

***Izrada  
vizualnog  
identiteta  
Turističke  
zajednice  
Splitsko-  
dalmatinske  
županije***

*Zagreb/Split, veljača 2024.*

## TEMA I CILJ NATJEČAJA

Turistička zajednica Splitsko-Dalmatinske županije raspisuje, a Hrvatsko dizajnersko društvo provodi javno-pozivni natječaj za vizualni identitet Dalmacije kao turističke destinacije. Integracija suvremenih i dinamičnih elemenata vizualnog identiteta ključni je korak ka oblikovanju snažnog i prepoznatljivog brenda Dalmacije, koji će svojim jedinstvenim dizajnom doprinijeti promociji i imidžu regije, ističući je među konkurencijom na međunarodnom i lokalnom turističkom tržištu. Cilj je razviti vizualni identitet koji odražava duh Dalmacije, njenu autentičnost i atraktivnost, omogućujući posjetiteljima lakoću prepoznavanja i razumijevanja onoga što regija nudi u svojoj kulturi, prirodnim ljepotama i inovativnim turističkim ponudama. Istovremeno, dizajn treba karakterizirati suvremenost, jednostavnost i vizualna čistoća kako bi bio široko primjenjiv i kako bi objedinio raznoliki promotivni i komunikacijski materijal regije u skladnu cjelinu.

S ciljem postizanja originalnog i suvremenog identiteta, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije pokreće ovaj natječaj da bi pronašla dizajn koji će se odraziti na specifičnosti Dalmacije i izdvojiti je u odnosu na druge turističke destinacije. Pobjednički prijedlog će poslužiti kao osnova za daljnji razvoj i izradu cjelokupne knjige likovnih i komunikacijskih standarda, koji će odraziti autentičnost i održivost Dalmacije kao destinacije koja se ponosi svojom bogatom kulturnom baštinom, prirodnim ljepotama, kao i inovativnim turističkim ponudama i međunarodnom suradnjom.

---

Dalmacija se ističe kao mjesto prepoznatljive autentičnosti, gdje svaka ulica, trg i obala pripovijeda priču bogate kulturne i društvene povijesti. Ova destinacija je ujedno i inovativna, budući da usmjerava pažnju na održivi turizam i ekološku svijest. Privlačnost Dalmacije leži u njezinoj sposobnosti da spoji jedinstvenu kulturnu baštinu s jednako raskošnim i specifičnim prirodnim ljepotama i otvorenim duhom lokalnog stanovništva, nudeći raznolikost koja poziva na istraživanje i inkluziju.

S njezinim bogatim povijesnim nasljeđem, Dalmacija je mjesto gdje se kultura čuva i cijeni, nudeći posjetiteljima uvid u slojevit i dinamičnu prošlost. Povijesni značaj regije odražava se u njenim gradovima i spomenicima, dok je dinamičnost vidljiva u mješavini tradicionalnog i suvremenog načina života. Njezina raznolika prirodna baština, od kristalno čiste obale do netaknutog zaleđa, ističe se ljepotom i pruža brojne mogućnosti za istraživanje i uživanje u vanjskim aktivnostima.

Turistička atraktivnost Dalmacije proširena je njezinom ponudom lokalne hrane, pružajući autentično gastronomsko iskustvo koje odražava Mediteran kroz bogatstvo okusa regije. Odgovornost Dalmacije prema posjetiteljima odražava se kroz kvalitetu usluge, sigurnost i pouzdanost, što svakom gostu omogućuje bezbrižan boravak. Mediteranski šarm vidljiv je u opuštenom načinu života i gostoprimstvu lokalnog stanovništva.

Međunarodno prepoznatljiva, Dalmacija se ponosi svojim mjestom na karti Europe kao destinacija koja je jednako europska koliko i jedinstveno dalmatinska. Održivost, ili "plava" i "zeleni" praksa, nije samo ideal, već stvarnost koju Dalmacija teži postići kroz pažljivo upravljanje svojim prirodnim i kulturnim resursima visokog stupnja očuvanosti, promovirajući ekološki osviješten turizam koji štiti njeno kulturno i prirodno blago za buduće generacije.



## O TZ SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE

Rad i djelovanje **Turističke zajednice Splitsko - dalmatinske županije** usmjereno je ka **podizanju stupnja konkurentnosti** na domaćem i međunarodnom tržištu kroz unapređenje turističke ponude, uvođenje novih i inovativnih turističkih proizvoda, zasnovanih na turističkoj atrakcijskoj osnovi i usklađenih s tržišnim trendovima te kontinuiranog inoviranja u području tržišne komunikacije. Namjena TZ Splitsko – dalmatinske je osmišljavanje marketinškog modela koji će poticati sveukupni turistički razvoj regije Srednje Dalmacije, s posebnim naglaskom na unutrašnjost, povećati multiplicirajući efekt turizma te time osigurati ekonomske i društvene koristi što većem broju dionika i veći stupanj blagostanja stanovnicima, uz primjerenu zaštitu okoliša i ukupne kvalitete života cjelokupnog pučanstva. Dalmacija nije samo obala i otoci, već i zaleđe, s bogatom kulturnom i prirodnom baštinom i iznimnom gastronomskom ponudom, posve distinktivnog karaktera u odnosu na prostor u blizini u neposrednom dodiru s morem. Kroz zajedništvo i suradnju, strategija turističkog razvoja je kreirati turističku ponudu u kojoj se uspješno spaja inovativnost i održivi razvoj s lokalnom kulturom, tradicijom i dalmatinskim stilom života. Promocija i upravljanje razvojem turističke destinacije glavne su uloge turističkih zajednica, te one imaju važnu ulogu u razvoju hrvatskog turizma. Cilj turističkih organizacija je maksimiziranje mogućnosti razvoja turizma u destinaciji koji postiže kroz planiranje i nadzor turističkog proizvoda, marketing i promociju, financiranje i koordiniranje turističkih zadaća dionika u turizmu.



**SPLITSKA RIVIJERA**

**MAKARSKA RIVIJERA**

**OTOK BRAČ**

**OTOK HVAR**

**OTOK VIS**

**DALMATINSKA ZAGORA**

Splitsko-dalmatinska županija, poznata po svojoj prirodnoj ljepoti, iznimnoj kulturnoj baštini i raznovrsnim turističkim ponudama, predstavlja jedinstvenu destinaciju koja svojim posjetiteljima pruža autentično iskustvo dalmatinskog načina života. Regija se proteže duž obalnog područja, koje obuhvaća brojne otoke, kristalno čiste vode i prekrasne plaže, te urbana središta Split i Trogir s bogatom kulturnom i povijesnom baštinom, uključujući lokalitete pod zaštitom UNESCO-a. Uz to, planinska područja poput Biokova i dalmatinskog zaleđa nude prirodne ljepote i mogućnosti za sportske avanture, dok ruralni prostori pružaju priliku za doživljaj tradicionalnog dalmatinskog načina života, uključujući lokalnu kuhinju, proizvodnju vina i maslinovog ulja.

Novi vizualni identitet trebao bi odražavati ovu raznolikost, naglašavajući jedinstvene karakteristike regije i stvarajući snažnu emocionalnu vezu s ciljanim skupinama. S novim i prepoznatljivijim identitetom, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, a time i Dalmacija kao odredište, želi se uspješno pozicionirati na globalnom tržištu turizma, privlačeći posjetitelje iz cijelog svijeta koji će uživati u brojnim iskustvima koje nudi ova posebna turistička regija.



## O VIZUALNOM IDENTITETU

Vizualni identitet koji će nastati kao rezultat ovog natječaja trebao bi uspješno kombinirati inovativnost, kreativnost i profesionalnost u dizajnu, s dubokim razumijevanjem i poštovanjem lokalne kulture, tradicije i načina života. U tom smislu, iznimno je važno da dizajnerska rješenja uključe karakterističan, baštinjen dalmatinski duh i temperament regije, harmoniju kulturnih i prirodnih različitosti visokog stupnja očuvanosti, opuštenu atmosferu te gastronomski hedonizam, kako bi se stvorio jedinstveni i nezaboravni vizualni identitet koji će privući turiste iz cijelog svijeta.

Kako bi se postigao ovaj cilj, natječaj poziva dizajnere da razmisle o različitim aspektima vizualnog identiteta u cilju razvoja koherentnog i fleksibilnog identitetskog sustava koji će omogućiti različitim podregijama i turističkim proizvodima da se istaknu, a istovremeno očuvati cjeloviti i prepoznatljivi zajednički krovni identitet Splitsko-dalmatinske županije.

Osim što treba biti vizualno privlačan i jedinstven, novi identitet također mora biti funkcionalan i prilagodljiv za upotrebu u različitim medijima i formatima, uključujući tiskane materijale, digitalne platforme, društvene medije, promocije, događanja i druge marketinške aktivnosti. Uzimajući u obzir važnost digitalnih i društvenih medija u promociji turističkih destinacija, dizajnerska rješenja trebaju biti optimizirana za online upotrebu, uz poseban naglasak na mobilne uređaje, kako bi se postigla široka dostupnost i privlačnost za različite ciljne skupine.

U sklopu natječaja, očekuje se da će sudionici izraditi detaljan koncept i strategiju vizualnog identiteta koji će uključivati sve ključne elemente, kao što su logotip, boje, tipografija, ikonografija, tretman i stil fotografija i ilustracija, te prijedloge za njihovu primjenu u različitim promotivnim materijalima i medijima.

Novi identitet želi sugerirati koloristički kontinuitet predstavljanja regije, slobodnim evociranjem sustava boja uočenih u heraldičkom nasljeđu Dalmacije, ali i naravno bez doslovnosti te uz uvažavanje heterogenosti destinacije koju označava.

## O ŽELJENOM REZULTATU

Vizualni identitet Splitsko-dalmatinske županije trebao bi biti odraz ključnih vrijednosti regije, kao što su zajedništvo, odgovornost, održivost i inovativnost, harmonično se povezujući s jedinstvenim karakterom Dalmacije prezentiranim u uvodu. Cilj je da ovaj identitet privuče širok spektar posjetitelja, od obitelji i mladih istraživača do ljubitelja kulture i gastronomije, svima nudeći nezaboravno iskustvo koje je sinonim za ovaj dio Hrvatske.

Pobjednički dizajn trebao bi se istaknuti svojom izvornošću i sposobnošću da jasno komunicira ove vrijednosti, dok istovremeno odražava poštovanje prema bogatoj lokalnoj baštini. Treba biti intuitivan i lako zapamtljiv, izazivajući odmah prepoznatljiv dojam koji će potaknuti daljnji razvoj turizma, obogaćivanje turističke ponude i privlačenje investicija.

Krajnji cilj je kreiranje snažnog, ujednačenog vizualnog i komunikacijskog brenda koji će Splitsko-dalmatinsku županiju jasno pozicionirati na globalnom turističkom zemljovidu, privlačeći sve veći broj posjetitelja i potičući daljnje investicije u budućnost regije. Novi identitet će biti ključan u promociji turističkih vrijednosti županije i njezinom profiliranju kao destinacije koja zaslužuje svjetsku pažnju i priznanje.



## O DALMACIJI

Prilikom razvoja prijedloga novog vizualnog identiteta Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, važno je razmotriti i definirati korištenje odnosno grafički tretman pojma "Dalmacija" u vašem dizajnu. Dalmacija je zbog svog geografskog položaja kroz povijest bila mjesto intenzivnog doticaja različitih kultura, koje su ostavile trag u specifičnom lokalnom duhu; odnosno globalno je dobilo posve distinktivno lokalno lice. Dalmacija je pojam koji je ne samo lokalno poznat i komunikacijski direktan, već također ima snažnu međunarodnu prepoznatljivost. Korištenje ovog pojma može pomoći u izgradnji bržeg i dubljeg povezivanja s posjetiteljima, budući da je ime već usko povezano s regijom i njenim prekrasnim obalama, bogatom kulturom i poviješću.

Uključivanje pojma "Dalmacija" u vaš prijedlog vizualnog identiteta može izazvati osjećaj pripadnosti među lokalnim stanovništvom i turistima, stvarajući snažniju emocionalnu povezanost s regijom. To posljedično može pomoći u razlikovanju Splitsko-dalmatinske županije od drugih turističkih destinacija i ojačati njene jedinstvene karakteristike.

Direktnost u komunikaciji također je važan aspekt na koji natjecatelje treba potaknuti prilikom izrade svojih prijedloga. Jasan i direktan pristup komunikaciji može poboljšati razumijevanje poruke koju želite prenijeti, čime se olakšava prepoznavanje i pamćenje vašeg *brenda*. Uspješno korištenje pojma "Dalmacija" u vizualnom identitetu može pridonijeti jasnoći komunikacije, istovremeno naglašavajući lokalnu kulturu i baštinu.

Natjecatelji bi trebali razmisliti o različitim načinima na koje se pojam "Dalmacija" može inkorporirati u dizajn. To može uključivati tipografiju, boje, simbole i druge vizualne elemente koji simbolički odražavaju dalmatinske vrijednosti, tradiciju i kulturu.

Uzimajući u obzir sve ove faktore, cilj je stvoriti vizualni identitet koji uspješno integrira pojam "Dalmacija" u svoj dizajn, povezujući lokalnu i međunarodnu prepoznatljivost s jasnom i direktnom komunikacijom. Time će se postići snažan i upečatljiv brend koji će privlačiti turiste i ostvarivati dugoročni uspjeh za turistički razvoj Splitsko-dalmatinske županije.

Važno je naglasiti da u ovom natječaju ne inzistiramo na tome da pojam "Dalmacija" bude obavezno jedini ili glavni dio vizualnog identiteta Splitsko-dalmatinske županije. Umjesto toga, želimo istaknuti činjenicu da se u komunikacijskom smislu ovaj termin pokazao kao dominantno prepoznatljiv, stoga je nužno pažljivo razmotriti njegovu ulogu i pojavljivanje u dizajnu. Natjecatelji bi trebali razmisliti o različitim načinima na koje se pojam "Dalmacija" može integrirati u vizualni identitet, bilo kao dio glavnog logotipa, kao središnji element u vizualnoj hijerarhiji ili kao dodatak drugim elementima dizajna. Ključno je pronaći ravnotežu između poštivanja prepoznatljivosti pojma i stvaranja jedinstvenog vizualnog identiteta koji odražava vrijednosti Splitsko-dalmatinske županije.

Također je važno uzeti u obzir kako će se pojam "Dalmacija" koristiti u različitim aplikacijama vizualnog identiteta, uključujući marketinške materijale, web dizajn, društvene mreže i ostale komunikacijske kanale. Osiguravanjem dosljednosti i jasnoće u tretiranju ovog pojma, natjecatelji će pomoći u izgradnji snažnog i upečatljivog brenda koji privlači raznolike ciljne skupine.

U konačnici, uspješan vizualni identitet TZ Splitsko-dalmatinske županije trebao bi biti rezultat promišljenog i strateškog pristupa upotrebi pojma "Dalmacija" u svim aspektima dizajna.

Ovim pristupom osigurava se da se prepoznatljivost i najdirektnija povezanost s regijom maksimalno iskoriste, dok se istovremeno stvara jedinstven i autentičan *brand* koji će unaprijediti turistički razvoj županije.



## O KARAKTERISTIKAMA DIZAJNERSKOG RJEŠENJA

Natječaj zahtijeva sljedeće ključne karakteristike dizajna:

**Kohezivni vizualni identitet:** Kreiranje snažnog i pamtljivog vizualnog identiteta koji će oslikavati ključne vrijednosti Dalmacije kao što su partnerstvo, odgovornost, održivost i kreativnost, te jasno prikazivati jedinstvene atribute regije.

**Fleksibilan sustav identiteta:** Dizajn treba omogućiti prilagodljivost unutar regije, omogućujući svakoj podregiji da istakne svoje specifičnosti, dok se istovremeno održava osjećaj jedinstvenosti i povezanosti cijele Splitsko-dalmatinske županije.

**Prilagodljivost digitalnom okruženju:** Novi identitet mora biti optimiziran za digitalnu upotrebu, lako se prilagođavajući platformama društvenih medija i digitalnim kampanjama kako bi privukao posjetitelje i povećao digitalnu vidljivost regije.

**Integracija lokalne kulture i tradicije:** Dizajnersko rješenje treba uključivati elemente koji odražavaju dalmatinsku kulturu, tradiciju i način života, čime će se unaprijediti regija kao destinacija bogate povijesti i raznovrsnog gastronomskog užitka. Ovaj natječaj pruža dizajnerima priliku da razviju vizualni identitet koji će uspješno komunicirati dušu regije i njenih stanovnika, te istaknuti Splitsko-dalmatinsku županiju kao poželjnu turističku destinaciju.

**Jednostavna varijabilnost proširenja logotipa:** Natječaj očekuje prikaz kako bi logotip mogao varirati prema glavnim turističkim proizvodima, kao što su aktivni turizam, gastro turizam, nautika, kultura, plaže, prirodne ljepote i ruralni turizam, te varijacije koje odražavaju karakter podregija. Bitno je predstaviti sistem koji omogućava oblikovanje tih varijacija, a ne nužno kompletno razrađena rješenja za svaku varijantu.

## O NATJEČAJNOM RADU

Novi vizualni identitet treba uzeti u obzir posebnosti i bogatu povijest Dalmacije, ali i pokazati otvorenost prema budućnosti, inovacijama i održivom razvoju. Pojam "Dalmacija" treba biti promišljeno tretiran, bilo da je riječ o osnovnom znaku ili sekundarnoj opremi identiteta, kako bi se osigurala jasna i neposredna komunikacija s ciljnim skupinama.

Boje koje se trenutno koriste u logotipu Turističke zajednice nisu obvezujuće za novi vizualni identitet, ali bi boje trebale imati aktivnu ulogu, odnosno odražavati prirodu, kulturu i duh Dalmacije, istovremeno naglašavajući značaj i ozbiljnost institucije. Također, koloristički sustav novog identiteta trebao bi biti fleksibilan i prilagodljiv različitim primjenama, kako bi se osigurala koherentnost i prepoznatljivost u različitim kontekstima, te kao što je spomenuto, evocirati i kontinuitet kolorističkog nasljeđa.

Uz sve ove elemente, novi vizualni identitet Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije trebao bi uspješno prezentirati Dalmaciju kao destinaciju koja nudi autentična iskustva, održivi turizam i međunarodnu suradnju, te privući širok spektar posjetitelja iz različitih ciljnih skupina.

## ZAHTJEVI ZA NATJECATELJE I KRITERIJI OCJENJIVANJA NATJEČAJNIH RADOVA

Ocjenjivački sud će prilikom vrednovanja natječajnih radova prednost dati kreativnim, jasno strukturiranim, te profesionalno i suvremeno artikuliranim rješenjima osmišljenim na temelju razumijevanja teme Natječaja. *Očekujemo radove čija razina komunikativnosti i kreativnosti nije ograničena do sada prisutnom praksom, odnosno pretpostavkama o okvirima unutar kojih se konvencionalno kreću već viđeni vizualni identiteti javnih ustanova.*

Pozivamo natjecatelje da predlože konceptualno i oblikovno pročišćena rješenja koja zadovoljavaju visoke profesionalne kriterije tematske i dizajnerske relevantnosti.



Kriteriji za odabir rješenja:

**inovativnost rješenja**

(konceptualna, oblikovna i tehnička inovativnost trebaju biti rezultat zadanih okolnosti te kreativno odgovarati na njih).

**komunikativnost rješenja s obzirom na viziju institucije i ciljane skupine**

(potencijalni korisnici su pripadnici oba spola, raznih dobnih skupina, visoko i srednje obrazovani)

**primjenjivost i izvedivost**

(primjenjivost u raznolikim medijima i izvedivost u različitim tehnologijama trebaju biti ugrađeni u cjelovito promišljeno rješenje koje nastaje na temelju poznavanja mogućnosti i ograničenja u krajnjim aplikacijama te ih vješto koristi. Digitalni mediji, reprodukcija tiskom i pojavljivanje u prostoru ravnopravni su segmenti upotrebe)

**cjelovito i potpuno novo kreativno rješenje vizualnog identiteta TZSDŽ**

*Od natjecatelja se očekuje da:*

do propisanog roka dostave kompletnu natječajnu prijavu u skladu s uputama u Općim uvjetima natječaja

budu spremni na daljnju razradu rada, ako njihov rad bude odabran za nagradu i realizaciju