

PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE ZA 2026. GODINU



Čakovec, prosinac 2025.

	Sadržaj	str.
I.	STANJE DESTINACIJE I TURISTIČKI TRENDОВI	2
1.1.	Zakonske i planske osnove	2
1.2.	Stanje destinacije, globalni trendovi i konkurentsko okruženje	2
1.2.1.	Ocjena stanja destinacije	3
1.2.2.	Ocjena globalnih trendova i konkurentskog okruženja	3
1.2.3.	Ocjena ostvarenog obujma turističkog prometa 01.01.-30.11.2025.	3
1.3.	Procjena obujma turističkog prometa za 2026.g.	4
1.4.	Programski ciljevi turizma MŽ za 2026.g.	4
II.	PLAN PRIHODA	5
III.	PLAN AKTIVNOSTI	6
IV.	FINANCIJSKI PLAN	18
V.	ZAVRŠNE ODREDBE	20

Pregled kratica:

- TZMŽ – Turistička zajednica Međimurske županije
- Stručna služba - Stručna služba TZMŽ
- MŽ -Međimurska županija
- HTZ – Hrvatska turistička zajednica
- Mints – Ministarstvo turizma i sporta RH
- LTZ – lokalna turistička zajednice/e
- JLS - Jedinice lokalne samouprave
- SNVO – Strukovne nevladine neprofitne organizacije
- UNWTO – Svjetska turistička organizacija pri UN
- UNESCO – Agencija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu
- SŠUMŽ- Savez športskih udruga Međimurske županije
- EMM – Ekomuzej Međimurje malo
- IP – izvorni prihodi: turistička članarina i boravišna taksa
- MŽ – potpora za rad Međimurske županije
- FTN – Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent,
- FU - Fonda za udružene turističke zajednice
- EU – projekt sufinanciran iz Operativnih programa Europske unije
- SMPTMŽ – Strateški marketing plan turizma Međimurske županije
- MPTMŽ – Master plan razvoja turizma Međimurske županije.
- Program - Program rada TZMŽ za 2026.g.
- AP – akcijski plan
- OP - operativni plan
- EDEN - Europska destinacija izvrsnosti
- CWM –Cyclist Welcome Međimurje
- MVC – Međimurska vinska cesta
- PUD – Plan upravljanja destinacijom MŽ

I. STANJE DESTINACIJE I TURISTIČKI TRENDVI

1.1. ZAKONSKE I PLANSKE OSNOVE

Program rada Turističke zajednice Međimurske županije za 2026. godinu temelji se na: člancima 55. i 56. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, člancima 49., 50. i 51. Statuta TZMŽ, smjernicama Strategije razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030., te internim strateškim dokumentima: Masterplan razvoja turizma MŽ, Strateški marketing plan turizma MŽ, Destinacijski plan kvalitete turizma MŽ te Metodologiji i obveznim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju Ministarstva turizma RH iz 2020. godine.

1.2. STANJE DESTINACIJE, GLOBALNI TRENDVI I KONKURENTSKO OKRUŽENJE

1.2.1. OCJENA STANJA DESTINACIJE

Dosegnuta razina turističke ponude Međimurske županije temelji se na:

a) Turističkim resursima i atrakcijama:

- prirodnim atrakcijama: zaštićena prirodna baština Regionalnog parka Mura-Drava (dio UNESCO Rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav); kultivirani vinski krajolik Gornjeg Međimurja; podzemne termalne vode u Toplicama Sv. Martin;
- kulturno-povijesnoj baštini: Stari grad Zrinskih; muzeji, etnografske zbirke i interpretacijski centri kulturne baštine; sakralni spomenici; zaštićena nematerijalna kulturna baština (posebno Međimurska popevka, UNESCO); stari zanati;
- eno-gastro ponudi: tradicionalne namirnice i recepti, Međimurska vinska cesta
- događanjima: kulturnog, zabavnog i sportskog karaktera;
- razvijenoj infrastrukturi sportsko-rekreativnih objekata, biciklističkih ruta i pješačkih staza.

b) Ugostiteljskim kapacitetima: Dostupno je 261 smještajni objekt s 2.564 kreveta, od čega je 30% ležajeva u hotelima, a 70% u apartmanima, obiteljskom smještaju i ostalim vrstama smještaja. U MŽ djeluje 414 registriranih objekata za usluživanje hrane i pića te 20-ak kušaonica s ponudom vina i/ili domaćih prehrambenih proizvoda.

c) Portfelju etabliranih destinacijskih proizvoda: Čine ga: zdravstveni turizam u Termama Sv. Martin; eno-gastro turizam (Međimurska vinska cesta i 10-ak restorana; aktivni odmor (biciklistička mreža 'Međimurje Cyclist Welcome', pješačka mreža te 20-ak različitih sportskih i adrenalinskih centara); kulturni turizam (temeljen na baštini, prezentiran kroz 10 uređenih lokaliteta, muzeja i centara interpretacije).

d) Prepoznatljivosti i rejtingu: Međimurje ima visok rejting kvalitetne i održive destinacije na domaćem i stranim tržištima (posebno Slovenija, Austrija i Poljska), što je potvrđeno nizom nagrada: Europske destinacije izvrsnosti – EDEN (2007., 2015., 2019.); Švicarska turistička nagrada – STA (2016.); nagrada za najuspješniju kontinentalnu destinaciju HR (2019.); nagrada za najuspješniju destinaciju za održivi, inovativni i pametni turizam (2022.); nagrada Green Destinations (prva regija u RH, 2023.); Zlatna jabuka FIJET (2024.). U 2025. godini primljene su: Zlatna vrata Berlina (turistički video), A Design Award (dizajn web stranica) i nagrada za **Održivu kontinentalnu destinaciju na DHT-u** (uz tri finala). Prepoznatljivosti doprinosi i pridruženo članstvo TZMŽ-a u Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO).

1.2.2. OCJENA GLOBALNIH TRENDOVA I KONKURENTSKOG OKRUŽENJA

UNWTO za 2026.g. predviđa nastavak snažnog rasta, premašivanje rekorda iz 2025. g. Glavni trendovi: **autentičnost, digitalizacija, održivost** i veća **personalizacija** putovanja, uz naglasak na **vrijednost za novac**.

Prema ocjeni Euromonitora iznesenoj na turističkoj burzi WTM London, budućnost turizma zahtijeva uzimanje u obzir stvarnih troškova turističke potražnje u smislu potrošnje vode, stvorenog otpada, potrošene energije, utjecaja na biološku raznolikost, porijekla hrane i zagađenja. U središte pažnje trebat će staviti samu zajednicu i koristi koje ona dobiva razvojem turizma. Gledanje isključivo kratkoročnog opstanka i značajno snižavanje cijena od strane turističkih tvrtki dovest će do "trke prema dnu". Prihvatanje digitalizacije, izgradnja jedinstvenih proizvoda i usluga te **korištenje umjetne inteligencije (AI)** bit će ključni za dinamiku cijena i kvalitetu. AI će biti sve naglašeniji u kreiranju ponude prema preferencijama pojedinog gosta, a koriste ga turističke tvrtke i putnici pri traženju najboljih ponuda. Umjetna inteligencija u turizmu sigurno je jedna od novina koje će u turizmu biti sve prisutne. **"Zeleni" pristup turizmu je dugoročni trend:** neke zemlje već uvode "zelene putovnice" putem kojih putnici mogu izračunati svoj ugljični otisak, te birati eco-friendly agencije, smještaj, prijevoz i ostalu ponudu.

Prema Ministarstvu turizma i sporta RH, cilj je preorijentirati turistički sektor na održivi model poslovanja do 2030. Konkurentska pozicija Hrvatske je snažna, ali pod pritiskom. Hrvatska zadržava jak rejting na ključnim tržištima poput UK i Njemačke te jača na tržištima srednje Europe. Sektor se aktivno pozicionira kao cjelogodišnja, autentična destinacija visoke vrijednosti. Ipak, uspjeh 2026. godine ovisi o primjeni mudrih cjenovnih strategija, jer **cijena postaje primarni faktor odabira putnika. Strateška ulaganja idu u kontinentalni i zdravstveni turizam.** Međimurju susjedne konkurentske destinacije (posebno Terme Tuhelj u Krapinsko-zagorskoj županiji), uložile značajna financijska sredstva u turističke kapacitete što će se značajno osjetiti u 2026. godine kao pritisak pogotovo u segment zdravstvenog turizma. Termalne destinacije u Sloveniji bit će i dalje najznačajniji konkurent Međimurju na međunarodnom tržištu jer se značajno smanjila razlika u cijenama. U skladu s prognozama relevantnih međunarodnih i nacionalnih organizacija, procjenjujemo da Međimurje uspješno prati nacionalne i globalne trendove te može odgovoriti predstojećim izazovima, ostajući pritom **lider u segmentu održivosti među kontinentalnim destinacijama.**

1.2.3. OCJENA OSTVARENOG OBUJAMA TURISTIČKOG PROMETA

01.01.-30.11.2025. (eVisitor)

U prvih 11 mjeseci 2025. godine fizički obujam prometa (dolasci i noćenja) realizirani su u skladu s planiranim ciljevima u Programu rada TZMŽ za 2025.g.

Dolasci i noćenja 01.01. - 30.11.2025.

	01.01.2025.-30.11.2025.		01.01.2024.-30.11.2024.		Godišnji indeks	
	Godišnji		Godišnji		Indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Domaći	51.342	104.901	50.404	103.474	101,86%	101,38%
Strani	46.277	120.719	43.845	110.799	105,55%	108,95%
Ukupno:	97.619	225.620	94.249	214.273	103,58%	105,30%

01.01.2025.-30.11.2025.		01.01.2024.-30.11.2024.		Godišnji indeks	
Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hrvatska (51.342)	Hrvatska (104.901)	Hrvatska (50.404)	Hrvatska (103.474)	Hrvatska (101,86%)	Hrvatska (101,38%)
Slovenija (13.074)	Slovenija (30.976)	Slovenija (13.259)	Slovenija (31.894)	Slovenija (98,6%)	Slovenija (97,12%)
Poljska (4.767)	Njemačka (14.609)	Poljska (5.674)	Njemačka (13.719)	Poljska (84,01%)	Njemačka (106,48%)
Njemačka (4.189)	Poljska (9.592)	Njemačka (3.857)	Poljska (11.536)	Njemačka (108,61%)	Poljska (83,15%)
Austrija (4.067)	Austrija (8.981)	Austrija (3.656)	Austrija (7.863)	Austrija (111,24%)	Austrija (114,22%)
Češka (2.672)	Češka (6.528)	Slovačka (2.266)	Italija (4.271)	Češka (128,46%)	Češka (170,85%)
Slovačka (2.518)	Mađarska (4.726)	Češka (2.080)	Češka (3.821)	Slovačka (111,12%)	Mađarska (143,05%)
Mađarska (2.117)	Slovačka (4.714)	Mađarska (1.628)	Slovačka (3.584)	Mađarska (130,04%)	Slovačka (131,53%)
Italija (1.475)	Italija (4.405)	Ukrajina (1.349)	Mađarska (3.303)	Italija (111,15%)	Italija (103,14%)
Ukrajina (1.472)	Bosna i Hercegovina (2.989)	Bosna i Hercegovina (1.327)	Bosna i Hercegovina (3.090)	Ukrajina (109,12%)	Bosna i Hercegovina (96,73%)
Ostalo (9.926)	Ostalo (33.189)	Ostalo (8.749)	Ostalo (27.718)	Ostalo (113,45%)	Ostalo (119,77%)

Ukupni turistički promet bilježi rast dolazaka od **3,58%** i noćenja od **5,30%**. Brži rast noćenja u odnosu na dolaske sugerira produljenje prosječnog boravka (**2,31** dana) u destinaciji. Ključni pokretač rasta je strano tržište: strani gosti ostvarili su rast noćenja od **8,95%**, uz porast dolazaka od **5,55%**. Domaći turizam bilježi umjeren pozitivan rast, s dolascima od **1,86%** i noćenjima od **1,38%**. Prosječna dnevna potrošnja gostiju prema TOMAS 2022/23 bila je **146,00** eura. Zaključak je da ukupan uspjeh destinacije u promatranom razdoblju primarno počiva na iznimno dobrim rezultatima i rastućoj potrošnji stranih gostiju.

1.3. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U MŽ ZA 2026.g.

Obzirom na ocjenu internog i eksternog okruženja procjenjujemo da će Međimurje u 2026. godini ostvariti rast broja dolazaka do **5 %** i broj noćenja do **5%** u odnosu na 2025.g. Prosječna dužina boravka gostiju procjenjuje se na **2,4** dana što je rast od **5%**.

1.4. PROGRAMSKI CILJEVI TURIZMA MŽ ZA 2026.g.

U skladu s Strateškim marketing planom turizma MŽ operativni ciljevi Programa rada TZMŽ za 2026. godinu su:

- **produženje prosječne dužine boravka gostiju za 5% u odnosu na 2025.g.**
- **povećanje prosječne dnevne potrošnje posjetitelja za 15% u odnosu na 2023.g.**
- **povećanje zadovoljstva lokalne zajednice razvojem turizma za 5% u odnosu na 2023.g.**
- **povećanje zadovoljstva gostiju turističkom ponudom za 5% u odnosu na 2023.g.¹**

¹ 2023. godina uzeta je kao referentna godina za komparaciju iz razloga što je za tu godinu provedeno TOMAS istraživanje o motivima dolaska, zadovoljstvu boravkom i potrošnjom gostiju za MŽ.

II. PLAN PRIHODA

Tijekom 2026. godine planiraju se ostvariti ukupni prihodi u iznosu **1.518.000,00** eura što je 35% više u odnosu na 2025.g. Kod planiranja prihoda uzeti su u obzir slijedeći preduvjeti i okolnosti:

1. IZVORNI PRIHODI

Očekivani rast osnovice za obračun članarine zbog rasta gospodarske aktivnosti i inflacijskih utjecaja te rast broja noćenja dovesti će do rasta izvornih prihoda za 11% u odnosu na 2025.g. te će iznositi 127.000 eura i činiti će 8 % u strukturi prihoda.

2. PRIHODI OD VLASTITE DJELATNOSTI

Prihod u visini 10.000 eura na ovoj poziciji očekuje se s osnova prodaje promotivnog prostora na web stranicama.

3. PRIHODI IZ PRORAČUNA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Odlukom o Proračunu Međimurska županija za 2025.g. utvrđena je potpore za rad TZMŽ u visini 400.000 eura što je 10% manje u odnosu 2024. u strukturi prihoda čine 26 %. Sredstva su namijenjena: razvoju turističkog proizvoda, potpori manifestacijama i DMK, oglašavanju, sufinanciranju provođenja EU projekata, radu strukovnih udruga.

4. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Temeljem pravilnika i javnih poziva Ministarstva turizma za sufinanciranje projekata iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent planiraju se prihodi u visini 340.000 eura što je 13% više u odnosu na 2025. Potpore su namijenjeni realizaciji promotivnih kampanja i razvoja turističkih proizvoda.

Potpore od 280.000 eura za projekte LTZ iz Fond za turistički nerazvijena područja su tranzitna sredstva i ne knjiže se u redovne prihode TZMŽ.

5. PRIHODI IZ EU FONDOVA

Prihod od 600.000,00 eura se odnose na projekte: CE- Accessible Spaces for All Interreg Central Europe, IBC Interreg Danube, Zlatarske avanture Interreg SI/HR, Intepretacijski centar Feštetić NPOO, Intepretacijski centar Palača Međimurske popevke NPOO, Danube Crafts – Interreg Dunav. Ovi prihodi čine 40% u strukturi ukupnih prihoda.

6. PRENESENI PRIHOD/MANJAK IZ PRETHODNE GODINE

Nije planirano ostvarenje viška odnosno manjka u 2025.g.

7. OSTALI PRIHODI

U iznosu od 1.000 eura odnose se na pozitivnu kamatu depozita po žiro računima i druge prihode.

- ❖ **Kratkoročno zaduživanje po minusu na žiro računu:** za održavanje tekuće likvidnosti i predfinanciranje EU projekata planira se koristiti dozvoljeno prekoračenje kod OTP banke u visini do **66.000** eura.

III. PLAN AKTIVNOSTI

1.	ISTRAŽIVANJE I STATEŠKO PLANIRANJE
1.1.	Izrada strateških i operativnih dokumenata
Aktivnosti	Kao ključni turistički proizvod Međimurja, cikloturizam zahtijeva novi strateški okvir. S obzirom na smjernice PUD-a i isteku valjanost prethodnog dokumenta, izradit će se novi Operativni plan razvoja cikloturizma za razdoblje 2026. – 2029. Proces izrade uključivat će ključne dionike i definirati: analizu stanja proizvoda i infrastrukture, potrebu za ulaganja u infrastrukturu, unapređenje kvalitete usluga te plan promocije.
Ciljevi	Osigurati daljnji rast kvalitete ponude i promocije cikloturizma u Međimurju.
Indikatori	Izrađeni i usvojen jedan planski dokument.
Partneri	LTZ, JLS, NVO, dionici iz privatnog sektora
Troškovi	8.000,00
Rokovi	1-5
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta
Aktivnosti	U skladu s odredbama Plana upravljanja destinacijom (PUD), u suradnji sa znanstvenom zajednicom provest će se istraživanje preferencija ciljanih tržišta te zadovoljstva gostiju, lokalne zajednice i dionika u turizmu Međimurske županije.
Ciljevi	Kontinuirano praćenje i evaluacija održivosti destinacije MŽ temeljem odredbi PUD-a.
Indikatori	Izrađena analiza i javnosti prezentirani rezultati istraživanja.
Troškovi	8.000,00
Rokovi	1-12
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti
Aktivnosti	Evaluacija uspješnosti brend-koncepta i korištenih promotivnih alata u 2025. godini. Mjerenje i provedba aktivnosti temelje se na strateškom okviru definiranom u SMPTMŽ-u, kojim se vode promotivne aktivnosti TZMŽ-a. Aktivnost obuhvaća prikupljanje press clipinga i izračun vrijednosti neplaćene promocije prema tržištima.
Ciljevi	Optimiziranje učinaka sredstava namijenjenih turističkoj promociji.
Indikatori	Izrađen dokumenta s valorizacijom efekata provedenih aktivnosti komunikacija i oglašavanja
Troškovi	7.000,00
Rokovi	1-3

2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda
Aktivnosti	U skladu sa Masterplanom i PUD potrebno je sagledavanje i vrednovanje cjelovite resursne osnove, kako afirmirane, tako i neafirmirane, odnosno uspostavljanje digitalnog katastarsa i atlasa županijske resursno-atraksijske osnove kao središnje baze podataka. Aktivnost obuhvaća identifikaciju, vrednovanje i evidenciju resursa i atrakcija.
Ciljevi	Podizanje kvalitete upravljanja prirodnom i kulturnom baštinom koja čini atrakcijsko-resursnu osnovu destinacije.
Indikatori	Ažurirana digitalna baza resursno atrakcijske osnove dostupna korisnicima.
Partneri	LTZ, JLS
Troškovi	Troškovi su iskazani u okviru pozicije 6.1. plaće
Rokovi	kontinuirano
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda
Aktivnosti	• TZMŽ je implementirala Green Destinations kao sustav kvalitete u destinaciji te osigurava nastavak primjene GSTC standarda kroz aktivnosti: - izrada godišnjeg Plana implementacije GD standarda. - savjetodavna podrška komercijalnim subjektima u procesu recertifikacije i usvajanja Good travel seal certifikata - financiranje 100% troškova certifikacije za GT seal • U skladu s kriterijima Slow turizma provodit će se aktivnosti za uključivanje najmanje jednog restorana u label i osnivanje condominija za MŽ. U tu svrhu izradit će se potrebna dokumentacija i financirat troškovi u članjenja u Slow Food International asocijaciju te provoditi edukacija dionika o slow turizmu. • U suradnji s nositeljem brenda Vall 042, provodit će se zajedničke aktivnosti širenja oznake kvalitete Okusi tradicije Međimurja te sufinancirati zajednička promocija na domaćem tržištu. • TZMŽ će organizacijski i marketinški podržavati Eko regiju Međimurje pri uspostavi kratkih lanaca opskrbe ekološkim namirnicama.
Ciljevi	Daljnje unapređenje sustava prepoznatljive kvalitete usluga visoke dodane vrijednosti i tržišne prepoznatljivosti kao održive destinacije i destinacije kvalitetne gastronomske ponude.
Indikatori	• minimalno 60% turističkih kreveta u nekom od certifikata održivosti • minimalno 1 restoran označen Slow food labelom • minimalno 10 restorana označeno labelom Okusi tradicije Međimurja • uspostavljen lanac opskrbe za eko hranu u MŽ
Partneri	HTZ, REDEA, MŽ. Centar dr. Steiner , dionici iz komercijalnog sektora
Troškovi	35.000,00

Rokovi	Kontinuirano
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja
Aktivnosti	Atraktivna događanja tijekom cijele godine značajne su za ukupnost turističke ponude, efikasan način izgradnje imidža destinacije i motiv za ostvarivanje turističkih noćenja, stoga će se provoditi: • Javni poziv za potpore organizatorima regionalnih i lokalnih događanja u kojima će se istaknuti ekološki i inkluzivni kriteriji. Sredstva se osiguravaju iz potpore MŽ. • Javni poziv za TOP događanja koja se financiraju iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, a kriteriji će valorizirati međunarodnu vidljivost i atraktivnost.
Ciljevi	• Porast kvalitete sadržaja i organizacijskih kapaciteta organizatora turističkih događanja, • Povećati prepoznatljivost i imidž Međimurja kao cjelogodišnje turističke destinacije koja je usmjerena na aktivni, održivi i inkluzivni turizam.
Indikatori	• Provedena dva javna poziva i isplaćene potpore organizatorima događanja.
Partneri	LTZ, LAG, MŽ, komercijalni dionici, NVO
Troškovi	100.000,00
Rokovi	2-12
2.4.	Turistička infrastruktura
Aktivnosti	Tematske rute i staze važan su dio proizvoda aktivnog odmora u destinaciji. TZMŽ je označila preko 900 km biciklističkih ruta (Međimurje cyclist mreža) i pješačkih staza: Camino Međimurje te mreža „Kreni cipelcugom“ putokazima, interpretacijskim i info tablama te opremljene odmorištima. „Navedena infrastruktura zahtjeva stalno održavanja te će se s tom svrhom nakon provedene terenskog obilaska i analize stanja zamijeniti i dopuniti oštećena ili dotrajala oprema. Zgrada i oprema Međimurske palače turizma će se održavati i dodatno opremiti potrebnim sadržajima radi dostupnosti posjetiteljima i vanjskim korisnicima.
Ciljevi	Osigurati visoku kvalitetu turističke infrastrukture dostupne posjetiteljima
Indikatori	Zamijenjena dotrajala i oštećena oprema
Partneri	• Projekt će se izvoditi u partnerstvu s dionicima iz znanstvene zajednice i gospodarstva koji će se identificirati putem javnog poziva.
Troškovi	30.000,00
Rokovi	Kontinuirano
2.5.	Podrška turističkoj industriji
Aktivnosti	Suvremeno turističko tržište pretpostavlja stvaranje kompleksnih turističkih proizvoda koji podrazumijevaju povezivanje, odnosno suradnju većeg broja ponuditelja različitih usluga stoga će se: • sufinancirati provedba OPM Međimurske vinske ceste kojeg provodi Udruga vinara Hortus Croatiae,

	• provesti Javni poziv za Destinacijske menadžment kompanije s ciljem jačanja njihovih kapaciteta za prodaju turističke ponude i provedbu hop on hop off transportnog sustava s naglaskom na Donje Međimurje, • usmjeravati provođenja projekata dionika iz javnog i komercijalnog sektora odobrenih iz EU fondova, • sufinancirati rada strukovnih udruga u turizmu: Udruga turističkih vodiča MŽ.
Ciljevi	• unapređenje kulture posluživanja, konzumiranja i promocije međimurskih vina na MVC, • horizontalno i vertikalno povezivanje poduzetnika i povećan plasman turističkih proizvoda na tržište izletničkih i školskih grupa, • poticanja putovanja željeznicom i održivog destinacijskog transporta radi smanjenja CO2 otiska. • jačanje kapaciteta i kompetencija strukovnih udruga • povećanje diverzifikacije turističke ponude Međimurja
Indikatori	• porasla prepoznatljivost gastronomskih i enoloških proizvoda MŽ na tržištu • porast atraktivnosti enogastro ponude i ponude aktivnog odmora • porast prepoznatljivosti turističke ponude u Donjem Međimurju
Partneri	Udruga vinara Hortus Croatiae, DMC, zainteresirani dionici iz komercijalnog sektora, Udruga turističkih vodiča MŽ, LTZ
Troškovi	45.000,00
Rokovi	Kontinuirano
2.6.	Projekti sufinancirani iz EU fondova
Aktivnosti	Rekonstrukcija i prenamjena Dvorca Feštetić u interpretacijski centar“ NPOO - u okviru ovog projekta od strateške važnosti za razvoj gastronomskog i kulturnog turizma građevinski će se rekonstruirati objekt Kaštela i opremiti ga za potrebe interpretacije međimurske kulinarske baštine. Aktivnosti TZMŽ u 2026.g. odnose se na izvedbu promotivne kampanje, edukacije i provedbu promo eventa. Interpretacijski centar Palača Međimurske popevke NPOO – glavni cilj ovog strateškog projekta razvoja kulturnog turizma je uspostavljanje uvjeta za djelovanje interpretacijskog centra za UNESCO nematerijalnu kulturnu baštinu Međimurske popevke. TZMŽ će u okviru svojih aktivnosti izraditi promotivne materijale, provesti edukacije, provesti oglašavanje, organizirati promotivne evente. Spaces 4 all OP Interreg Central Europe –projekta će se unaprijediti pristupačan turizam za osobe s invaliditetom u ruralnim pograničnim regijama u srednjoj Europi. TZMŽ će razvijati turističke pakete za cjelokupno projektno područje. IBC OP Interreg Danube region - pilot projekti i rješenja za inkluzivno upravljanje stazama i ciljanje na zrele dobne skupine, popraćeni transnacionalnim marketingom i promotivnim aktivnostima, dovest će do pristupačne mreže socijalno inkluzivnih biciklističkih staza. TZMŽ će provoditi edukacijske i promotivne aktivnosti. Danube craft OP Interreg Danube region – kroz projekt će se uspostaviti „Ruta tradicijskih obrta“, koja obuhvaća više turističkih itinerara unutar lokalnih zajednica s kulturnim i tradicijskim atrakcijama, kako bi se potaknulo zapošljavanje i proširilo znanje

	o stvaranju novih izvora prihoda za lokalne obrtnike i rukotvorce, s posebnim naglaskom na ranjive skupine i mlade. Zlatarske avanture OP Interreg SI/HR - projektom se razvijaju programi aktivnog turizma temeljenog na zlatarskoj tradiciji u slovensko-hrvatskom prekograničnom području. TZMŽ će sudjelovati projektnom managementu i edukacijama. Amazon of Europe OP Interreg HU/HR – je strateški projekt kojim će se unaprijediti posjetiteljska infrastruktura za cikloturiste kroz uređenje multimedijalnog postava Interpretacijskog centra dr. R. Steinera u Donjem Kraljevcu. TZMŽ će 2026.g. organizirati bike evenat C2C Amazon off Europe i provesti pripreme za izradu promo materijala te nabave opreme za multimedijalni postav.
Ciljevi	• Horizontalno i vertikalno povezivanje poduzetnika i povećan plasman turističkih proizvoda na tržište za osobe s posebnim potrebama i zreli dob • Jačanje kapaciteta i kompetencija turističkih dionika • Povećanje posjećivanja dvoraca i kulturne baštine u Međimurju • Povećanje atraktivnosti Međimurske popevke kao turističkog proizvoda • Povećanje diverzifikacije turističke ponude na prostor Donjeg Međimurja.
Indikatori	• porasla prepoznatljivost gastronomije, baštine i aktivnog odmora • porasla kvaliteta turističke interpretacije, smanjen CO2 otisak u destinaciji
Partneri	MŽ, REDEA, Općina D. Dubrava, Općina Pribislavec, LAG Med Murom i Dravom, partneri iz EU
Troškovi	508.000,00
Rokovi	Kontinuirano
2.7.	Provedba projekata sufinanciranih iz Javnog natječaja za dodjelu sredstava za projekte regionalnih turističkih zajednica na turistički nedovoljno razvijenom području i kontinentu u 2026. iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent
Aktivnosti	Izraditi će se i na natječaj kandidirati te potom provoditi programi : • Program razvoja inkluzivnog turizma „Međimurje za sve“ - provoditi će se kroz : izradu operativnog programa razvoja inkluzivnog turizma, poticanje prilagodbe infrastrukture, edukaciju kadrova, poticanje poštivanja radnih prava i razvijanje aktivnih partnerstva s dionicima iz komercijalnog , javnog i NVO sektora, oglašavanje ponude inkluzivnog turizma, PR aktivnosti, nastupi na sajmovima i B2B radionicama. • Program razvoja gastronomskog turizma „Slow Međimurje“ – provoditi će se aktivnosti: izrade operativnog plana, mapiranja i certificiranja tradicionalnih proizvoda i recepata, provoditi edukacije dionika, provesti labeling za najmanje jedan restoran s Slow food oznakom, oglašavanje enogastro ponude, PR aktivnosti, nastupi na sajmovima i B2B radionicama. • Program razvoja „Laboratorija održivog turizma“ - Program je usmjeren na razvoj interdisciplinarnih modela održivih turističkih aktivnosti u područjima koja generiraju najveći negativni ugljični otisak u Međimurju (turizam i povezane djelatnosti). Interdisciplinarni modeli uključivat će smjernice za: upravljanje prostorom i otpadom, optimizaciju potrošnje energije u smještaju, uspostavu kratkih lanaca opskrbe ekološkom hranom i drugi. Sustav će biti tranziciju na "zeleno" poslovanje.

	2026. g. će se provest 1. faza razvoja ovog sustava baziranog na proširenoj stvarnosti (AR) i umjetnoj inteligenciji (AI).
Ciljevi	• Povećanje univerzalne pristupačnosti, razvoj inkluzivnih turističkih usluga i doživljaja, podizanje razine osviještenosti i znanja dionika o inkluzivnom turizmu • Pozicionirati Međimurje kao prvu Slow food regiju u Hrvatskoj , poboljšati kvalitetu gastronomske ponude međimurskih restorana • Povećati vidljivost ponude kulturnog turizma na tržištima
Indikatori	• Razvijen najmanje jedan inkluzivni turistički proizvod/doživljaj • Najmanje jedna restoran brendiran kao slow food restoran • Rast zadovoljstva turista motiviranih kulturom za 10% u odnosu na 2023.g. • Kreiranje inovativnog i originalnog alata baziranog na AI tehnologiji. • Jačanje kapaciteta dionika za smanjenje ugljičnog otiska te maksimiziranje koristi za lokalnu zajednicu, u skladu s kriterijima GSTC-a.
Partneri	• NVO-i čiji cilj je poboljšanje uvjeta života za OSI • Hotel Panorama Prelog kao najveći smještajni kapacitete prilagođen za OSI
Troškovi	80.000,00 - troškovi programa Laboratorij..., troškovi programa Inkluzivni turizam i Slow Međimurje sadržani su u pozicijama: 3.2.,3.3.,3,5, 3.6. i 4.2.
Rokovi	Kontinuirano
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
3.1.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture
Aktivnosti	Koncepcijom turističkog razvoja uspostavljen je cjeloviti brend-koncept „ Međimurje – doŽIVI zeleno “ koji destinaciju opisuje kao mjesto posvećeno zdravom i aktivnom stilu života i odmora. Za potrebe komuniciranja brend koncepta definirati će se dvije prepoznatljive osobe – ambasadori destinacijskog brend koncepta.
Ciljevi	• Jačanje ključnih odrednica konkurentnog brend-koncepta Međimurja
Indikatori	• Identificirani i u javnost /tržišta komunicirana najmanje dva ambasadora međimorskog turizma
Partneri	LTZ, komercijalni i javni dionici , mediji
Troškovi	4.000,00
Rokovi	1-4
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda
Aktivnosti	U skladu s definiranom brend koncepcijom MŽ iz SMPTMŽ provoditi će se: ugovaranje medija, oglašivača i agencija, nadzor provedbe, priprema potrebnih inputa, komunikacija s dionicima i javnostima, • oglasne kampanje u offline i online medijima na domaćem i stranim tržištima u skladu s media mixom • strateške kampanje provoditi će se na tržištima Hrvatske, Slovenije, Austrije, sjeverne Italije, Nizozemske i Belgije. • naglasak kampanja biti će na: održivom/zelenom turizmu, društveno odgovornom/inkluzivnom turizmu i gastronomiji.

	• u regionalnim medijima provoditi će kampanja edukacije i osvješćivanje javnosti o održivom i društveno odgovornom turizmu
Ciljevi	• porast opće tržišne prepoznatljivosti i vidljivosti destinacije na tržištima • porast fizičkih pokazatelja turističkog prometa za 5 i 5% u odnosu na 2025.g. • porast tržišne prepoznatljivosti vidljivosti turističkih proizvoda MŽ
Indikatori	• Provedene kampanje za ciljana tržišta, • Porasla tržišna prepoznatljivost Međimurja kao zelene i društveno odgovorne destinacije • Rast broja dolazak za 5% i noćenja za 5%
Partneri	LTZ, dionici iz komercijalnog sektora,
Troškovi	200.000,00
Rokovi	Kontinuirano
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR
Aktivnosti	• Ugovoriti će se suradnja s vanjskim suradnicima koji mogu podići vodljivost međimurskog turizma u nacionalnim medijima, pripremati i distribuirati PR materijali, kontaktirati domaći i međunarodni mediji, organizirati tiskovne konferencije, organizirati prigodne nagradne igre i druge aktivnosti. • Studijska putovanja za predstavnike medija organizirati će se u suradnji s HTZ i samostalno. TZMŽ će pokrivati troškove: transfera unutar destinacije, ugostiteljske troškove i vođenje. U suradnji s zainteresiranim LTZ i komercijalnim partnerima organizirati će se samostalni dolasci medija u destinaciju.
Ciljevi	• Poboljšati dvosmjernu komunikaciju s zainteresiranim javnostima. • Povećanje motivacije novinara za pisanje o ponudi destinacije i specifičnim turističkim proizvodima.
Indikatori	• Prikupljeni press clipping i analiza kroz aktivnost 1.3. • Minimalno 20 prihvaćenih novinara
Partneri	HTZ, LTZ, dionici iz komercijalnog sektora
Troškovi	50.000,00
Rokovi	Kontinuirano
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje
Aktivnosti	• Kooprodukcija TV emisije „Whats up Međimurje“ s produkcijskom tvrtkom Kombinat produkcija Zagreb i Goranom Milićem kao prezenterom te prikazivanje na HTV-u.
Ciljevi	• Povećati vidljivost Međimurja na domaćem i stranom tržištu.
Indikatori	• Snimljena i emitirana TV emisija na nacionalnoj televiziji • Porast prepoznatljivosti i vidljivosti Međimurja na hrvatskom turističkom tržištu • Porast rejting Međimurske županije.
Partneri	• Kombinat produkcija Zagreb • Balon klub Zagreb
Troškovi	35.000,000
Rokovi	Kontinuirano

3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
Aktivnosti	U skladu SMPTMŽ i izraženim interesom komercijalnih partnera te suradnji s HTZ, LTZ, DMC i dionicima komercijalnog sektora provoditi će se organizacija nastupa na: • 3 turistička sajma • 3 posebne prezentacije u sklopu specijaliziranih turističkih evenata • 3 poslovne radionice B2B u inozemstvu u suradnji s HTZ
Ciljevi	Porast tržišne prepoznatljivosti, vidljivosti destinacije i direktna prodaja
Indikatori	• Proveden nastup na minimalno 15 turističkih poslovnih skupa, • Uspostavljen kontakt s minimalno 50 novih organizatora putovanja
Partneri	HTZ, LTZ, DMC, dionici iz komercijalnog sektora, LAG, JU R. Steiner
Troškovi	50.000,00
Rokovi	Kontinuirano
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja
Aktivnosti	• Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s HTZ i LTZ provoditi će se organizacija prihvata i provođenja programa posjećivanja turoperatora i turističkih agencija u destinaciji. • TZMŽ će sufinancirati: transfer, posebne programe, ugostiteljske usluge, a participirati će LTZ u dijelu organizacije programa, vođenja i prehrane.
Ciljevi	Povećanje poznavanja i motivacije agenata za uključivanje turističkih proizvoda destinacije u prodajne kanale.
Indikatori	Minimalno 10 prihvaćenih agenata i provedenih programa upoznavanja destinacije i destinacijskih proizvoda
Partneri	HTZ, LTZ, DMC
Troškovi	8.000,00
Rokovi	Kontinuirano
3.7.	Kreiranje promotivnih materijala
Aktivnosti	Sukladno definiranim standardima SMPTMŽ i definiranim brending sustavom i brend arhitekturom kreirati će se i producirati: • tekstualni, fotografski, grafički i video materijali za potrebe objava na web stranicama i kanalima društvenih mreža TZMŽ, • nabavljati suveniri i ostali različiti promotivni materijali za poklone za redovne aktivnosti • producirati tiskani promotivni materijali: opća image brošura, turistička karta, karta MVC, karta pješačkih staza, brošura i karta EMM-a
Ciljevi	• Porast kvalitete sadržaja, vidljivosti i prepoznatljivosti, turističke destinacije na web i web 2.0 platformama • Osigurati atraktivne tiskane promotivne materijale za komunikaciju s tržištima
Indikatori	• Kreirano, tiskano i distribuirano 10.000 kom promo materijala
Partneri	30.000,00
Troškovi	Kontinuirano
3.8.	Razvoj i ažuriranje Destinacijskog Informacijskog sustava

Aktivnosti	U skladu sa smjernicama SMPMŽ osvježavati će se nova redizajnirani izgled centralnog portala www.visitmedimurje.com kao osnovnog alat e-marketinga. Ažurirati će se i održavati poslovne web stranice www.tzm.hr kao i stranica www.eventinfo.com te profili društvenih mreža YT, FB i Instagram i drugi.
Ciljevi	Povećati broj korisnika DIS sustava i razinu informiranosti potencijalnih posjetitelja i najšire javnosti.
Indikatori	Porast broja jedinstvenih korisnika za 10% u odnosu na 2025.g.
Partneri	LTZ, ključni dionici komercijalnog sektora
Troškovi	18.000,00
Rokovi	Kontinuirano
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
Aktivnosti	- Nastaviti će se kontinuirana aktivnost prikupljanja, obrade i distribucije podataka o ponudi i potražnji destinacije te ažuriranja baze. - Nastaviti će se kontinuirana aktivnost naručivanja, izbora, otkup i distribucija fotografija i video materijala te drugih materijala prema potrebi. Materijali će biti dostupni na stocku u sklopu www.tzm.hr kako bi bili lako dostupni zainteresiranim medijima i drugim zainteresiranim.
Ciljevi	- Osiguravanje ažurnih podataka za potrebe informiranja i upravljanje destinacijom - Osiguravanje kvalitetnih i atraktivnih fotografskih, video i drugih materijala za promociju destinacije.
Indikatori	- Javno dostupna ažurna baza podataka o ponudi i potražnji u destinaciji. - Otkupljeno i distribuirano minimalno 10 minuta video materijala i do 50 novih fotografija
Partneri	LTZ, LAG
Troškovi	6.500,00
Rokovi	Kontinuirano
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti
Aktivnosti	- Na području MŽ djeluje 7 TIC-eva pri sustava TZ-a. Za njihovo kvalitetno djelovanje provodit će se koordinacija rada i edukacija informatora. Održavanje turističke (smeđe) signalizacije – TZMŽ je u proteklom razdoblju postavila oko 1500 oznaka smeđe turističke i bike signalizacije te info ploča s rutama koje je potrebno kontinuirano održavati. S tom svrhom provoditi će se: izrada elektroničkog katastra signalizacije, izrada studije zasnivanja signalizacije, izrada i postavljanje novih te zamjenu dotrajalih putokaza i info tabli te održavanje biciklističkih odmorišta.
Ciljevi	- Porast kvalitete informiranosti gostiju u destinaciji - Poboljšavanje djelovanja županijske mreže centra za posjetitelje - Poboljšati stanje postavljene turističke signalizacije i kvalitetu usmjeravanja turista u destinaciji
Indikatori	- Pružene informacije za cca 100.000 turista - Provedene edukacije i izrađen priručnik za informatore - Obnovljeni putokazi i info table

Partneri	LTZ i JU
Troškovi	20.000,00
Rokovi	Kontinuirano
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /e Visitor
Aktivnosti	U skladu s uputama i zahtjevima HTZ sudjelovati će se u razvoju i ažuriranju podataka sustava e-Visitor. Provesti će se: prikupljanje informacija i podataka, kontrola ispravnosti i pružanja uputa i informacija direktnim korisnicima – smještajnim objektima.
Ciljevi	Osiguravanje pravodobnih i kvalitetnih podataka za praćenje dolazaka i noćenja te naplate boravišne takse i upravljanje destinacijom.
Indikatori	Nesmetano i kvalitetno funkcioniranje sustava eVisitor.
Partneri	HTZ, LTZ
Troškovi	Troškovi su iskazani u sklopu poziciji 6.1. plaće.
Rokovi	Kontinuirano
4.2.	Stručni skupovi i edukacije
Aktivnosti	• U svrhu provođenje edukacije i podizanje kompetencije zaposlenih u sustavu TZ u suradnji s djelatnicima zaposlenim u TZMŽ i LTZ-ima provesti će se anketa radi identificiranja tema i prioriteta za edukativne radionice, izvršiti će se odabir stručnjaka za provedbu edukacije, organizirati tehnički uvjeti za edukaciju, izraditi edukacijski materijali u elektroničkom formatu, a organizirati će se i jedno benchmarking studijsko putovanje. • Uključivati će se zaposlenici TZMŽ u edukacije koje organizira HTZ. • Provesti će se individualni treninzi i „inhouse“ edukacije za dionike iz komercijalnog sektora u skladu s izraženim interesima i potrebama koje će se definirati putem javne online ankete. • U suradnji s partnerima suorganizirati će se međunarodna konferencija na temu održivog turizma • U suradnji s VIMAL Akademijom uključiti će se u aktivnosti i sufinanciranje organizacije međunarodne znanstveno-stručne konferencije o razvoju ruralnog turizma.
Ciljevi	Podizanje razine kompetencija i vještina zaposlenih u sustavu TZ-a u MŽ i dionika iz komercijalnog sektora
Indikatori	Organizacija i provedba 5 edukativnih radionica i 1 studijskog putovanja za dionike iz sustava TZ i komercijalnog sektora, 2 međunarodna stručna skupa
Partneri	LAG ovi, LTZ, VIMAL Akademija, komercijalni dionici
Troškovi	15.000,00
Rokovi	3-11
4.3.	Koordinacija i nadzor
Aktivnosti	U skladu s Zakonom o turističkim zajednicama i promociji hrvatskog turizma provoditi će se nadzor i koordinacija LTZ što obuhvaća usklađivanje aktivnosti i nadzor planskih i izvještajnih dokumenata koje u propisanim rokovima i formi dostavljaju LTZ.
Ciljevi	Osigurati zakonitost, efikasnost i kvalitetu rada sustava TZ-a MŽ
Indikatori	• Provedena kontrola izrade planova rada i izvještaja o radu LTZ-a, • Održane 4 koordinacije sustava turističkih zajednica
Partneri	LTZ

Troškovi	Troškovi su iskazani u sklopu pozicije 6.1. plaće.
Rokovi	Kontinuirano

4.4.	Upravljanje kvalitetom destinacije
Aktivnosti	Polazeći od testiranog i verificiranog programa kvalitete turizma – IQM, TZMŽ je 2017.g. uspostavila model praćenja kvalitete European Tourist Indicator System- koji je Europska komisija razvila radi mjerenje procesa upravljanja održivosti, nadziranja destinacijskih performansi i napretka tijekom vremena. Radi nastavka aktivnosti angažirati će se agencija za prikupljanje i obrada podataka te organizirati javna prezentacija rezultata kao i njihova objava na www.tzmz.hr .
Ciljevi	Poboljšati proces održivog upravljanja destinacijom.
Indikatori	Javno prezentirani pokazatelji za 2025.g. s komparacijom od 2017-2024.g., kvalitetni inputi za strateško planiranje.
Partneri	LTZ, dionici privatnog sektora
Troškovi	5.000,00
Rokovi	Kontinuirano
4.5.	Poticanje na razvoj turistički nerazvijenih područja i poticanje na očuvanje i uređenje okoliša
Aktivnosti	• TZMŽ će aktivno sudjelovati u procesima izrade prijedloga općih propisa, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja turizmom u HR i MŽ. • Poticanje i razvoj turističkog proizvoda na nedovoljno turistički razvijenim područjima i na područjima gdje nisu osnovane TZ provoditi će se u suradnji s JLS-ima na čijem području nema osnovanih TZ-a, • Provoditi će se senzibilizacija lokalne javnosti za uređenje okoliša naselja i očuvanje prirodnih i ambijentalnih vrijednosti te će se u partnerstvu s regionalnim i lokalnim medijima provesti nagradni natječaj za najuređenije okućnice i okoliša smještajnih i drugih ugostiteljskih objekata. • Provoditi će se senzibiliziranje predstavnika JLS-a radi udruživanja u turistička područja u formalnom i neformalnom obliku kroz oglašavanje u lokalnim i regionalnim medijima. • Podržati će se rad NVO-a koji djeluju na području zaštite okoliša.
Ciljevi	• Osiguravanje kontinuiranog, dugoročnog održivog razvoja turizma • Povećanje ambijentalnosti turistički interesantnih naselja Međimurja
Indikatori	• Uključenost TZMŽ u sve procese razvojnog planiranja na nivou MŽ i JLS • Provedena akcija senzibilizacije lokalne javnosti za turizam i očuvanje i uređenje okoliša
Partneri	MŽ, JU REDEA, LTZ, JLS, regionalni i lokalni mediji
Troškovi	10.000,00
Rokovi	Kontinuirano
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA
Aktivnosti	• TZMŽ je od 2018. godine pridružena članica Svjetske turističke organizacije UNWTO te koristi statističke podatke i primjere najbolje globalne prakse u razvoju vlastitog održivog turizma što je značajan i za rejting destinacije.

	TZMŽ je od 2018. godine član LAG-a Međimurski bregi i doli te ima aktivnu ulogu u Upravnom odboru i Skupštini LAG-a, član je i Udruge turističkih novinara RH.
Ciljevi	Podizanje rejtinga i vidljivosti MŽ na međunarodno razini kao boutique destinacije održivog turizma i postizanja sinergije s lokalnim dionicima ruralnog razvoja
Indikatori	Aktivno članstvo u tijelima UNWTO , LAG-a, FIJET Hrvatska
Partneri	UNWTO, LAG Međimurski bregi i doli, FIJET Hrvatska
Troškovi	3.500,00
Rokovi	Kontinuirano
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI
6.1	Plaće
Aktivnosti	U Stručnoj službi TZMŽ je zaposleno 4 djelatnika. Uz bruto plaću za redovni rad uključene su i naknade u skladu s Pravilnikom o radu TZMŽ. 80% bruto plaća financirano je iz EU projekata.
Ciljevi	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje TZMŽ i izvršavanje Programa rada.
Indikatori	Kvalitetno proveden godišnji Program rada
Troškovi	202.000,00
Rokovi	Kontinuirano
6.2.	Materijalni troškovi
Aktivnosti	Troškovi se odnose na: komunalne usluge (režije), uredski materijal, komunikacijske troškove, lizing službenog auta, službena putovanja zaposlenih, troškovi revizije, knjigovodstvene usluge, održavanje opreme, nabavu sitnog inventara, reprezentacija ureda, premije osiguranja, bankarske usluge, kamate, ostale nespomenute troškove. 40% materijalnih troškova financirano je iz EU projekta.
Ciljevi	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje TZMŽ i izvršavanje Programa rada.
Indikatori	Kvalitetno proveden godišnji Program rada
Partneri	n/a
Troškovi	37.000,00
Rokovi	Kontinuirano
6.3.	Tijela turističke zajednice
Aktivnosti	U skladu s odlukom T Vijeća članovima TV i Skupštine Isplaćivati će se naknade u visini 22,56 eura po sudjelovanju na sjednici i troškove prijevoza javnim prijevozom.
Ciljevi	Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje TZMŽ i izvršavanje Programa rad
Indikatori	Održane 2 sjednice Skupštine i 4 sjednice Turističkog vijeća
Troškovi	3.000,00
Rokovi	1-12
9.	FONDOVI POSEBNE NAMJENE
Aktivnosti	Iz Fonda za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu te Fonda za udruživanje, a u skladu s Pravilnikom i kriterijima Javnog poziva dodijelit će se sredstava LTZ-ima i provesti kontrola namjenskog utroška.
Ciljevi	Potaknuti ravnomjerni razvoj turizma i ojačati kapacitete LTZ.
Indikatori	Transferirane potpore i provedeni projekti LTZ-a.
Troškovi	280.000,00
Rokovi	Kontinuirano

II. FINANCIJSKI PLAN

PRIHODI

RB.	PRIHODI	Plan 2025.	PLAN 2026.	INDX (2/1) *100	udio u strukturi %
		1	2		
	Izvorni prihodi	114.000,00	127.000,00	111	8,37
1.	1.1. Turistička pristojba	60.000,00	66.000,00	110	4,35
	1.2. Članarina	54.000,00	61.000,00	113	4,02
2.	Prihod od vlastite djelatnosti	1.000,00	10.000,00	1.000	0,66
3.	Prihodi iz proračuna Međimurske županije	440.000,00	400.000,00	91	26,35
4.	Prihodi iz fondova sustava turističkih zajednica	300.000,00	340.000,00	113	22,40
5.	Prihodi iz EU fondova	205.000,00	600.000,00	293	39,53
6.	Prihodi od ostalih trgovačkih društava	2.000,00	40.000,00	2.000	2,64
7.	Preneseni prihod iz prethodne godine	60.000,00	0,00	0	0,00
8.	Ostali prihodi	1.000,00	1.000,00	100	0,07
	SVEUKUPNO	1.123.000,00	1.518.000,00	135	100

REALIZACIJA AKTIVNOSTI (IZDACI)

RB.	PRIHODI	Plan 2025.	PLAN 2026.	INDX (2/1) *100	udio u strukturi %
		1	2		
	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	86.000,00	23.000,00	27	1,52
1.	1.1. Izrada strateških i operativnih dokumenata	70.000,00	8.000,00	11	0,53
	1.2. Istraživanje i analiza tržišta	8.000,00	8.000,00	100	0,53
	1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	8.000,00	7.000,00	88	0,46
	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	332.000,00	798.000,00	240	52,57
2.	2.1. Identifikacija i vrednov. resursa te strukturiranje tur. proizvoda	4.000,00	0,00	0	0,00
	2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	44.000,00	35.000,00	80	2,31
	2.3. Podrška razvoju turističkih događanja	80.000,00	100.000,00	125	6,59
	2.4. Turistička infrastruktura	25.000,00	30.000,00	120	1,98
	2.5. Podrška turističkoj industriji	29.000,00	45.000,00	155	2,96
	2.6. Projekti sufinancirani iz EU fondova	150.000,00	508.000,00	339	33,47
	2.7. Projekti sufinancirani iz Fonda TN - Laobrotarij održivog turizma	0,00	80.000,00	0	5,27
	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	473.000,00	421.500,00	89	27,77
3.	3.1. Razvoj branding sustava i brend arhitekture	9.000,00	4.000,00	44	0,26
	3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	205.000,00	200.000,00	98	13,18
	3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	70.000,00	50.000,00	71	3,29
	3.4. Marketinške i poslovne suradnje	7.000,00	35.000,00	500	2,31
	3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	50.000,00	50.000,00	100	3,29
	3.6. Suradnja s organizatorima putovanja	20.000,00	8.000,00	40	0,53
	3.7. Kreiranje promotivnog materijala	50.000,00	30.000,00	60	1,98
	3.8. Razvoj i ažuriranje Destinacijskog info sustava	25.000,00	18.000,00	72	1,19
	3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	10.000,00	6.500,00	65	0,43
	3.10. Turističko-informativne aktivnosti	27.000,00	20.000,00	74	1,32

RB.	PRIHODI	Plan 2025.	PLAN 2026.	INDX (2/1) *100	udio u strukturi %
		1	2		
	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	25.000,00	30.000,00	120	1,98
4.	4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije - eVisitor	0,00	0,00	0	0,00
	4.2. Stručni skupovi i edukacije	23.000,00	15.000,00	65	0,99
	4.3. Koordinacija i nadzor	0,00	0,00	0	0,00
	4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji	1.000,00	5.000,00	500	0,33
	4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	1.000,00	10.000,00	1.000	0,66
	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	4.000,00	3.500,00	88	0,23
5.	5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije	3.000,00	3.000,00	100	0,20
	5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije	1.000,00	500,00	50	0,03
	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	203.000,00	242.000,00	119	15,94
	6.1. Plaće	150.000,00	202.000,00	135	13,31
	6.1.1. Bruto plaće-redovni program	60.000,00	40.000,00	67	2,64
	6.1.2. Bruto plaće- EU projekti	90.000,00	162.000,00	180	10,67
6.	6.2. Materijalni troškovi	50.000,00	37.000,00	74	2,44
	6.2.1. Materijalni troškovi - redovni program	21.570,70	23.000,00	107	1,52
	6.2.2. Materijalni troškovi EU projekti	15.450,00	14.500,00	94	0,96
	6.3. Rad tijela turističke zajednice	3.000,00	3.000,00	100	0,20
7.	REZERVA	0,00	0,00	0	0,00
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0,00	0,00	0	0,00
	SVEUKUPNO 1	1.123.000,00	1.518.000,00	135	100,00
9.	FONDOVI - posebne namjene				
	9.1. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	240.000,00	280.000,00	117	0
	9.2. Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	0,00	0,00	0	0
	SVEUKUPNO 2	240.000,00	280.000,00	92	0
TOTAL	SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	1.363.000,00	1.798.000,00	132	0

III. ZAVRŠNE ODREDBE

1.

Za izvršenje Programa rada i financijskog plana za 2026. godinu ovlašćuje se Turističko vijeće TZMŽ.

2.

Skupština ovlašćuje direktora da u svrhu provođenja Programa rada raspolaže financijskim sredstvima te ugovara usluge i robe u skladu s Pravilnikom o jednostavnoj nabavi TZMŽ i Financijskim planom koji je sastavni dio ovog Programa rada.

3.

U slučaju odstupanja od Financijskog plana većeg od 5% od ukupno planiranih sredstava donijet će se Rebalans financijskog plana najkasnije do 28. prosinca 2026.g.

4.

Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije Skupština Turističke zajednice Međimurske županije je na 04. sjednici održanoj 17. prosinca 2025. godine donijela je Program rada TZMŽ za 2026. godinu.

5.

Program rada objavit će se na službenoj web stranici TZMŽ www.tzm.hr i dostaviti na uvid Hrvatskoj turističkoj zajednici i Ministarstvu turizma i sporta RH.

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik Skupštine


Matija Posavec

Čakovec, 17. prosinca 2025.

Broj: 141 /25

