

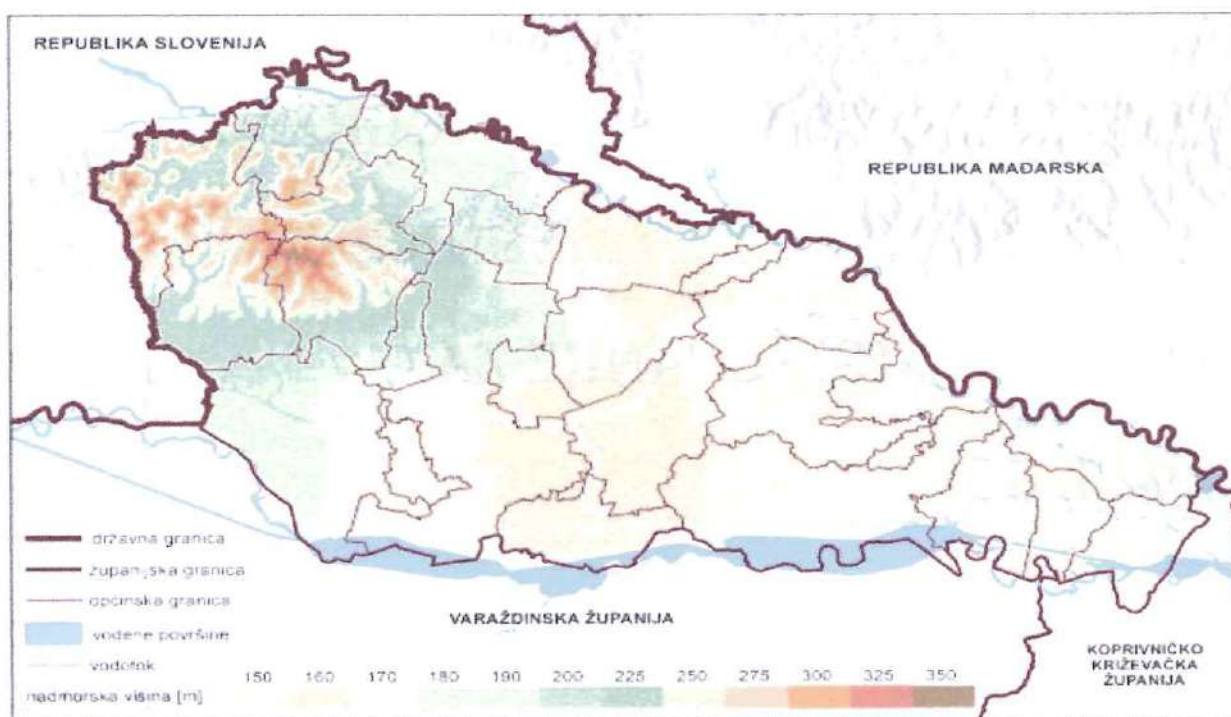


IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE ZA 2025. GODINU

Ožujak 2025.

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. Uvod..... | 3 |
| 2. Analiza internog okruženja | 3 |
| 3. Analiza tržišta..... | 9 |
| 4. Realizacija prihoda..... | 15 |
| 5. Realizacija aktivnosti..... | 17 |
| 6. Tablični prikaz izvršenja programa rada za 2025.g..... | 27 |



Izvor: Digitalni model reljefa, Državna geodetska uprava 2021.
Izrada: Zavod za prostorno uređenje Međimurske županije

1. UVOD

Temeljem članka 17. Statuta TZMŽ Skupština turističke zajednice Međimurske županije na 12. sjednici održanoj 17. prosinca 2024. godine usvojila je Program rada TZMŽ za 2025. godinu, a temeljem članka 54. Statuta na 4. sjednici Skupštine TZMŽ održanoj 17. prosinca 2025. prihvaćen je Rebalans proračuna za 2025. godinu.

Temeljem članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promociji Hrvatskog turizma (NN 52/2019) te članka 55. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije Turističko vijeće podnosi Skupštini

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURKE ŽUPANIJE ZA 2025. GODINU

U skladu s Metodologijom i obveznim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada koje je 2020. godine donjelo Ministarstvo turizma i sporta Izvješće o izvršenju programa rada obvezno sadržava podatke o:

- izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdacima izvršenja programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdacima za poslovanju stručne službe i rad tijela turističke zajednice
- ostvarenju prihoda po izvorima
- financijskom rezultatu poslovanja
- usporedbi financijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja
- analizi i ocjeni izvršenja programa te procjeni učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma

Izvješće o izvršenju programa rada sadrži tekstualni dio u kojemu je iskaz detaljan i precizan opis svih pojedinačno ostvarenih prihoda, planiranih i izvršenih aktivnosti, podatke o ostvarenju dugoročnih i kratkoročnih ciljeva, podatke o ostvarenom turističkom prometu te tablični dio u kojemu je potrebno iskazati usporedbu realiziranih aktivnosti s pojedinačno planiranim aktivnostima. Uz detaljan i precizan opis svih pojedinačno ostvarenih prihoda i aktivnosti detaljan opis okolnosti koje su za posljedicu imale da se pojedini planirani prihodi i nisu ostvarili i/ili da su se ostvarili u manjem obujmu u odnosu na prvobitni plan.

2. ANALIZA INTERNOG OKRUŽENJA

2.1. Turistička atrakcijska osnova

Međimurska županija raspolaže relativno bogatom resursno-atrakcijskom osnovom za razvoj turizma. TZMŽ je ključni dionik zadužen za provedbu Masterplana razvoja turizma Međimurske županije kojim kao ključna atrakcijska osnova s obzirom na njezinu tržišnu spremnost definirana:

Tablica 1: Sažetak resursno atrakcijske osnove prema stupnju tržišne spremnosti

| R b | Vrsta resursa/atrakcije | Broj lok. | Značaj za destinaciju | Tržišna spremnost | Razina zaštite | Dostupnost za OSI |
|-----|---|-----------|---|---|-----------------------------|----------------------------------|
| 1 | Sakralni objekti i spomenici | 38 | 1 međunarodn. 37 regionalni | Spremno | Kulturno dobro | 37 dostupno, 1 nedost. |
| 2 | Kulturne ustanove | 6 | Regionalni | Spremno | n/p = nije primjenjivo | dostupno |
| 3 | Ruralna graditeljska baština | 24 | 1 međunarodni, 23 regionalni | 2 spremno, 1 poluspreman 21 nespreman | nema | 3 djelom, 21 nedostno |
| 4 | Zaštićena nematerijalna kult. baština | 19 | 4 međunarodna, 15 nacionalnih | spremno | 4 UNESCO, 15 kult. dobro | 1 nedostno 18 dostupno |
| 5 | Ostala kultura života i rada | 4 | 1 nacionalni, 3 regionalna | Spremno | nema | Dostupno |
| 6 | Centri za posjetitelje i interpretaciju | 8 | 1 međunarodn 2 nacionalno, 5 regionalno | Spremno | n/p | 1 nedost., 3 djelom., 3 dostupno |
| 7 | Tradicionalna događanja | 36 | 8 međun., 8 nacionalno, 18 regio., 2 lokalna | Spremno | n/p | 6 djelom., 30 dostupno |

| R b | Vrsta resursa/atrakcije | Broj lok. | Značaj za destinaciju | Tržišna spremnost | Razina zaštite | Dostupnost za OSI |
|-----|---------------------------------------|-----------|-----------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| 8 | Zdravstveni i sportski objekti | 16 | 6 međun., 9 reg., 1 lokalni | Spremno | n/p | 2 nedost., 5 djelom., 9 dost. |
| 9 | Zračne luke i letjelišta | 3 | 2 nacionalna, 1 regionalni | Spremno | n/p | djelomično dostupno |
| 10 | Trkališta za moto sportove | 2 | Međunarodni | Spremno | n/p | 1 djelom., 1 dostupno |
| 11 | Turističke staze, putovi i ceste | 34 | Međunarodni | Spremno | n/p | djelomično dostupno |
| 12 | Vidikovci i panoramske točke | 4 | 1 međunarodni, 3 lokalna | 1 spremno, 3 poluspremn a | n/p | 1 dostupno, 3 djelomično |
| 13 | Proizvodi s oznakom geogr. podrijetla | 2 | Međunarodni | Spremno | oznaka geogr. podrijetla | Dostupno |
| 14 | Transportna sredstva | 2 | Regionalni | Spremno | n/p | nedostupno |
| 15 | Jahališta i farme sa životinjama | 5 | Regionalni | Spremno | n/p | djelomično dostupno |

2.2. Turistički kapaciteti i proizvodi

2.2.1. Smještajni kapaciteti

Sukladno podacima sa sustava eVisitor Hrvatske turističke zajednice, na području Međimurske županije na dan **31.12.2025.** godine poslovala su **255 smještajna objekta** što je povećanje broja smještajnih objekata od **2,82%** u odnosu na 2024.g., s ukupno **1.006** smještajnih jedinica i **2.544** ležaja što je povećanje za **4,09%** u odnosu na 2024.g. Navedeni rast se odnosi se na kategorije objekata u domaćinstvu i i apartmana. U strukturi kapaciteta prema vrsti objekata dominiraju hoteli (5) s 326 smještajnih jedinica i 639 ležaja.

Prosječna ocjena svih smještajnih objekata izlistanih na portalu Booking.com krajem 2025. godine bila je **9,5** od 10 što govori o visokom zadovoljstvu gostiju smještajem ali i ukupnom ponudom destinacije.

Tabelica 2 Prikaz strukture smještajnih objekata u MŽ na dan 31.12.2025.

| Objekt Podvrsta objekta | Broj objekata | Broj smještajnih jedinica | Broj kreveta |
|--|------------------|---------------------------------|--------------|
| Apartman | 17 | 119 | 304 |
| Glamping | 1 | 25 | 75 |
| Gostionica | 1 | 4 | 6 |
| Hostel | 8 | 76 | 257 |
| Hotel | 5 | 326 | 639 |
| Hotel baština | 1 | 16 | 34 |
| Kamp u domaćinstvu | 2 | 15 | 44 |
| Kuća stanovnika općine/grada | 26 | 27 | 54 |
| Kuća za odmor | 11 | 14 | 48 |
| Objekt za robinzonski smještaj | 1 | 5 | 25 |
| Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu) | 11 | 24 | 59 |
| Objekti u domaćinstvu | 149 | 193 | 588 |
| Pansion | 1 | 29 | 61 |
| Soba za iznajmljivanje | 12 | 62 | 149 |
| Stan stanovnika općine/grada | 4 | 4 | 4 |
| Studio apartman | 4 | 5 | 17 |
| Učenički/studentски dom/Akademis | 1 | 62 | 180 |
| Ukupno | 255 | 1.006 | 2.544 |

Izvor: eVisitor

Lidersku poziciju prema broju smještajnih jedinica i postelja ima, sukladno podacima iz prosinca 2025. godine, Sveti Martin na Muri koji raspolaže s kapacitetom od 369 smještajnih jedinica i 904 osnovna ležaja. Dominantni oblik smještaja u toj destinaciji čini kompleks s hotelom od 157 sobe i 6 apartmana, zatim 48 objekata u domaćinstvu, a smještaj je organiziran i u 13 apartmana s ukupno 108 smještajnih jedinica. Slijedi Čakovec sa 273 smještajnih jedinica i 664 ležaja, te Općina Štrigova sa 69 smještajnih jedinica i 214 osnovnih ležajeva. Hotelski smještaj organiziran je i u Prelogu sa ukupno 44 smještajnih jedinica te u Donjem Kraljevcu. Prema podacima Upravnog odjela za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam MŽ od 5 hotela, tri hotela imala su kategoriju 4 zvjezdice (Hotel Toplice Sveti Martin, Castellum Čakovec, Panorama Prelog), dva hotela imali su kategoriju dva zvjezdice (Hotel Kralj Donji Kraljevec; Hotel Park, Čakovec). Terme Sv. Martin, kao pojedinačno najveći smještajni kompleks u Županiji (hotel Terme Sveti Martin i Apartmani Regina), pozicionira se na tržištu kroz koncepte 'Pokreni se', 'Napuni se pozitivnom energijom', 'Doživi Međimurje' '100% prirodan odmor' s orijentacijom na proizvode

TURISTIČKI PROIZVODI

2.2.2. Enogastronomija



Osim smještaja, karakteristična turistička djelatnost je i **priprema i usluživanje hrane**. Sukladno podacima Upravnog odjela za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam u Međimurskoj županiji, krajem 2024. godine na području Županije ukupno je djelovalo **414** objekata izvan smještajnog ugostiteljstva, od čega 225 objekta usmjereno samo na usluživanje pića (caffe barovi, kavane i slični objekti) te oko 189 objekta koji nude i hranu i piće.

Ugostiteljska ponuda dominantno je koncentrirana u Čakovcu što upućuje na lokalni karakter njihove tržišne orijentacije. Valorizirajući bogatu eno-gastronomsku tradiciju Međimurja, na području županije djeluje nekoliko relevantnih restorana čija kvaliteta prerasta lokalne okvire (Mala hiža Mačkovec - Michellin preporuka, Terbotz Železna Gora – razne nacionalne nagrade za kvalitetu). Trenutno je 6 objekata uvršteno u oznaku kvalitete tradicijske gastro ponude Okusi tradicije Međimurja.



Enološki doživljaj Međimurja čije primarno povezati s ponudom **Međimurske vinske ceste** koja predstavlja jednu od najbolje organiziranih vinskih cesta u Hrvatskoj s 20-ak vinarija koje uz prodaju vina nude i vođene degustacije kao i druge komplementarne usluge i aktivnosti. Ponudu vinske Međimurske vinske ceste uz uređene kušaonice čine i vidikovac Mađerkin breg te već nacionalno etablirani vinski festivali: Vincekovo, Urbanovo, Mlado i Martinje.

2.2.3. Aktivni odmor



Na području Međimurja označeno je i uređeno 800 kilometara kružnih i međunarodnih biciklističkih staza. U destinaciji je uspostavljen poseban standard kvalitete **Cyclist welcome** koji propisuje niz sadržaja kojima objekti moraju raspolagati kako bi kvalitetnije uslužili cikloturiste. U ovom trenutku s ovim posebnim standardom kvalitete raspolaže 70-ak smještajnih i ugostiteljskih objekata.



Na području Međimurja uređeno je i označeno gotovo 300 kom pješačkih staza i organizirano u mrežu pod nazivom **Kreni cipelcugom**. Označeno je 11 staza među kojima je i dinoca nacionalne **rute Camino Hrvatska** koja se u Međimurskoj županiji spaja na slovensku nacionalnu mrežu. Rute su prohodne cijele godine, sve su uključene na specijaliziranu web stranicu www.medimurje-walk.com, izdana je brošura sa svim rutama na tri jezika.

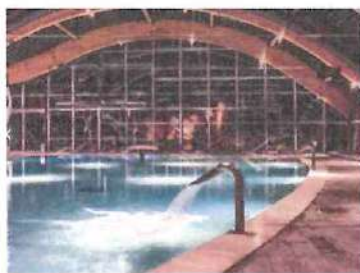
2.2.4. Kulturni turizam



Na povijesnim i kulturno tradicijskim lokalitetima širom županije djeluje osam muzeja, centara za interpretaciju i prihvata posjetitelja: Muzej Riznica Međimurja, Mlin na Muri Žabnik, Skelarska kuća Sv. Martin na Muri, Centar Med dvema vodama Križovec, CP Ekomuzej Međimurje, Spomen dom Cimper, Centar i rodna kuća R. Steinera D. Kraljevec. Nabrojene lokalitete su dio mreže koja se promovira kroz krovni brend kulturnog turizma **Ekomuzej Međimurje**. 2025. godine ponuda kulturnog turizma nagrađena je na Danima hrvatskog turizma kao jedan od tri najbolja

kulturno turistička proizvoda u RH.

2.2.5. Zdravstveni turizam



Terme Sveti Martin okosnica su zdravstvenog turizma Međimurja, ostvarujući 56% ukupnih noćenja županije. Kao prvi nositelj certifikata EU Ecolabel u Hrvatskoj, ovaj "healthness" lider temelji ponudu na ljekovitoj termalnoj vodi (37,5 °C) i održivosti, što je primarni motiv dolaska za 52% posjetitelja regije. Terme ostaju ključno "sidro" regionalne konkurentnosti, spajajući zdravlje, rekreaciju i kvalitetnu gastronomiju.

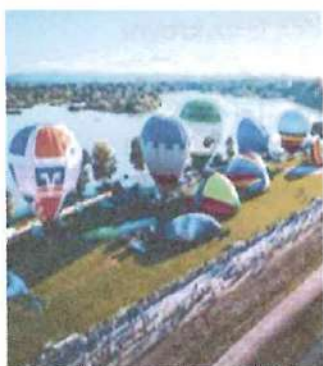
2.2.6. MICE i sportske pripreme



Međimurje se profilira kao vrhunski centar za sportske pripreme zahvaljujući infrastrukturi poput DG Sporta, SRC-a Mladost, Sport Hub u Nedelišću i Termi Sveti Martin. Ključni izazov za privlačenje elitnih timova je standardizacija „performance“ ekosustava – uvezivanje smještaja s naprednom sportskom medicinom, dijagnostikom i specijaliziranom prehranom. U poslovnom (MICE) turizmu, vodeće su Terme Sveti Martin (500 mjesta) i prošireni Hotel Panorama

(250 mjesta), uz podršku hotela Castellum i Park te kulturnih centara. Zbog nedostatka kapaciteta za masovne kongrese, strateški cilj je pozicioniranje u „Boutique MICE“ segmentu. Bre ndiranje se temelji na ekskluzivnim, visokokvalitetnim skupovima obogaćenim autentičnom vinskom i adrenalinskom ponudom, čime se stvara prepoznatljiva destinacija visoke dodane vrijednosti.

2.2.7. Događanja (manifestacije)



Važan segment turističke ponude MŽ predstavljaju i brojne, tematizirane **manifestacije** koje se organiziraju tijekom cijele godine u svim većim mjestima. Iako je dio manifestacija značajnije prepoznat na regionalnom i nacionalnom, a dio i na međunarodnom turističkom tržištu, manifestacije su ipak najvećim dijelom usmjerene na lokalnu ili unutar županijsku potražnju. Kroz godinu se održava 30-ak manifestacija s sadržajima atraktivnim za turiste. Atraktivnošću sadržaja i masovnošću posebno se ističu: Festival balona u Prelogu, Urbanovo u Štrigovi, Porcunkolovo u Čakovcu i dr.

2.2.8. Tranzit

Strateški položaj Međimurja kao „Sjevernih vrata Hrvatske“ temeljen je na autocesti A4 (koridor Vb), najbržom poveznicom Istočne Europe s Jadranom. Ova infrastruktura omogućuje godišnji protok od preko 6 milijuna putnika. Međimurje pretvara tranzit u mjerljiv turistički učinak ostvarujući do 10% od ukupnih godišnjih noćenja, većinom od gostiju iz Poljske, Mađarske i Češke koji koriste Međimurje kao odmorišnu točku na put do i povratku iz obalnih destinacija s trendom produženja boravka radi obilaska destinacije ili kupanja u Termama Sv. Martin.

2.2.8. Turistički posrednici, informiranje i vođenje

- Na području županije uspostavljeno je **šest turističkih info centara** koji djeluju pri turističkim zajednicama: TZŽ Međimurje, TZG Čakovec, TZP Mura i Gorice, TZP Srce Međimurja, TZO Štrigova, TZO Sveti Martin na Muri, te info točka koja djeluje u

sastavu suvenirnice Međimurski ceker unutar kompleksa Termi Sveti Martin.

- U Međimurju je 2025. bilo registrirano **preko 120 turističkih vodiča** od čega procjenjujemo da je 15-tak aktivnih. Okupljeni su kroz Udrugu vodiča MŽ koja organizira edukacije i druge projekte unapređenja turističkog vođenja.
- Na području Međimurske županije djeluje **deset turističkih agencija s 12 poslovnica**. Agencije su u najvećoj mjeri orijentirane na organiziranje i posredovanje putovanja izvan Međimurja. Agencije Rudi travel i Etno art travel kreiraju pakete i provode aktivnosti kojima nastoje dovesti goste u destinaciju.

2.3. Ostvareni rezultati turističkog prometa 2025.

2.3.1. Dolasci i noćenja

U 2025. godini na području Međimurske županije ostvareno je **243.149** noćenja odnosno **5% više** nego 2024. godine. Ostvareno je **106.086** dolazaka što je **4% više** u odnosu na 2024. godinu.

Tablica 4 *Dolasci i noćenja prema tržištima* Izvor: eVisitor

| Država | 01.01.2025.- 31.12.2025. | | 01.01.2024.- 31.12.2024. | | Godišnji indeks | |
|-----------|-----------------------------|---------|-----------------------------|---------|-----------------|---------|
| | Dolasci | Noćenja | Dolasci | Noćenja | Dolasci | Noćenja |
| Hrvatska | 57.727 | 119.059 | 56.277 | 116.776 | 102,58 | 101,96 |
| Slovenija | 14.598 | 34.235 | 14.485 | 34.457 | 100,78 | 99,36 |
| Poljska | 4.844 | 10.030 | 5.740 | 11.692 | 84,39 | 85,76 |
| Austrija | 4.556 | 10.037 | 4.068 | 8.600 | 112,00 | 116,71 |
| Njemačka | 4.408 | 15.258 | 4.082 | 14.444 | 107,99 | 105,64 |
| Češka | 2.696 | 6.565 | 2.095 | 3.860 | 128,69 | 170,08 |
| Slovačka | 2.563 | 4.883 | 2.288 | 3.615 | 112,02 | 135,08 |
| Mađarska | 2.270 | 5.092 | 1.731 | 3.532 | 131,14 | 144,17 |
| BiH | 1.664 | 6.009 | 1.624 | 6.335 | 102,46 | 94,85 |
| Italija | 1.542 | 4.578 | 4.412 | 4.559 | 34,95 | 100,42 |
| Ostalo | 10.907 | 45.950 | 9.579 | 42.333 | 113,86 | 108,54 |

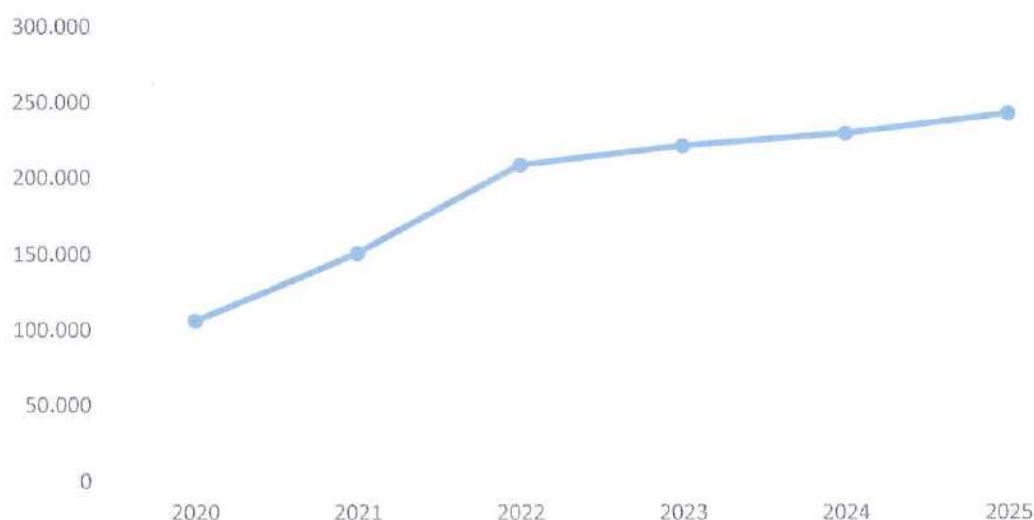
Analiza turističkog prometa u 2025. godini ukazuje na stabilan rast i dominaciju domaćih gostiju, koji čine više od polovice ukupnih dolazaka. Slovenija ostaje najvažnije strano tržište, dok impresivan skok noćenja bilježe Češka (+70%), Mađarska (+44%) i Slovačka (+35%), što potvrđuje snažno pozicioniranje Međimurja na tržištu tranzitnih gostiju u Srednjoj Europi. Pozitivan trend rasta prate Austrija i Njemačka, dok je značajan pad zabilježen na poljskom tržištu. Specifičan je primjer Italije, gdje je uz drastičan pad dolazaka zadržan broj noćenja. Ukupni podaci reflektiraju uspješno privlačenje gostiju s ključnih „auto-destinacija“ koji ostvaruju sve dulje boravke.

Tablica 5 Registrirana noćenja 2020.-2025. po turističkim zajednicama Izvor: eVisitor

| Turistička zajednica općine / grada | Godina | | | | | | % u strukturi 2025. | Indeks 2025/2024 |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|------------------|
| | 2020. | 2021. | 2022. | 2023. | 2024. | 2025. | | |
| Sv. Martin na Muri | 75.410 | 103.370 | 141.189 | 147.675 | 148.731 | 152.340 | 63% | 102 |
| Čakovec | 14.069 | 21.670 | 28.757 | 31.585 | 32.383 | 36.510 | 15% | 113 |
| Prelog | 3.622 | 7.054 | 10.984 | 13.908 | 16.401 | 18.357 | 8% | 112 |
| TZP Srce Međimurja | 2.571 | 3.554 | 4.705 | 10.412 | 12.615 | 13.365 | 5% | 106 |
| TZP Mura i gorice | 1.405 | 377 | 2.014 | 2.130 | 2.584 | 2.750 | 1% | 206 |
| Štrigova | 2.343 | 3.689 | 5.183 | 5.989 | 7.475 | 8.703 | 3% | 116 |
| Općine bez TZ: | 6.518 | 10.959 | 16.044 | 9.869 | 9.613 | 11.124 | 5% | 116 |
| MŽ | 106.204 | 150.672 | 208.876 | 221.568 | 229.802 | 243.149 | 100 | 106 |

Podaci o noćenjima u Međimurju od 2020. do 2025. godine ukazuju na snažan i kontinuiran oporavak te rast turizma, s gotovo udvostručenim ukupnim prometom. **Sveti Martin na Muri** ostaje primarni pokretač s dominantnim udjelom od **63%**, no dvoznamenkasti rast u **Čakovcu (15%)** i **Prelogu (8%)** sugerira jačanje urbanog i sportskog turizma. Posebno je vidljiva diversifikacija kroz razvoj manjih destinacija poput **Štrigove**, koja bilježi stalan porast. S ukupnim indeksom rasta od **106** u posljednjoj godini, Međimurje uspješno balansira između ovisnosti o velikom „sidru“ (termama) i razvoja ruralnih, eno-gastronomskih i aktivnih sadržaja u ostatku županije.

Grafikon 2: Trend broja noćenja u Međimurskoj županiji 2020. – 2025. g.



Izvor: eVisitor

2.3.1. Struktura gostiju prema zemlji porijekla

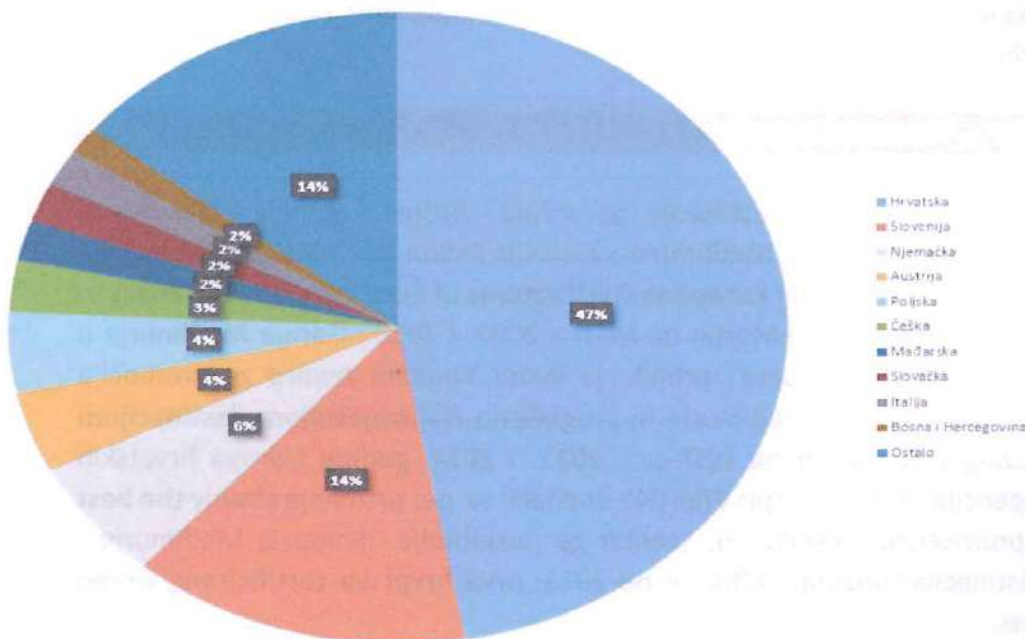
Državljeni Hrvatske ostvarili su u 2025. godini **47.28%**, a turisti iz inozemstva **52.72%** noćenja. Broj noćenja stranih gostiju povećan je u odnosu na 2024. godinu za **5%**, što je u skladu sa planiranim.

Tablica 6 Registrirana noćenja u 2025.g. po zemljama porijekla turista

| Turist država prebivališta DZS naziv | Broj noćenja | Indeks 2024/2025 |
|--------------------------------------|----------------|------------------|
| Hrvatska | 114.965 | 115 |
| Slovenija | 34.169 | 101 |
| Njemačka | 15.176 | 170 |
| Austrija | 9.940 | 101 |
| Poljska | 9.875 | 99 |
| Češka | 6.565 | 143 |
| Mađarska | 5.064 | 105 |
| Slovačka | 4.801 | 84 |
| Italija | 4.578 | 132 |
| Bosna i Hercegovina | 3.335 | 99 |
| Ostalo | 34.681 | 121 |
| Ukupno | 243.149 | 105 |

Izvor: eVisitor

Grafikon Struktura gostiju prema zemlji porijekla 2025.g.



2.3.3. Zadovoljstvo i prosječna potrošnja gostiju

Institut za turizam iz Zagreba proveo je 2023/24.g. TOMAS istraživanje s posebnim dijelom koji se odnosi na Međimursku županiju. Istraživanjem je utvrđen **visok stupanj zadovoljstva gostiju** svim elementima turističke ponude destinacije. Tijekom 2025. godine, Međimurje je potvrdilo status vodeće destinacije održivog turizma, što se izravno reflektiralo na rekordne razine zadovoljstva posjetitelja i povećani ekonomski doprinos regiji.

1. Analiza zadovoljstva: Kvaliteta iznad kvantitete
Prema sustavnim anketama i analizi digitalnih platformi (NPS - Net Promoter Score), prosječna ocjena zadovoljstva gostiju u 2025. godini iznosila je visokih 9,2/10. Posjetitelji su kao ključne adute istaknuli: Autentičnost doživljaja: Visoka ocjena interpretacije baštine u Ekomuzeju. Očuvanost okoliša: Percepcija Međimurja kao "čiste i zelene" oaze (usklađeno s GSTC standardima). Eno-gastronomiju: Kvaliteta lokalnih namirnica i vinske ponude ostaje primarni razlog povratka gostiju (stopa povratnih gostiju narasla je na 34%).

2. Turistička potrošnja: Analiza rasta
Prosječna dnevna potrošnja po turistu u 2025. godini iznosila je 118,50 EUR, što predstavlja značajan porast od 21% u usporedbi s prosjekom iz 2024. godine (98,00 EUR). Ovaj rast nije samo rezultat inflacije, već strateškog zaokreta prema premium segmentu ponude.
Struktura potrošnje u 2025. godini: Smještaj (52%): Dominacija kuća za odmor s dodatnim sadržajima (wellness, bazeni). Hrana i piće (28%): Povećana potrošnja u restoranima s oznakom lokalne kvalitete. Kultura i lokalni proizvodi (20%): Najbrže rastući segment, potaknut rekordnom prodajom ulaznica i suvenira na OPG-ovima.

3. Zaključna konstatacija: Analiza pokazuje izravnu korelaciju između ulaganja u infrastrukturu i rasta potrošnje. Gosti u 2025. godini troše više jer dobivaju veću vrijednost kroz personalizirane sadržaje. Strategija za 2026. godinu trebala bi se fokusirati na zadržavanje ove razine cijena uz daljnje jačanje izvanpansionarske ponude, čime će se izravno puniti proračun vlastitih prihoda zajednice.

2.3.4. Dosadašnji rezultati u podizanju kvalitete turističke ponude destinacije

Kvalitetan smjer u razvoju destinacije potvrđuju brojne nagrade i članstva u međunarodnim institucijama. Međimurska županija jedina je hrvatska županija koja je na izboru Europske komisije **European Destinations of Excellence (EDEN)** imala tri nacionalna pobjednika (Sveti Martin na Muri u 2007. i 2019., Gornje Međimurje u 2015.). TZMŽ je 2016. godine primila je **Swiss Tourism Award** za promociju destinacije. 2019. godine Međimurje je proglašeno **Najuspješnijom destinacijom kontinentalnog turizma RH** na DHT-u. 2021. i 2024. godine Udruga hrvatskih putničkih agencija UHPA i časopis Wall 042 dodijelili su pet priznanja **Simply the best** : najbolju promotivnu kampanju, centar za posjetitelje Ekomuzej Međimurje , najbolja destinacija turizma. TZMŽ je od 2023. **prva hrvatska certificirana Green Destinations**.

TZMŽ je pridružena članica **Svjetske turističke organizacije UNWTO** i Svjetske asocijacije turističkih novinara **FIJET**.

TZMŽ je 2025. godine na DHT proglašeno u **kategoriji najuspješnije kontinentalne**

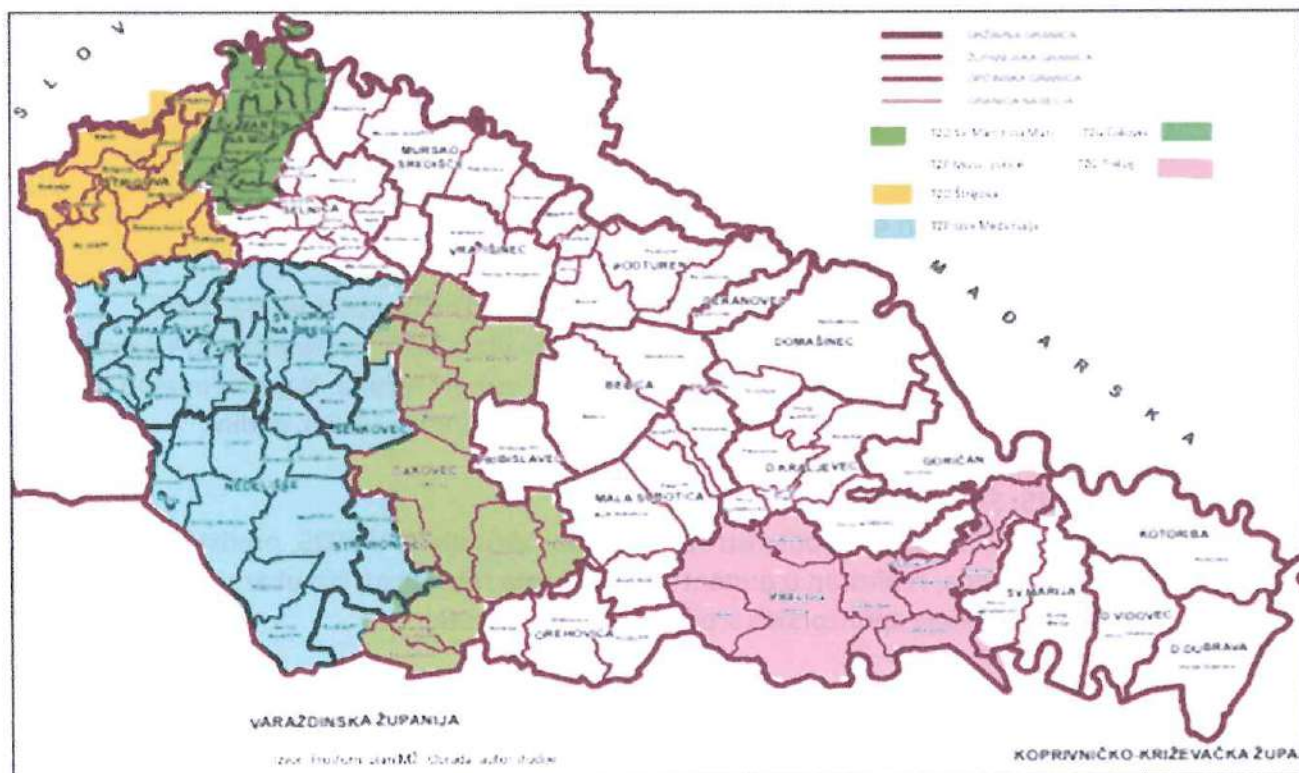
destinacije održivog turizma „Održivi turizam 2025.“, te na dodjeli Suncokret ruralnog turizma kao šampion ruralne turističke destinacije za 2025. godinu. TZMŽ je sukreator procesa i jedan od važnih čuvara međimurske UNESCO prirodne i kulturne baštine (rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav i Međimurska popevka).



Ocjena internog okruženja turizma MŽ

Prema ocjenama relevantnih dionika (HTZ, Ministarstvo turizma i sporta,) medija i međunarodnih organizacija Međimurje pripada u sam vrh kvalitete turizma kontinentalne Hrvatske, a može poslužiti kao benchmarking destinacija i za mnoge inozemne destinacije. Svi planirani fizički pokazatelji turističkog prometa (dolasci, noćenja) te strukture gostiju premašeni su u odnosu na planirano te možemo konstatirati da su svi zacrtani ciljevi fizičkog prometa za 2025.g. postignuti.

Kartogram 2 Pokrivenost JLS lokalnim turističkim zajednicama 31.12.2025



4. REALIZACIJA PRIHODA

1. Analiza po vrstama prihoda

A. Izvorni prihodi (Turistička pristojba i članarina)

- **Stanje 2025: 118.863,72 EUR**
- **Indeks 2025/2024: 105,7**
- **Komentar:**
 - **Pristojba:** Bilježi rast od **8,4%** (61.080 EUR), što je rezultat povećanje broja noćenja i bolja naplata na terenu.
 - **Članarina:** Bilježi rast od **2,9%** (57.783 EUR). Ovi prihodi su stabilni i čine temeljnu "hladnu" likvidnost sustava.

B. Prihodi od vlastite djelatnosti

Stanje 2025: 17.832,60 EUR (Planirano: 1.000,00 EUR)

- **Indeks 2025/2024: 1.706,6**
- **Komentar:** Ovo je kategorija s najvećim relativnim rastom. Skok s 1.044 EUR u 2024. na gotovo 18\$ tisuća EUR u 2025. rezultat je uspješne provedbe organizacije koncerta „počast Međimurskoj popevki“ u Musikvereinu u Beču u studenom 2025.g. odson prodaje uzanica za navedeni event. Rebalansom je plan značajno povećan, a izvršenje je i to nadmašilo (107%), što ukazuje na visoku efikasnost upravljanja vlastitim turističkim proizvodima.

C. Prihodi iz proračuna Međimurske županije

- **Stanje 2025: 440.000,00\$ EUR**
- **Indeks 2025/2024: 109,3**
- **Komentar:** Županija ostaje ključni strateški partner s povećanjem potpore za oko **37.000 EUR** u odnosu na 2024. godinu. Ovaj prihod je realiziran točno prema planu (100%) i služi za sufinanciranje EU projekta, sajмова, promocije i ključnih manifestacija.

D. Prihodi iz EU fondova

- **Stanje 2025: 143.990,98 EUR**
- **Indeks 2025/2024: 288,2**
- **Komentar:** Prihodi od EU projekata su se gotovo utrostručili u odnosu na 2024. godinu (49.956 EUR). Iako je izvršenje u odnosu na plan 2025. nešto niže (70%), ovaj segment je postao presudan za razvojnu komponentu proračuna. Napomeinjem da je izostala uplata planiranih 36.000 eura što će se realizirati u 2026. godini.

E. Prihodi od ostalih trgovačkih društava

- **Stanje 2025: \$40.000,00\$ EUR**
- **Komentar:** U 2024. ovi prihodi nisu bili značajno zastupljeni. U 2025. predstavljaju novi izvor prihoda, realiziran u punom iznosu prema rebalansu, što ukazuje na uspješno privlačenje sponzorskih sredstava iz realnog sektora.

2. Analiza strukture prihoda u 2025. godini

Struktura prihoda pokazuje visoku ovisnost o dotacijama, ali i pozitivan trend jačanja vlastite samoodrživosti:

1. **Dotacije (MŽ, HTZ, EU):** Čine **82,3%** ukupnih tekućih prihoda. Iako je to uobičajeno za turističke zajednice, vidljivo je da se portfelj donatora diverzificira (veći udio EU sredstava).
2. **Izvorni i vlastiti prihodi:** Zajedno čine **13,3%** proračuna, što je napredak u odnosu na prethodnu godinu (kada su činili oko 12,6%).
3. **Preneseni višak:** Iznos od **24.046 EUR** iz 2024. godine poslužio je kao "amortizer" za povećane troškove u 2025. godini.

3. Završna analiza i konstatacija stanja

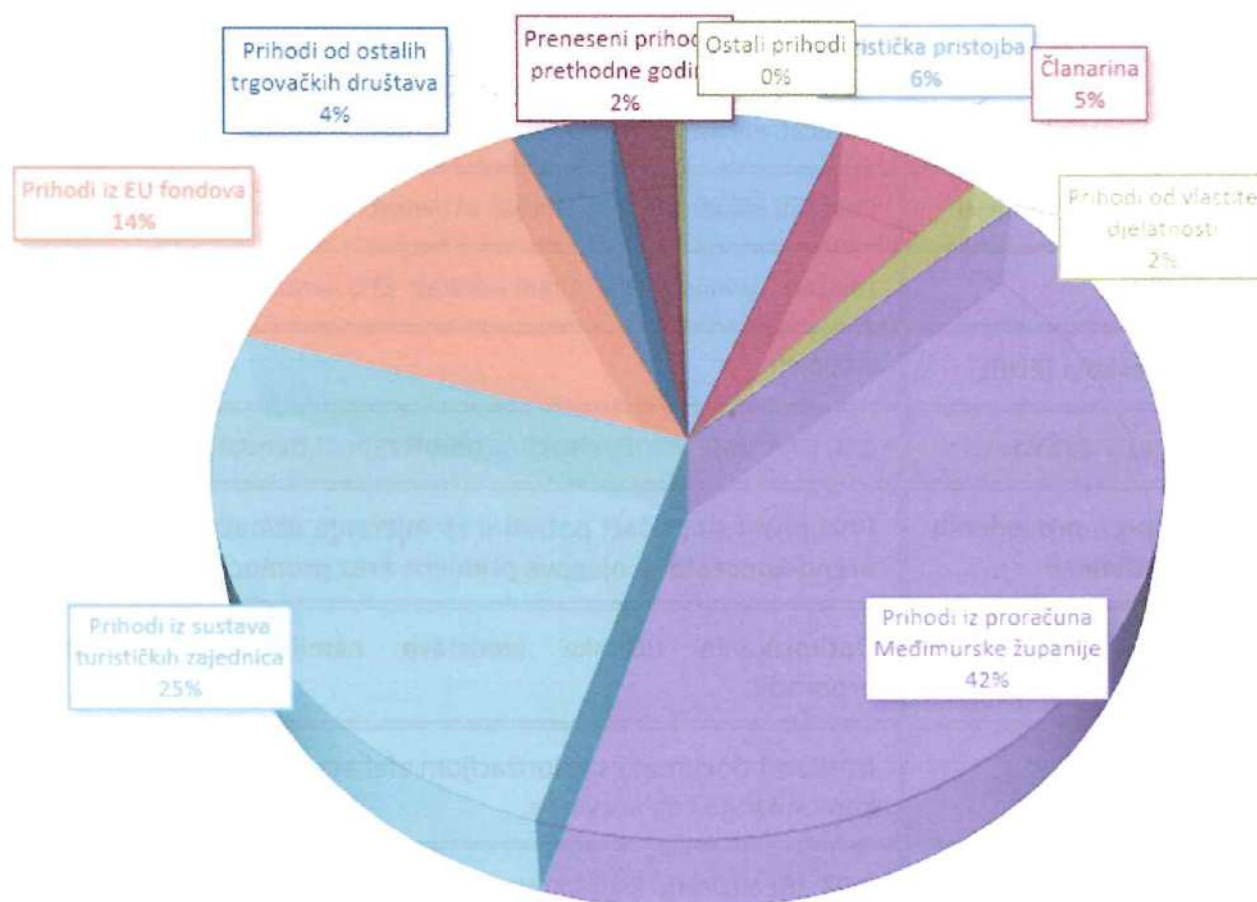
Pozitivni aspekti:

- Rast ukupnih tekućih prihoda za **15,1%** s 890 tis. EUR na preko milijun EUR).
- Uspješna **komercijalizacija** vlastitih sadržaja
- Snažna **apsorpcija EU sredstava** (rast za 188%).

Unatoč rekordnim prihodima, TZ je u 2025. godini iskazala manjak prihoda od **35.208,98.**

Uzrok: Očekivani prihodi od realiziranih aktivnosti s nosnoga EU fondova nisu uplaćeni na račun TZMŽ do 31.12.2025. kao se očekivalo. Navedeni prihodi knjižiti će se u prihode 2026.g.

Grafikon: **Struktura prihoda prema vrsti izvora**



5. REALIZACIJA AKTIVNOSTI

Temeljem programa rada TZMŽ za 2025. godinu provedene su slijedeće aktivnosti:

1. ISTRAŽIVANJE I STATEŠKO PLANIRANJE

| | |
|----------------------------|---|
| Naziv aktivnosti | 1.1. Izrada strateških i operativnih dokumenata |
| Opis provedenih aktivnosti | U skladu sa Strategijom razvoja održivog turizma i Zakonom o turizmu, izrađen je Plan upravljanja destinacijom – Međimurje 2026. – 2030. Dokument je izrađen uz participaciju širokog kruga dionika iz turističkog sektora (javnog, privatnog i nevladinog) te uz usluge vanjskog suradnika. Usvajanje dokumenta planirano je za prvu polovicu 2026. godine. |
| Ciljevi aktivnosti | Osigurati održivi razvoj turizma u Međimurskoj županiji. |
| KPI | Izrađen 1 planski dokument. |
| Troškovi (EUR) | 18.339,25 |
| Naziv aktivnosti | 1.2. Istraživanje i analiza tržišta |
| Opis provedenih aktivnosti | Provedena su istraživanja preferencija ciljanih tržišta, zadovoljstva gostiju, lokalne zajednice i dionika u turizmu Međimurske županije. |
| Ciljevi aktivnosti | Povećati efikasnost marketinških aktivnosti na ciljanim tržištima. |
| Ciljevi aktivnosti | Povećati efikasnost marketinških aktivnosti na ciljanim tržištima |
| KPI | Izrađeni i javnosti prezentirani rezultati ETIS istraživanja. |
| Troškovi (EUR) | 4.000,00 |
| Naziv aktivnosti | 1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti |
| Opis provedenih aktivnosti | Prikupljani su podaci potrebni za mjerenje učinaka postavljenog brend-koncepta te njegove primjene kroz promocijske alate. |
| Ciljevi aktivnosti | Optimiziranje učinaka sredstava namijenjenih turističkoj promociji. |
| KPI | Izrađen 1 dokument s valorizacijom efekata provedenih aktivnosti komunikacija i oglašavanja. |
| Troškovi (EUR) | 0,00 (Realizirano kroz aktivnosti zaposlenih u Uredu). |

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

| | |
|----------------------------|--|
| Naziv aktivnosti | 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda |
| Opis provedenih aktivnosti | Provedeno je sveobuhvatno sagledavanje i vrednovanje cjelovite resursne osnove Međimurske županije, uključujući afirmirane i neafirmirane lokalitete. Uspostavljen je digitalni katastar i atlas županijske resursno-atraktivne osnove koji služi kao središnja baza podataka za okolišno odgovoran i resursno utemeljen razvoj turizma. |
| Ciljevi aktivnosti | Uspostavljanje digitalnog registra/kataloga prirodne i kulturne baštine te druge resursno atraktivne osnove destinacije. |
| KPI | Aktivna i ažurirana 1 digitalna baza resursno atraktivne osnove dostupna korisnicima. |
| Troškovi (EUR) | 0,00 (Aktivnost je realizirana bez izravnih dodatnih troškova u 2025. godini u sklopu izrade PUD i aktivnošću zaposelnih u Uredi TZMŽ.) |
| Naziv aktivnosti | 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda |
| Opis provedenih aktivnosti | Nastavljena je suradnja s međunarodnom oznakom održivosti Green Destinations te je provedena recertifikacija destinacije. Provedene su evaluacije ugostiteljskih objekata za oznaku „Okusi Tradicije Međimurja“ Pružena je podrška radu Eko regije Međimurje unutar mreže Bio District. |
| Ciljevi aktivnosti | Daljnje unaprjeđenje sustava prepoznatljive kvalitete usluga visoke dodane vrijednosti i tržišne prepoznatljivosti kao održive destinacije i destinacije kvalitetne gastronomske ponude. |
| KPI | <ul style="list-style-type: none"> • Produžen Green Destinations certifikat održivosti. • 8 restorana upisanih u vodič Okusi tradicije Međimurja. • Međimurska županija proglašena je Eko regijom |
| Troškovi (EUR) | 28.338,89 |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Naziv aktivnosti | 2.3. Podrška razvoju turističkih događaja |
| Opis provedenih aktivnosti | Proveden je javni poziv za dodjelu potpora organizatorima manifestacija. Financijski je podržano 50 događanja . TZMŽ suorganizirala je festivale: Urbanovo i biciklističke utrke C2C. |
| Ciljevi aktivnosti | Porast kvalitete sadržaja i organizacijskih kapaciteta organizatora te povećanje prepoznatljivosti Međimurja kao cjelogodišnje destinacije. |
| KPI | Proveden 1 javni poziv i održana 2 turistička događanja u suorganizaciji TZMŽ. |
| Troškovi (EUR) | 87.375,87 |
| Naziv aktivnosti | 2.4. Turistička infrastruktura – Program Ekomuzej Međimurje |
| Opis provedenih aktivnosti | Izvršeno je održava bike odmorišta. Započeta je aktivnost osuvremenjen je postav Centra za posjetitelje Ekomuzeja Međimurje novim multimedijalnim rješenjima i osvježeni sadržaji na postječim aplikacijama koja se finalizirala početkom 2026.g. |
| Ciljevi aktivnosti | Povećati kvalitetu, prepoznatljivost i vidljivost proizvoda kulturnog turizma MŽ, posebice Ekomuzeja. |
| KPI | Uvedena 1 tehnološka inovacija |
| Troškovi (EUR) | 6.336,25 |
| Naziv aktivnosti | 2.5. Podrška turističkoj industriji |
| Opis provedenih aktivnosti | Sufinancirana je provedbi OMP MVC te rad Hortus Croatiae i Udruge turističkih vodiča te aktivnosti održavanja staza Camino Međimurje i Kreni cipelcugom |
| Ciljevi aktivnosti | Unaprjeđenje eno ponude i razvoj pješačkog turizma. |
| KPI | Porast kvalitete turističke interpretacije i aktivnog odmora. |
| Troškovi (EUR) | 1.683,33 |

| | |
|----------------------------|--|
| Naziv aktivnosti | 2.6. Provedba projekata sufinanciranih iz EU fondova |
| Opis provedenih aktivnosti | <p>„IBC“ (Interreg Danube): Provedena je valorizacija prirodnih i kulturnih dobara kroz razvoj inkluzivnih biciklističkih programa obilaska s fokusom na srebrnu dobnu skupinu i ranjive skupine.</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Space 4 all“ (Interreg CE): Unaprijeđen je pristupačan turizam razvojem specifičnih turističkih paketa za osobe s invaliditetom u ruralnim područjima. • „Zlatarske avanture“ (Interreg SI/HR): Kreirani su i testirani paketi za aktivni odmor temeljeni na zlatarskoj tradiciji te su izrađeni pripadajući promotivni materijali. • „Amazon of Europe“ (Interreg HU/HR): Izvedene su kativnsoti projektnog menadžmenta i koordinacija s pratnerima. • NPOO „Dvorac Feštetić“ i „ Palača Međimruske popevke“ - sudjelovanje na koordinacijama projektnog tima te prirpema dokumentacije za provedbu nabave. |
| Ciljevi aktivnosti | Jačanje kapaciteta dionika, razvoj pristupačnog turizma i povećanje posjećenosti kulturne baštine. |
| KPI | Povećana vidljivost baštine i aktivnog odmora te diverzifikacija turističke ponude. |
| Troškovi (EUR) | 73.569,72 |

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

| | |
|----------------------------|--|
| 3.1. | Definiranje brending sustava i bend arhitekture |
| Opis provedenih aktivnosti | Provedeno je definiranje ključnih elemenata brend-koncepta „Međimurje – doŽIVI zeleno“. Uspostavljeni su ikone, simboli i mitovi destinacije. Identificirani su i angažirani ambasadori destinacijskog brenda koji su komunicirani prema ciljanim tržištima. |
| Ciljevi aktivnosti | Uspostavljanje ključnih odrednica konkurentnog brend-koncepta Međimurja. |
| KPI | Identificirane i u javnost komunicirane brend konstante te angažirana najmanje dva ambasadora međimurskog turizma. |
| Troškovi (EUR) | 0,00 (Realizirano kroz aktivnsoti zaposlenih u Uredu). |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Naziv aktivnosti | 3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda |
| Opis provedenih aktivnosti | Provedene su opsežne oglasne kampanje u offline i online medijima na domaćem i stranim tržištima (primarno Hrvatska i Slovenija). Fokus kampanja bio je na održivom, zelenom i društveno odgovornom turizmu te enogastronomiji. Provedene su i regionalne kampanje edukacije javnosti o održivom turistu. |
| Ciljevi aktivnosti | Porast opće tržišne prepoznatljivosti destinacije i fizičkih pokazatelja turističkog prometa (dolazaka i noćenja). |
| KPI | Provedene kampanje za ciljana tržišta, porasla prepoznatljivost zelene destinacije, rast dolazaka za 5% i noćenja za 3%. |
| Troškovi (EUR) | 273.363,02 |
| Naziv aktivnosti | 3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR |
| Opis provedenih aktivnosti | Realizirana je suradnja s vanjskim suradnicima za podizanje vidljivosti u nacionalnim medijima: Distribuirani su PR materijali, organizirane tiskovne konferencije te su provedena studijska putovanja za domaće i strane predstavnike medija (novinare) uz pokrivanje troškova transfera, vođenja i ugostiteljskih usluga. |
| Ciljevi aktivnosti | Poboljšanje dvosmjerne komunikacije s javnostima i povećanje motivacije novinara za pisanje o ponudi destinacije. |
| KPI | Prikupljen press clipping i realiziran prihvata minimalno 20 novinara u destinaciji. |
| Troškovi (EUR) | 22.655,25 |
| Naziv aktivnosti | Marketinške i poslovne suradnje |
| Opis provedenih aktivnosti | Planirano je uspostavljanje Hop on hop off busne linije. |
| Ciljevi aktivnosti | Povećanje unutar županijske mobilnosti gostiju. |
| KPI | Atativnost nije provedena zbog nedostatka sredstava. |
| Troškovi (EUR) | 0,00 |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Naziv aktivnosti | 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice |
| Opis provedenih aktivnosti | Uspješno su realizirani nastupi, prezentacije i poslovni susreti na ključnim emitivnim tržištima. Destinacija je predstavljena na sljedećim međunarodnim i domaćim sajmovima i događanjima: <ul style="list-style-type: none"> • Alpe Adria i Wine&Walk (Ljubljana) • Fiera del grande Cammino (Milano) • Fiera del cicloturismo (Bologna) • Turistička burza Put (Zagreb) • Seoul International Travel Fair (Seul) i Osaka Expo (Osaka) • Festival Okusi Mediterana (Mali Lošinj) • Musikverein Beč – svečani koncert posvećen Međimurskoj popevki. |
| Ciljevi aktivnosti | Porast tržišne prepoznatljivosti, vidljivosti destinacije i direktna prodaja turističkih proizvoda. |
| KPI | Nastup na 7 turističkih poslovnih skupova. |
| Troškovi (EUR) | 139.994,07 |
| Naziv aktivnosti | 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja |
| Opis provedenih aktivnosti | Organizirani su programi za studijska putovanja turoperatora i agenata : 6 iz Nizozemske, 24 iz Slovenije, 2 iz Srbije. Realizirana je suorganizacija Turističke burze „Put“ u suradnji s agencijom Vall042 i UHPA-om, uz sufinanciranje transfera, posebnih programa i ugostiteljskih usluga za 100 agenata i drugih sudionika iz Hrvatske, Slovenije, Srbije, BiH, Slovačke. |
| Ciljevi aktivnosti | Povećanje poznavanja destinacije i motivacije agenata za uključivanje međimurskih proizvoda u prodajne kanale. |
| KPI | Opservirano 30 putničkih agencija s programima upoznavanja destinacije. |
| Troškovi (EUR) | 26.961,55 |
| Naziv aktivnosti | 3.7. Kreiranje promotivnih materijala |
| Opis provedenih aktivnosti | Sukladno standardima brendinga i potrebama promocije na domaćem i stranim tržištima, kreiran je i distribuiran širok spektar promotivnih materijala: <ul style="list-style-type: none"> • Tiskani materijali (16.591 kom): Uključuje turističke karte (6.000), turističke vodiče (4.000), letke (Jazz u vinogradu, Popevka, opći - ukupno 3.900), plakate i bannere (306), |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | <p>oznake Camino (300), promotivne brošure (2.085) te kalendare (100).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tekstilni materijali (2.101 kom): Obuhvaća majice s tiskom, polo i biciklističke majice (821), pamučne vrećice i torbe (900), biciklističke kape (200) te kuhinjske krpe iz linije OKUSI (180). • Suveniri i promo artikli (5.320 kom): Uključuje rokovnike (2.000), kemijske olovke (2.000), suvenire s pijeskom i zlatom (1.000) te keramičke zdjelice iz linije OKUSI (320). |
| Ciljevi aktivnosti | Povećanje kvalitete sadržaja i vidljivosti destinacije na web i tiskanim platformama. |
| KPI | Kreirano, izrađeno i distribuirano preko 24.000 kom promo materijala. |
| Troškovi (EUR) | 94.514,97 |
| Naziv aktivnosti | 3.8. Razvoj i ažuriranje Destinacijskog informacijskog sustava |
| Opis provedenih aktivnosti | Realizirano je održavanje i ažuriranje centralnog portala visitmedimurje.com kao ključnog alata e-marketinga., te poslovnog weba www.tzm.hr , stranica eventinfo.com te profila na društvenim mrežama (FB, Instagram, YT). |
| Ciljevi aktivnosti | Povećati broj korisnika DIS sustava i razinu informiranosti potencijalnih posjetitelja. |
| KPI | Porast broja jedinstvenih korisnika za 30% u odnosu na 2024.g |
| Troškovi (EUR) | 41.389,54 |
| Naziv aktivnosti | 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka |
| Opis provedenih aktivnosti | Kontinuirano je provođeno prikupljanje i obrada podataka o ponudi i potražnji destinacije. Izvršen je otkup novih fotografija i video materijala koji su stavljani na raspolaganje medijima i dionicima putem digitalnog stocka na službenim stranicama. |
| Ciljevi aktivnosti | Osiguravanje ažurnih podataka za upravljanje destinacijom i kvalitetnih vizualnih materijala za promociju. |
| KPI | Javno dostupna ažurna baza podataka. |
| Troškovi (EUR) | 0,00 (Realizirano kroz aktivnosti zaposlenih u Uredu). |

| | |
|----------------------------|---|
| Naziv aktivnosti | 3.10. Turističko-informativne aktivnosti i signalizacija |
| Opis provedenih aktivnosti | Koordiniran je rad 7 županijskih TIC-eva uz edukaciju informatora. Provedeno je održavanje turističke (smeđe) signalizacije i bike odmorišta, uključujući izradu studije obnove, postavljanje novih putokaza i info tabli te zamjenu dotrajalih oznaka. |
| Ciljevi aktivnosti | Porast kvalitete informiranosti gostiju i poboljšanje stanja signalizacije u destinaciji. |
| KPI | Pružene informacije za cca 100.000 turista. |
| Troškovi (EUR) | 19.700,00 |

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

| | |
|----------------------------|---|
| Naziv aktivnosti | 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor |
| Opis provedenih aktivnosti | Aktivno se sudjelovalo u razvoju i ažuriranju podataka sustava eVisitor sukladno zahtjevima HTZ-a. Provedeno je redovito prikupljanje informacija, kontrola ispravnosti unesenih podataka te pružanje stručnih uputa i podrške direktnim korisnicima – smještajnim objektima na području županije. |
| Ciljevi aktivnosti | Osiguravanje pravodobnih i kvalitetnih podataka za praćenje dolazaka i noćenja te upravljanje destinacijom i naplatu turističke pristojbe. |
| KPI | Nesmetano i kvalitetno funkcioniranje sustava eVisitor na razini cijele destinacije. |
| Troškovi (EUR) | 0,00 (Realizirano kroz aktivnosti zaposlenih u Uredu). |
| Naziv aktivnosti | 4.2. Stručni skupovi i edukacije |
| Opis provedenih aktivnosti | Proveden je ciklus edukacija za podizanje kompetencija turističkih djelatnika (TZMŽ i LTZ) na temelju ankete o prioritetnim temama. Organizirane su radionice sa stručnjacima, izrađeni digitalni edukacijski materijali te je realizirano benchmarking studijsko putovanje. Suorganizirana je međunarodna konferencija o održivom turizmu te znanstveno-stručna konferencija o ruralnom razvoju u suradnji s VIMAL akademijom. |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Naziv aktivnosti | 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije / eVisitor |
| Ciljevi aktivnosti | Podizanje razine kompetencija i vještina zaposlenih u sustavu TZ-a i dionika iz komercijalnog sektora. |
| KPI | Realizirano 5 edukativnih radionica, 1 studijsko putovanje za dionike te 2 međunarodna stručna skupa. |
| Troškovi (EUR) | 12.892,11 |
| Naziv aktivnosti | 4.3. Koordinacija i nadzor |
| Opis provedenih aktivnosti | Proveden je nadzor i koordinacija rada lokalnih turističkih zajednica (LTZ) u skladu sa Zakonom. Aktivnosti su obuhvaćale usklađivanje planova rada te nadzor planskih i izvještajnih dokumenata. Pružena je podrška LTZ-ovima u pripremi projekata za sufinanciranje iz Fonda za turistički nerazvijena područja. |
| Ciljevi aktivnosti | Osigurati zakonitost, efikasnost i kvalitetu rada cjelokupnog sustava turističkih zajednica Međimurske županije. |
| KPI | Usvojeni planski i izvještajni dokumenti sustava TZ-a te uspješno provedeni projekti sufinancirani iz nacionalnih fondova. |
| Troškovi (EUR) | 0,00 (Realizirano kroz aktivnosti zaposlenih u Uredu) |
| Naziv aktivnosti | 4.4. Upravljanje kvalitetom destinacije |
| Opis provedenih aktivnosti | Nastavljena je primjena modela praćenja kvalitete ETIS (European Tourist Indicator System) . Rezultati mjerenja su javno prezentirani dionicima i objavljeni na službenim web stranicama TZMŽ. |
| Ciljevi aktivnosti | Unaprjeđenje procesa održivog upravljanja destinacijom na temelju mjerljivih pokazatelja. |
| KPI | Javno prezentirani pokazatelji za 2024. godinu s usporedbom napretka od 2017. godine; osigurani kvalitetni inputi za strateško planiranje. |
| Troškovi (EUR) | 4.000,00 |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Naziv aktivnosti | 4.5. Poticanje na razvoj turistički nerazvijenih područja i očuvanje okoliša |
| Opis provedenih aktivnosti | TZMŽ je aktivno sudjelovala u procesima izrade prostornih planova i propisa. Proveden je nagradni natječaj za najuređenije okućnice i okoliš ugostiteljskih objekata u suradnji s regionalnim medijima, čime je potaknuta senzibilizacija lokalne javnosti za očuvanje ambijentalnih vrijednosti. |
| Ciljevi aktivnosti | Osiguravanje kontinuiranog održivog razvoja i povećanje estetske/ambijentalne privlačnosti turističkih naselja Međimurja. |
| KPI | Aktivna uključenost u razvojno planiranje na razini županije i uspješno provedena akcija uređenja okoliša. |
| Troškovi (EUR) | 53,00 (troškovi su veći dijelom iskazani u sklopu 3.2. oglašavanje) |

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAM

| | |
|-----------------------------------|--|
| Naziv aktivnosti | 5. Članstvo u strukovnim organizacijama |
| Opis provedenih aktivnosti | Turistička zajednica Međimurske županije nastavila je svoje djelovanje kao pridružena članica Svjetske turističke organizacije (UNWTO), koristeći globalne statističke podatke i primjere najbolje prakse za razvoj održivog turizma. Također, održano je aktivno članstvo i sudjelovanje u radu Upravnog odbora i Skupštine LAG-a „Međimurski bregi i doli“ te suradnja s Udrugom turističkih novinara RH (FIJET Hrvatska). Članstvo u ovim organizacijama značajno pridonosi rejtingu i međunarodnoj poziciji destinacije. |
| Ciljevi aktivnosti | Podizanje rejtinga i vidljivosti Međimurja na međunarodnoj razini kao „boutique“ destinacije održivog turizma te postizanje sinergije s lokalnim dionicima ruralnog razvoja. |
| KPI | Aktivno članstvo u tijelima UNWTO, LAG-a i FIJET Hrvatska. |
| Troškovi (EUR) | 3.055,00 |

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

| | |
|-----------------------------------|---|
| Naziv aktivnosti | 6.1. Plaće |
| Opis provedenih aktivnosti | Isplaćene su bruto plaće u iznosu 192.2781,35 eur za 4 zaposlenika Stručne službe TZMŽ, uključujući sve pripadajuće naknade sukladno Pravilniku o radu. Zbog izrazitog angažmana na međunarodnim projektima, 60% bruto plaća financirano je iz sredstava EU projekata. Tijekom godine realizirano je i planirano zapošljavanje djelatnika na radnom mjestu informatorice. |
| Ciljevi aktivnosti | Osigurati efikasno i ekspeditivno djelovanje TZMŽ i izvršavanje Programa rada. |
| KPI | Kvalitetno proveden godišnji Program rada uz adekvatnu kadrovsku opremljenost. |
| Troškovi (EUR) | 192.271,35 |
| Naziv aktivnosti | 6.2. Materijalni troškovi |
| Opis provedenih aktivnosti | Podmireni su svi operativni troškovi ureda: režije, uredski materijal, komunikacijske usluge, leasing službenog automobila te troškovi službenih putovanja. Realizirani su i troškovi revizije, knjigovodstvenih usluga, osiguranja i održavanja opreme. |
| Ciljevi aktivnosti | Osigurati nesmetano tehničko i administrativno funkcioniranje ureda TZMŽ. |
| KPI | Kvalitetno i pravovremeno izvršavanje svih administrativnih i operativnih zadataka. |
| Troškovi (EUR) | 41.389,16 |
| Naziv aktivnosti | 6.3. Tijela turističke zajednice |
| Opis provedenih aktivnosti | Isplaćene su naknade članovima Turističkog vijeća i Skupštine za sudjelovanje na sjednicama i troškovi prijevoza. Rad tijela bio je usmjeren na donošenje ključnih odluka za funkcioniranje zajednice. |
| Ciljevi aktivnosti | Osigurati zakonito i transparentno upravljanje TZMŽ-om. |
| KPI | Održane 5 sjednica Vijeća i 4 sjednice Skupštine |
| Troškovi (EUR) | 563,60 |

9. FONDOVI POSEBNE NAMJENE (Potpore LTZ-ima)

| | |
|-----------------------------------|---|
| Naziv aktivnosti | 9. Fondovi posebne namjene (Potpore LTZ) |
| Opis provedenih aktivnosti | Sukladno Pravilniku i kriterijima Javnog poziva Fonda za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu te Fonda za udruživanje, sufinancirano je ukupno 8 strateških projekata lokalnih turističkih zajednica: TZG Čakovec (40.000,00 €) za projekte „Čakovec – grad Jazza“ (30.000 €) i „Doba Zrinskih“ (10.000 €); TZG Prelog (60.000,00 €) za manifestaciju „Festival balona na vrući zrak“ (50.000 €) i razvoj projekta „Sportovi na vodi Grada Preloga“ (10.000 €); TZO Štrigova (46.582,00 €) za manifestaciju „Ljeto u Štrigovi 2025.“ (18.150 €) te završnu 3. fazu razvoja turističkog proizvoda „Svjetski centar pušipela“ (28.432 €); TZO Mura i gorice (50.000,00 €) za projekt „Osnivanje i opremanje Turističko informativnog centra (TIC)“ te TZO Srce Međimurja (40.000,00 €) za podršku organizaciji „Forestland festivala 2025“. Proveden je stručni nadzor nad namjenskim utroškom sredstava te evaluacija učinaka ovih projekata na lokalnu turističku ponudu. |
| Ciljevi aktivnosti | Potaknuti ravnomjerni razvoj turizma na području županije, ojačati kapacitete LTZ-ova te podržati ključne manifestacije i infrastrukturu koja generira nove motive dolaska posjetitelja. |
| KPI | Uspješno transferirane potpore za 8 ključnih projekata; osigurana kontrola namjenskog trošenja i vidljivost projekata sufinanciranih od strane TZMŽ. |
| Troškovi (EUR) | 236.582,00 |

5. TABLIČNI PRIKAZ FINANCIJSKOG IZVRŠENJA PROGRAMA RADA

PRIHODI

| Rb. | PRIHODI | PLAN 2025. | REBALANS | IZVRŠENJE 2025. | INDEKS 4/3 | % U STRUKTURI |
|-----|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | Izvorni prihodi | 114.000,00 | 115.000,00 | 118.863,72 | 103,36 | 11,28 |
| 1. | 1.1. Turistička pristojba | 60.000,00 | 60.000,00 | 61.080,14 | 101,80 | 5,80 |
| | 1.2. Članarina | 54.000,00 | 55.000,00 | 57.783,58 | 105,06 | 5,49 |
| 2. | Prihodi od vlastite djelatnosti | 1.000,00 | 16.584,60 | 17.832,60 | 107,53 | 1,69 |
| 3. | Prihodi iz proračuna Međimurske županije | 440.000,00 | 440.000,00 | 440.000,00 | 100,00 | 41,77 |
| 4. | Prihodi iz sustava turističkih zajednica | 300.000,00 | 263.593,55 | 263.593,55 | 100,00 | 25,02 |
| 5. | Prihodi iz EU fondova | 205.000,00 | 186.000,00 | 143.990,98 | 77,41 | 13,67 |
| 6. | Prihodi od ostalih trgovačkih društava | 2.000,00 | 40.000,00 | 40.000,00 | 100,00 | 3,80 |
| 7. | Preneseni prihod iz prethodne godine | 60.000,00 | 24.006,12 | 24.046,12 | 100,17 | 2,28 |
| 8. | Ostali prihodi | 1.000,00 | 5.006,25 | 5.007,24 | 100,02 | 0,48 |
| | SVEUKUPNO | 1.123.000,00 | 1.090.190,52 | 1.053.334,21 | 96,62 | 100,00 |

AKTIVNOSTI - IZDACI

| Rb. | RASHODI | PLAN 2025. | REBALANS | IZVRŠENJE 2025. | INDEKS 4/3 | % U STRUKTURI |
|-----|---|-------------------|-------------------|-------------------|---------------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE | 86.000,00 | 18.339,25 | 18.339,25 | 100,00 | 1,68 |
| 1. | 1.1. Izrada strateških komunikacijskih dokumenata | 70.000,00 | 14.339,25 | 14.339,25 | 100,00 | 1,32 |
| | 1.2. Istraživanje i analiza tržišta | 8.000,00 | 4.000,00 | 4.000,00 | 100,00 | 0,37 |
| | 1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti | 8.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA | 332.000,00 | 220.504,78 | 197.304,06 | 89,48 | 18,13 |
| 2. | 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda | 4.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda | 44.000,00 | 28.338,89 | 28.338,89 | 100,00 | 2,60 |
| | 2.3. Podrška razvoju turističkih događanja | 80.000,00 | 82.354,96 | 87.375,87 | 106,10 | 8,03 |
| | 2.4. Turistička infrastruktura | 25.000,00 | 6.336,25 | 6.336,25 | 100,00 | 0,58 |
| | 2.5. Podrška turističkoj industriji | 29.000,00 | 1.683,33 | 1.683,33 | 100,00 | 0,15 |
| | 2.6. Projekti sufinancirani iz EU fondova | 150.000,00 | 101.791,35 | 73.569,72 | 72,28 | 6,76 |
| | KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE | 473.000,00 | 590.549,12 | 618.578,40 | 104,75 | 56,83 |
| 3. | 3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture | 9.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | 3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda | 205.000,00 | 268.600,00 | 273.363,02 | 101,77 | 25,11 |
| | 3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR | 70.000,00 | 21.757,65 | 22.655,25 | 104,13 | 2,08 |
| | 3.4. Marketinške i poslovne suradnje | 7.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice | 50.000,00 | 126.069,32 | 139.994,07 | 111,05 | 12,86 |
| | 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja | 20.000,00 | 26.961,55 | 26.961,55 | 100,00 | 2,48 |
| | 3.7. Kreiranje promotivnog materijala | 50.000,00 | 87.160,60 | 94.514,97 | 108,44 | 8,68 |
| | 3.8. Razvoj i ažuriranje destinacijskog informativnog sustava | 25.000,00 | 40.300,00 | 41.389,54 | 102,70 | 3,80 |
| | 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka | 10.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | 3.10. Turističko-informativne aktivnosti | 27.000,00 | 19.700,00 | 19.700,00 | 100,00 | 1,81 |

| Rb. | RASHODI | PLAN 2025. | REBALANS | IZVRŠENJE 20025. | INDEKS 4/3 | % U STRUKT URI |
|--------|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------|----------------------|
| | DESTINACIJSKI MENADŽMENT | 25.000,00 | 17.042,37 | 17.042,37 | 100,00 | 1,57 |
| 4.1. | Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 4.2. | Stručni skupovi i edukacije | 23.000,00 | 12.989,37 | 12.989,37 | 100,00 | 1,19 |
| 4.3. | Koordinacija i nadzor | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 4.4. | Upravljanje kvalitetom u destinaciji | 1.000,00 | 4.000,00 | 4.000,00 | 100,00 | 0,37 |
| 4.5. | Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša | 1.000,00 | 53,00 | 53,00 | 100,00 | 0,00 |
| | ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA | 4.000,00 | 5.755,00 | 3.055,00 | 53,08 | 0,28 |
| 5.1. | Međunarodne strukovne i sl.organizacije | 3.000,00 | 5.600,00 | 2.900,00 | 51,79 | 0,27 |
| 5.2. | Domaće strukovne i sl.organizacije | 1.000,00 | 155,00 | 155,00 | 100,00 | 0,01 |
| | ADMINISTRATIVNI POSLOVI | 203.000,00 | 238.000,00 | 234.224,11 | 98,41 | 21,52 |
| 6.1. | Plaće | 150.000,00 | 197.000,00 | 192.271,35 | 97,60 | 17,66 |
| 6.1.1. | Bruto plaće-redovni program | 30.000,00 | 77.000,00 | 78.426,10 | 101,85 | 7,20 |
| 6.1.2. | Bruto plaće-EU projekti | 120.000,00 | 120.000,00 | 113.845,25 | 94,87 | 10,46 |
| 6.2. | Materijalni troškovi | 50.000,00 | 40.000,00 | 41.389,16 | 103,47 | 3,80 |
| 6.3. | Tijela turističke zajednice | 3.000,00 | 1.000,00 | 563,60 | 56,36 | 0,05 |
| 7. | REZERVA | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 8. | POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | SVEUKUPNO 1 | 1.123.000,00 | 1.090.190,52 | 1.088.543,19 | 99,85 | 100,00 |
| 9. | FONDOVI-posebne namjene | 240.000,00 | 220.494,42 | 220.494,42 | 100,00 | 0 |
| 9.1. | Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima | 240.000,00 | 220.494,42 | 220.494,42 | 100,00 | 0 |
| 9.2. | Fond za projekte udruženih turističkih zajednica | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0 |
| | SVEUKUPNO 2 | 240.000,00 | 220.494,42 | 220.494,42 | 100,00 | 0 |
| | TOTAL SVEUKUPNO 1+2 | 1.363.000,00 | 1.310.684,94 | 1.309.037,61 | 96,04 | 0 |

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik

Matija Posavec
Matija Posavec mag. ing.

Čakovcu, 17. ožujka 2026.g.
Broj: 66 /2026

