedena je participativna radionica u okviru izrade Strateškog plana razvoja integriranog kulturno-turističkog proizvoda Poljička republika. Strateški plan, zajedno s pripadajućim Akcijskim planom, nalazi se u završnoj fazi te je njegovo dovršenje planirano početkom 2026. godine.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Tijekom 2025. godine Turistička zajednica Grada Omiša provodila je aktivnosti usmjerene na razvoj turističkih proizvoda, unaprjeđenje postojećih sadržaja te sustavnu podršku manifestacijama, s ciljem produljenja turističke sezone i dodatnog pozicioniranja Omiša kao aktivne i autentične mediteranske destinacije.

Maketa stare gradske jezgre Omiša planirana je za realizaciju tijekom 2026. godine, a obuhvaća izradu i postavljanje trodimenzionalne brončane makete s prikazom tvrđava Mirabela i Fortica. Tijekom 2025. provedene su pripremne aktivnosti koje su uključivale definiranje lokacije u Parku hrvatskih branitelja, ishođenje suglasnosti Grada Omiša, usuglašavanje konačnog izgleda makete i postolja te razradu interpretacijskog i informacijskog sadržaja.

Cikloturizam – Splitska rivijera projekt je ostvaren u suradnji turističkih zajednica na području od Marine do Omiša. Aktivnosti u 2025. godini bile su usmjerene na unaprjeđenje bike proizvoda kroz edukaciju dionika, standardizaciju kalendara biciklističkih događanja te aplikaciju QR kodova na postojeće oznake radi bolje digitalne dostupnosti sadržaja. Održavanje MTB staza provedeno je u suradnji s BK Coast Riders.

Omiš Summer Frei obuhvatio je niz aktivnosti koje su se prema unaprijed utvrđenom tjednom rasporedu odvijale od lipnja do listopada 2025. godine, s ciljem obogaćivanja doživljaja destinacije za sve generacije, a realizirani su:

- 3 Gusarska dana s koncertima zabavne glazbe, povorkama povijesnih postrojbi, nastupima gradske glazbe, tematskim vođenjima, dječjim igraonicama i radionicama;
- 4 nastupa folklornih društava na Poljičkom trgu;
- 15 nastupa klapa;
- 7 projekcija kina pod zvijezdama na gradskoj plaži Punta;

- 9 Dječjih dana s edukativnim i likovnim radionicama te gostovanjima dječjih kazališta;
- 17 vođenih tura kroz povijesnu jezgru Grada;
- 14 interpretacijskih programa Priče o omiškim gusarima na tvrđavi Mirabela;
- 17 interpretacijskih programa u Povijesnom muzeju Poljica u Gatima;
- 14 radionica glagoljice u Gradskom muzeju u Omišu;
- 17 planinarsko-pješačkih tura na tvrđavu Fortica;
- 17 aqua aerobik programa na gradskoj plaži Punta.

Projekt je bio podržan intenzivnom marketinškom kampanjom koja je uključivala oglašavanje putem društvenih mreža, radijske spotove, tiskane materijale te produkciju foto i video sadržaja.

Proslava Dana Grada Omiša organizirana je u suradnji s Gradom Omišem uz večernji koncert i gastro prezentaciju lokalnih ugostitelja.

Omiški polumaraton održan je 17. svibnja 2025. godine uz sudjelovanje 643 natjecatelja iz Hrvatske i devet inozemnih zemalja. TZG Omiš provodila je promotivne aktivnosti, dok je sportski segment organizirala udruga Dinaridi Trails.

Dalmacija Ultra Trail održan je od 10. do 12. listopada 2025. godine uz više od 700 natjecatelja iz 30 zemalja, a TZG Omiš sudjelovala je kao suorganizator. Završnice utrka i dodjela nagrada održani su na gradskoj plaži Punta.

Božićna i novogodišnja događanja obuhvatila su dodatno blagdansko uređenje grada te organizaciju programa za djecu i obitelji.

Ribarske večeri realizirane su kroz sedam događanja na području Omiške rivijere, promovirajući lokalnu gastronomiju i tradiciju.

Ostinato 2025. održan je u organizaciji Centar za kulturu Omiš uz financijsku potporu TZG Omiš, obogaćujući kulturnu ponudu Grada.

Festival dalmatinskih klapa Omiš (59. izdanje) organiziran uz financijsku potporu TZG Omiš još jednom je predstavio Omiš kao središte tradicijske dalmatinske klapske pjesme.

Grand Gourmet Festival održan je po prvi put u organizaciji udruge ŠKMER, uz financijsku potporu TZG Omiš.

Potpora ostalim događanjima realizirana je kroz dodjelu sredstava za 30 manifestacija koje su različiti organizatori realizirali na području Grada Omiša tijekom 2025. godine, čime je dodatno ojačana raznolikost i atraktivnost turističke ponude destinacije.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Tijekom 2025. godine TZG Omiša provela je niz integriranih marketinških i komunikacijskih aktivnosti usmjerenih na jačanje prepoznatljivosti destinacijskog brenda, promociju turističke ponude i specifičnih proizvoda te povećanje dostupnosti informacija posjetiteljima. Unatoč ograničenijem budžetu u odnosu na veće destinacije, ostvaren je značajan komunikacijski i digitalni doseg, čime je dodatno potvrđena učinkovitost strateškog pristupa promociji.

Digitalno oglašavanje i online kampanje predstavljali su središnji dio promotivnih aktivnosti. U razdoblju od 8. svibnja do 31. kolovoza 2025. provedena je kampanja putem Google Search Network i Google Display Network sustava, uključujući YouTube kanal, usmjerena na ključna emitivna tržišta Njemačke, Austrije, Češke, Slovačke, Skandinavije, Ujedinjenog Kraljevstva, Slovenije i Poljske. Tijekom četiri mjeseca ostvareno je 10.000.000 impresija, 404.000 pregleda YouTube oglasa te 106.000 izravnih klikova na promotivne sadržaje, što potvrđuje učinkovitost digitalne kampanje.

Društvene mreže i video produkcija bilježe značajan kvalitativni i kvantitativni iskorak. Sustavna produkcija Reels sadržaja rezultirala je višestruko većim dosezima u odnosu na prethodne godine. Reels vezan uz Gusarski dan ostvario je rekordnih 233.000 pregleda, dok su i drugi videozapisi dosegali redom 179.000, 136.000 i 95.000 pregleda, uz niz dodatnih objava usmjerenih na lokalne atrakcije, manifestacije i kulturne sadržaje, koje su također ostvarile vrlo visoke dosege. Za usporedbu, ranije su najviši pregledi pojedinačnih Reels objava iznosili 10–15 tisuća, što jasno pokazuje značajan napredak u dosegu.

Instagram profil Visit Omiš porastao je na 10.300 pratitelja (+12,8 % u odnosu na 2024.), dok je glavna Facebook stranica dosegla gotovo 80.000 pratitelja. Analizom službenih Facebook stranica turističkih zajednica većih hrvatskih destinacija vidljivo je da Visit Omiš ostvaruje iznimno značajan digitalni doseg u odnosu na veličinu destinacije, svrstavajući se na peto mjesto u Hrvatskoj po broju pratitelja, iza Zadra, Rovinja, Zagreba i Bola, a s većim brojem pratitelja od znatno većih destinacija poput Dubrovnika, Šibenika, Rijeke i Splita. Ovakav rezultat potvrđuje da Turistička zajednica Grada Omiša, unatoč manjim raspoloživim sredstvima, ostvaruje nadprosječnu vidljivost i učinkovito doprinosi promociji Grada na domaćem i inozemnim tržištima.

Tiskani mediji i specijalizirani vodiči ostali su važan segment promotivnog miksa. Ostvarena je suradnja s međunarodnim vodičem Le Petit Futé, objavljen je oglas u časopisu Lust auf Kroatien te su realizirani prilozi u publikacijama Hrvatska i Hrvatski turizam 2025. Objavljen je trojezični članak u Tip Travel Magazine, editorial u slovenskom Fokusplus 49, kao i sezonski advertoriali u publikacijama Split in your pocket i Discover Split. Gastro i kamping segment dodatno su promovirani kroz suradnju s Kamping udruženjem Hrvatske te projektom 100 vodećih restorana.

Vanjsko oglašavanje i regionalna vidljivost osigurani su održavanjem jumbo plakata na frekventnim lokacijama na ulazima u Omiš i Split, čime je osigurana kontinuirana prisutnost destinacije na turističkoj karti Splitsko-dalmatinske županije.

Odnosi s javnošću i promotivne suradnje obuhvatili su suradnju s novinarima i influencerima, organizaciju studijskih posjeta, tematskih tura, zip line doživljaja i vožnji brodom te provedbu zajedničkih promotivnih projekata s partnerima, čime je dodatno ojačana medijska vidljivost i percepcija destinacije na domaćem i inozemnim tržištima.

Marketinške i poslovne suradnje realizirane su kroz projekt udruženog oglašavanja, pri čemu je TZG Omiš podržala medijske planove subjekata Rudan d.o.o., Salve Regina Marija Bistrica d.o.o. i Andro Internacional d.o.o., doprinoseći koordiniranoj i sinergijskoj promociji.

Kreiranje promotivnih materijala i sadržaja uključivalo je dotisak postojećih offline materijala (plan grada, vrećice, rokovnici i suveniri), tisak novog promotivnog materijala Klapa Story Hunt te pripremu kulturno-povijesnog vodiča (tekstovi, fotografije, lektura i prijevod). U digitalnom segmentu realiziran je promotivni video za Omiški polumaraton te niz video sadržaja za društvene mreže, od konceptualizacije i scenarija do snimanja i montaže.

Internetske stranice i pristupačnost obuhvatile su redovno tehničko održavanje, zakup domene te manje funkcionalne prilagodbe. U svrhu povećanja pristupačnosti uvedena je opcija prilagodbe veličine fonta i kontrasta pozadine za osobe slabijeg vida, čime je dodatno unaprijeđena dostupnost sadržaja.

Turističko-informativne aktivnosti odnosile su se na redovno funkcioniranje Turističko-informativnog centra, uključujući angažman studenata/informatora te plaću i materijalna prava voditeljice TIC-a. U razdoblju od 5. svibnja do 12. listopada 2025. godine TIC je radio u produženom radnom vremenu u dvije smjene radi povećane pristupačnosti i dostupnosti informacija tijekom glavnog dijela turističke godine, čime je osigurana kontinuirana i kvalitetna podrška posjetiteljima destinacije.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Tijekom 2025. godine TZG Omiša provodila je aktivnosti usmjerene na unaprijeđenje turističko-informacijskih sustava, podizanje kvalitete usluge u destinaciji te poticanje očuvanja i uređenja okoliša.

Turističko-informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor obuhvaćali su korištenje aplikacije mVisitor, koja je iznajmljivačima dostupna bez naknade. Tijekom godine dužnicima turističke pristojbe u više su navrata upućivani dopisi i uplatnice radi podmirenja zakonskih obveza, čime se osiguravala učinkovitost sustava evidencije i naplate.

Upravljanje kvalitetom u destinaciji – Sigurna destinacija provedeno je kroz suradnju sa Sportskim penjačkim klubom Omiš, pri čemu je organizirana nabava materijala i alata za održavanje i sigurnost penjališta na području Grada Omiša. Aktivnosti su uključivale redovito održavanje i zamjenu dotrajale opreme, čime je unaprijeđena sigurnost i kvaliteta boravka posjetitelja aktivnog odmora.

Mala škola turizma / Omiš EduFrei realizirana je u travnju 2025. kao drugo izdanje dvodnevno edukativnog programa namijenjenog lokalnim poduzetnicima i privatnim iznajmljivačima. Program je obuhvatio teme razvoja autentičnih turističkih proizvoda visoke dodane vrijednosti, uloge lokalnog stanovništva u oblikovanju turističkog doživljaja, administrativnih i poreznih aspekata poslovanja te panel raspravu s predstavnikom Porezne uprave. U sklopu projekta tiskan je i Priručnik za vlasnike apartmana, kuća za odmor, studio apartmana i soba u domaćinstvu, kao praktična podrška unapređenju kvalitete smještajne ponude.

Manji projekti uređenja plaža odnosili su se na uređenje plažnih knjižnica i nabavu knjiga, inicijalnu pripremu plaža za sezonu te postavljanje svlačionica, s ciljem podizanja standarda komunalne i turističke infrastrukture.

Manji projekti uređenja mjesta obuhvatili su nabavu i podjelu sadnica bugenvile u sklopu edukativne radionice o uzgoju bugenvila kroz program EduFrei, autorski angažman za oslikavanje autobusnih stajališta na području Grada Omiša te aktivnosti vezane uz uređenje vidikovca Gradac u suradnji s Gradom Omišem. Navedene aktivnosti doprinijele su estetskom unapređenju javnih prostora i jačanju identiteta destinacije.

5. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Administrativni poslovi obuhvaćali su sve aktivnosti vezane uz rad zaposlenih, redovno funkcioniranje ureda te rad tijela Turistička zajednica Grada Omiša. U okviru ove skupine provedene su aktivnosti vezane uz plaće zaposlenika, materijalne i operativne poslove te rad Skupštine i Turističkog vijeća.

Plaće su se odnosile na troškove bruto plaća i ostalih materijalnih prava za dvije djelatnice Turističkog ureda zaposlene na neodređeno vrijeme te direktora TZG Omiš.

Materijalni troškovi odnosili su se na nabavu uredskog materijala i usluga, režijske troškove (električna energija, komunalna naknada, odvoz otpada, čišćenje prostora i dr.), pravne i poštanske troškove, nabavu i održavanje računalne opreme, knjigovodstvene i informatičke usluge, putne naloge, savjetovanja vezana uz GDPR i pravo na pristup informacijama, bankovne aktivnosti, osiguranje te arhiviranje dokumentacije.

Rad tijela turističke zajednice obuhvaćao je organizaciju i održavanje sjednica Skupštine i Turističkog vijeća, uključujući pripremu materijala i koordinaciju aktivnosti.

6. REZERVA

Tijekom izvještajnog razdoblja osigurana je potpora različitim događanjima i inicijativama koje nisu bile unaprijed predviđene Programom rada ili su se pojavile tijekom godine kao dodatne potrebe i prilike. Donacije su isplaćene temeljem odluka Turističkog vijeća.

ZAKLJUČAK

2025. godina je bila aktivna i uspješna za Turističku zajednicu Grada Omiša. Poslovanje Zajednice odvijalo se uredno, sve zadatke i projekte provodili smo u planiranim rokovima, a tijela Zajednice redovito su se sastajala i donosila odluke u okviru svojih nadležnosti.

Tijekom godine uspješno su provedene brojne aktivnosti usmjerene na promociju destinacije, poticanje događanja i unapređenje turističke ponude, što je dodatno unaprijedilo prepoznatljivost Omiša na domaćem i međunarodnom tržištu te doprinijelo kvalitetnoj prezentaciji kulturne i prirodne baštine.

Sustavno planiranje i koordinacija omogućili su kvalitetnu organizaciju turističke infrastrukture, unaprjeđenje sigurnosti u destinaciji, bolju informiranost posjetitelja i povećanu dostupnost turističkih sadržaja. Zahvaljujući angažmanu djelatnika, svi projekti i aktivnosti provedeni su kvalitetno i pravovremeno, pri čemu je TZG Omiš ostala servis posjetiteljima, partner lokalnim dionicima i inicijator projekata od koristi posjetiteljima i lokalnoj zajednici.

Sve aktivnosti provedene su u skladu s donesenim Programom rada i odlukama Turističkog vijeća. Fokus TZG Omiš i dalje ostaje na jačanju brenda Omiša, unaprjeđenju turističke ponude i pružanju kvalitetnih usluga posjetiteljima i lokalnoj zajednici.