



PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM VARAŽDIN 2026. – 2030.

Srpanj | 2026

Naziv dokumenta:

Plan upravljanja destinacijom Varaždin 2026.-2030.

Naručitelj:

Turistička zajednica grada Varaždina



Ivana Padovca 3
42000 Varaždin, Hrvatska
info@tourism-varazdin.hr
+385 42 210 987

Izrađivač:



Mara d.o.o.
Trogirska 8, 42000 Varaždin
info@mara.hr, www.mara.hr

Sadržaj

1. Uvod	1
1.1. Svrha i značaj Plana upravljanja destinacijom	1
1.2. Metodologija izrade	2
1.3. Struktura dokumenta	5
2. Analiza stanja	6
2.1. Polazište i obuhvat	6
Obuhvat	7
Geografski položaj	9
Demografska slika	11
2.2. Javna turistička infrastruktura	14
2.3. Prometna infrastruktura	16
2.4. Komunalna infrastruktura	20
Energetska infrastruktura	20
Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta	22
Vodoopskrba i odvodnja	23
Gospodarenje otpadom	24
2.5. Analiza ponude i potražnje, organizacije te tržišne i zelene prisutnosti	26
Analiza organizacije	26
Analiza potražnje	29
Analiza ponude	37
Tržišna prisutnost i promocija	42
Održivost i zelena tranzicija	44
2.6. Analiza stanja digitalizacije	47
Infrastruktura digitalne tehnologije	47
Digitalni servisi i alati	48
Sigurnost i privatnost	49
Izazovi i preporuke za poboljšanje	50
2.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama	50
2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji	51
2.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala	54
2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti	56
2.11. Analiza tržišta	59
Analiza ciljnih tržišta	61
2.12. Analiza konkurencije	62

2.13. Analiza provedbe Strateškog plana razvoja turizma Grada Varaždina do 2020.....	67
3. Resursna osnova.....	71
Priroda i okoliš.....	71
Antropogena (Kulturna) baština.....	73
Manifestacije i ostale atrakcije.....	75
4. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda	76
5. Pokazatelji za praćenje razvoja i održivosti turizma.....	79
5.1. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti	79
Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom.....	79
Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom	81
Pristupačnost destinacije	83
Sigurnost destinacije	84
5.2. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na okolišne aspekte održivosti	86
Upravljanje vodnim resursima	86
Gospodarenje otpadom	87
Zaštita bioraznolikosti	89
Održivo upravljanje energijom.....	90
Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama	92
5.3. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na ekonomske aspekte održivosti	93
Turistički promet	93
Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu	95
5.4. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na prostorne aspekte održivosti destinacije i organizaciju turizma	97
Turistička infrastruktura	97
Održivo upravljanje destinacijom.....	100
Održivo upravljanje prostorom	101
5.5. Pregled pokazatelja održivosti s projekcijama do 2030. godine	102
6. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima.....	104
6.1. Razvojne potrebe i prilike - SWOT analiza.....	104
6.2. SWOT analiza turizma Varaždina.....	104
SWOT analiza u TOWS matrici.....	106
6.3. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma	109
Vizija i misija upravljanja turizmom grada Varaždina.....	111
6.4. Ciljevi razvoja turizma grada Varaždina	113
6.5. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta	114
6.6. Mjere i aktivnosti.....	116
7. Smjernice i preporuke za dionike razvoja.....	121

7.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave	121
7.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Varaždina	122
7.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji.....	123
8. Popis projekata.....	124
8.1. Projekti koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti .	125
8.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije	135
9. Mjerenje napretka i izvješće o provedbi	141
9.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom	141
9.2. Izvješće o provedbi.....	141
Popis izvora	143
Korištene kratice	147
Popis tablica	149
Popis slika	150

1. Uvod

Područje Turističke zajednice grada Varaždina, prema Indeksu turističke razvijenosti za 2024. godinu koji je objavio Institut za turizam (IZTZG), svrstano je u III. kategoriju turističke razvijenosti¹. Ova kategorija obuhvaća destinacije s još uvijek ograničenim stupnjem turističkog razvoja, ali istodobno sa značajnim potencijalom za daljnje unapređenje ponude i ostvarivanje održivog rasta.

Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23)², koji je na snazi od 1. siječnja 2024., sve destinacije treće kategorije obvezne su izraditi Plan upravljanja destinacijom kao temeljni strateški dokument. Njegova je svrha usmjeriti i koordinirati razvoj turizma u skladu s načelima održivosti, čime se osigurava planski, uključiv i odgovoran pristup razvoju destinacije.

Plan upravljanja destinacijom Varaždin (u daljnjem tekstu: Plan) predstavlja okvir za razvoj turizma koji daje jasne smjernice i prioritete, oslanjajući se na postojeće strateške i planske dokumente. Među njima posebno se izdvajaju Strategija razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine, Provedbeni program Grada Varaždina za razdoblje 2025. – 2029. godine kao njegov operativni instrument. Uvažavaju se i Strategija razvoja urbanog područja Varaždin za razdoblje 2021. – 2027. te Strategija razvoja kulture Grada Varaždina do 2030. godine, s obzirom na snažnu povezanost kulturnih sadržaja i manifestacija s turističkom ponudom. Nadalje, Plan se oslanja na prostorne planove (uključujući Generalni urbanistički plan – GUP) te sektorske dokumente poput Akcijskog plana energetske tranzicije i održive mobilnosti Grada Varaždina i Plana gospodarenja otpadom.

Posebna poveznica uspostavlja se i s dokumentima Varaždinske županije, osobito sa Strategijom razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025., kao i s nacionalnim strateškim dokumentima (ETD 2030, Tranzicijski put za turizam, Strategija održivog turizma RH do 2030.). Uz to, Plan uvažava prostorne planove, planove upravljanja kulturnom baštinom te relevantne sektorske politike u području gospodarstva, kulture, okoliša i održivog razvoja.

Na taj način Plan osigurava usuglašenost s višim razinama planiranja te istodobno prilagođenost specifičnostima grada Varaždina – destinacije bogate kulturne baštine, snažnog identiteta i visoke kvalitete života. Time se postavljaju čvrsti temelji za dugoročan, održiv i konkurentan razvoj turizma u gradu.

1.1. Svrha i značaj Plana upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom Varaždin za razdoblje 2026. – 2030. strateški je dokument koji usmjerava održivi i koordinirani razvoj turizma na području Grada Varaždina. Primarna svrha ovog Plana je osigurati da turistički razvoj grada bude u skladu s načelima održivosti te usklađen s postojećim strateškim dokumentima i propisima (prostorni planovi, planovi upravljanja kulturnom baštinom, itd.). Plan izrađuje Turistička zajednica grada Varaždina sukladno Zakonu o turizmu, što znači da služi kao temeljni okvir za donošenje odluka lokalnih i regionalnih vlasti te drugih nadležnih tijela u smjeru održivog razvoja turizma. Kroz ovaj Plan definiraju se smjernice i prioritete razvoja destinacije, uz naglasak na ravnotežu između potreba posjetitelja, dobrobiti lokalne zajednice i očuvanja prirodne i kulturne baštine.

Plan definira strateške smjernice, razvojne prioritete i provedbene okvire, uz poseban naglasak na:

- uravnoteženi odnos između potreba i očekivanja posjetitelja,

¹ Indeks turističke razvijenosti za 2024. godinu po JLS, RH; dostupno na: <https://www.iztg.hr/hr/itr/>

² Zakon o turizmu (NN 156/23)

- dobrobit i aktivno uključivanje lokalne zajednice,
- zaštitu i valorizaciju prirodne i kulturne baštine,
- podizanje kvalitete turističkih proizvoda i usluga.

Razvoj destinacije temelji se na trima međusobno povezanim strateškim ciljevima:

- Postati primjer dobre prakse u održivom, inovativnom i cjelovitom upravljanju turizmom.
- Dodatno ojačati imidž i turističku ponudu grada kreativnosti, glazbe, kulturne baštine i ugodnog domaćeg ambijenta.
- Unaprijediti turističku infrastrukturu, dostupnost i pristupačnost radi podizanja kvalitete i cjelokupnog doživljaja posjetitelja.

Učinkovito planiran i dosljedno proveden sustav upravljanja destinacijom pridonosi jačanju konkurentnosti Varaždina na nacionalnom i međunarodnom turističkom tržištu, uz istodobno generiranje pozitivnih društvenih, gospodarskih i okolišnih učinaka. Održivi turistički razvoj potiče investicije, unaprjeđuje javnu i komunalnu infrastrukturu, jača lokalno poduzetništvo te doprinosi stvaranju kvalitetnijeg i otpornijeg urbanog okruženja, uz očuvanje autentičnosti i identiteta destinacije za buduće generacije.

1.2. Metodologija izrade

Plan obuhvaća analizu trenutnog stanja, popis resursa, obvezne indikatore održivosti na razini destinacije, razvojne smjernice te mjere i aktivnosti nužne za njihovo ostvarenje. Također, Plan uključuje prijedloge za smjernice i preporuke usmjerene na razvoj ili unapređenje destinacije, popis projekata koji će doprinijeti provedbi mjera potrebnih za postizanje održivosti, kao i projekte od posebnog značaja za daljnji razvoj destinacije.

Izrada Plana odvija se kroz nekoliko faza³:

- Pokretanje procesa izrade Plana – formalno pokretanje i okupljanje ključnih dionika od strane Turističke zajednice grada Varaždina.
- Izrada prijedloga Plana – izrada radne verzije dokumenta uz prikupljanje podataka i konzultacije s dionicima.
- Provođenje javnog savjetovanja – uključivanje šire javnosti i zainteresiranih strana kroz javnu raspravu o prijedlogu Plana.
- Donošenje odluke Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Varaždina o upućivanju prijedloga Plana na usvajanje predstavničkom tijelu.
- Usvajanje Plana od strane Gradskog vijeća Grada Varaždina.
- Objava Plana u službenom glasniku Grada Varaždina te na internetskim stranicama Turističke zajednice grada Varaždina.
- Dostava popisa projekata Ministarstvu turizma i sporta Republike Hrvatske.

Metodološki pristup izradi Plana temelji se na načelima participativnosti, transparentnosti i interdisciplinarnosti. Aktivno uključivanje dionika osigurano je kroz strukturirane intervjue, radionice, fokus-grupe i javne rasprave. U izradu su bili uključeni predstavnici javnog sektora, obrazovnih i kulturnih ustanova, turističkih subjekata, civilnog društva i stručnjaci iz relevantnih područja, čime je zajamčena raznolikost perspektiva i visok stupanj usklađenosti Plana sa stvarnim potrebama i potencijalima grada Varaždina.

³ Izrada i usvajanje plana upravljanja destinacijom, Faze izrade i usvajanja, Članak 5.- Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom

Plan je izrađen u skladu s nacionalnim Smjernicama za upravljanje turističkim destinacijama te Pravilnikom o metodologiji izrade Plana upravljanja destinacijom (NN 112/24)⁴, a dodatno je prilagođen specifičnostima grada Varaždina, koji prema razvrstavanju spada u III. razinu turističke razvijenosti. Sukladno tome, pojedini elementi metodologije, namijenjeni isključivo destinacijama višeg ranga razvijenosti, nisu primjenjivani.

Konačni cilj ovog Plana jest uspostava čvrstih temelja za dugoročan, uključiv i održiv turistički razvoj Varaždina – grada bogate kulturne baštine, visoke kvalitete života i iznimnog turističkog potencijala – kroz jasno definirane strateške prioritete, odgovornu valorizaciju resursa te učinkovitu koordinaciju svih dionika u destinaciji.

Slika 1. Shematski prikaz postupka izrade i usvajanja Plana upravljanja destinacijom Varaždin



Izvor: Smjernice i obrada autora⁵

Ključni dionici

U izradu Plana uključeni su relevantni dionici iz javnog i privatnog sektora koji imaju različite uloge i interese u razvoju turizma. Među njima se nalaze:

- jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave,
- javne ustanove i trgovačka društva u vlasništvu jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave te Republike Hrvatske,
- udruge koje aktivno sudjeluju u kreiranju destinacijske vrijednosti,
- nadležna tijela za prostorno planiranje, zdravstvo i kulturu,
- te ostali dionici značajni za planiranje razvoja turizma u destinaciji.

Upravljanje turističkom destinacijom Varaždin temelji se na partnerskom, transparentnom i koordiniranom djelovanju širokog spektra dionika. Uspješno upravljanje zahtijeva multisektorski pristup u kojem različiti akteri preuzimaju aktivnu ulogu u planiranju, implementaciji i evaluaciji mjera održivog razvoja turizma. Takav pristup omogućuje usklađivanje interesa, potiče inovacije i jača otpornost destinacije na izazove.

Ključni dionici koji su sudjelovali u izradi Plana, a ujedno će biti nositelji njegove provedbe, navedeni su u nastavku zajedno s opisom njihovih uloga u upravljanju destinacijom Varaždin:

Tablica 1. Ključni dionici i njihove uloge u upravljanju destinacijom Varaždin

Dionik	Uloga u upravljanju destinacijom
--------	----------------------------------

⁴ Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, Narodne novine, br. 112/2024, Ministarstvo turizma i sporta. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2024_09_112_1890.html

⁵ Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom, rujan 2024., dostupno na: mint.gov.hr.

Gradonačelnik Grada Varaždina	Osigurava političku podršku, stratešku koordinaciju te donošenje odluka u skladu s ciljevima održivog razvoja. Predstavlja ključnog nositelja lokalne politike i glavnog zagovornika turističkih inicijativa na regionalnoj i nacionalnoj razini.
Turistička zajednica grada Varaždina	Ima operativnu, koordinacijsku i komunikacijsku ulogu u destinacijskom menadžmentu. Zadužena je za promociju i brendiranje destinacije, razvoj turističkih proizvoda, koordinaciju aktivnosti dionika te provedbu akcijskog plana i praćenje zadanih indikatora održivosti.
Upravni odjel za gospodarske djelatnosti Grada Varaždina	Predlaže i provodi strategije i planove razvoja na razini Grada te aktivno surađuje s Turističkom zajednicom grada Varaždina, ugostiteljsko-hotelijerskim i drugim organizacijama. Daje smjernice za unapređenje turizma te sudjeluje u organizaciji gospodarskih i turističkih manifestacija. Potiče održivost, poduzetništvo, razvoj investicijskog okruženja i unapređenje poduzetničke infrastrukture u Gradu.
Komunalna poduzeća (npr. Čistoća d.o.o., Varkom d.o.o., Parkovi)	Osiguravaju komunalnu, vodnu i zelenu infrastrukturu u gradu. Upravlja otpadom, vodom i javnim površinama te provode mjere vezane uz čistoću, uređenost i funkcionalnost javnih prostora važnih za doživljaj turista.
Javna vatrogasna postrojba Grada Varaždina i Dobrovoljna vatrogasna društva (DVD)	Sudjeluju u operativnoj sigurnosti destinacije. Pružaju logističku podršku tijekom javnih manifestacija i uključeni su u krizno upravljanje za vrijeme pojačanih turističkih aktivnosti.
Lokalni OPG-ovi, vinari i proizvođači	Kreiraju autentične gastronomske i enološke proizvode te doprinose razvoju ruralnog i eno-gastro turizma. Njihova ponuda čuva lokalnu tradiciju i jača identitet destinacije, obogaćujući doživljaj posjetitelja.
Privatni iznajmljivači i vlasnici domaćinstava	Osiguravaju smještajnu ponudu s lokalnim karakterom te pridonose autentičnosti doživljaja posjetitelja. Njihova uključenost ključna je za disperziju koristi od turizma unutar lokalne zajednice.
Udruge civilnog društva (kulturne, ekološke, sportske, društvene)	Potiču participaciju građana u razvoju turizma i provode kulturne, edukativne i ekološke projekte. Aktivne su u zaštiti okoliša i promociji zdravog načina života te osiguravaju društvenu održivost turističkog razvoja.
Obrazovne institucije (osnovne i srednje škole, Pučko otvoreno učilište, Sveučilište Sjever)	Imaju edukativnu i istraživačku ulogu. Sudjeluju u razvijanju kompetencija budućih turističkih djelatnika te provode istraživanja i edukacije u skladu s principima održivog turizma, čime doprinose kadrovskom i inovacijskom potencijalu destinacije.
Lokalni poduzetnici (ugostitelji, turističke agencije, organizatori aktivnosti na otvorenom i sl.)	Kreiraju ponudu aktivnosti, događanja, gastronomije i dodatnih usluga koje čine okosnicu doživljajne ponude destinacije. Njihova suradnja i ulaganje u održive poslovne modele ključni su za razvoj konkurentnih turističkih proizvoda.
Regionalne i nacionalne institucije (npr. Regionalna energetska agencija Sjever (REA Sjever), JU Priroda Varaždinske županije, Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska gospodarska komora)	Pružaju stručnu, financijsku i administrativnu podršku destinaciji. Koordiniraju strateške procese, osiguravaju usklađenost lokalnih inicijativa s nacionalnim politikama te posreduju u korištenju dostupnih fondova i programa za razvoj turizma.

Izvor: Obrada autora na temelju analize relevantnih dionika destinacije, službenih podataka Turistička zajednica grada Varaždina i Grad Varaždin te važećeg institucionalnog okvira upravljanja turizmom

Uloga dionika u provedbi održivog turizma

Uspješna provedba Plana zahtijeva:

- Međusektorsku suradnju - usklađeno djelovanje javnog, privatnog i civilnog sektora
- Jasnu podjelu odgovornosti - definiranje tko je nositelj, a tko podržavatelj pojedine aktivnosti
- Redovitu komunikaciju i participaciju - otvoreni dijalog kroz savjetovanja, radionice i forume
- Praćenje i evaluaciju - transparentno mjerenje učinaka i kontinuirano prilagođavanje mjera

Primjenom ovakvog modela upravljanja, Grad Varaždin gradi inkluzivnu i otpornu destinaciju u kojoj su interesi lokalne zajednice, zadovoljstvo posjetitelja i očuvanje prirodnog okoliša međusobno usklađeni. Time se osiguravaju dugoročna održivost, visoka kvaliteta života stanovnika i konkurentnost destinacije na turističkom tržištu.

1.3. Struktura dokumenta

Plan upravljanja destinacijom izrađen je u skladu sa Smjernicama za izradu Plana upravljanja destinacijom (NN 112/24)⁶ i temelji se na logičnom slijedu koraka prikazanih na slici 2. Struktura dokumenta omogućuje jasan i pregledan prikaz cjelokupnog procesa – od polaznih informacija o destinaciji, preko analize resursa i definiranja razvojnih prioriteta, pa sve do konkretnih projekata i sustava praćenja provedbe.

Plan je oblikovan tako da se svaki korak gradi na prethodnome, čime se osigurava usklađenost analitičkih nalaza, strateških ciljeva i praktičnih mjera. Na taj se način dokument ne promatra samo kao strateški okvir, već i kao operativni alat koji povezuje viziju razvoja turizma Varaždina s jasnim smjernicama, aktivnostima i mehanizmima praćenja.

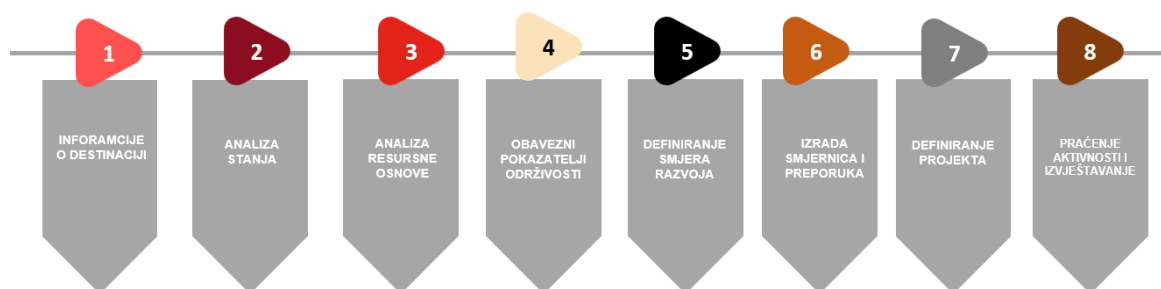
Struktura dokumenta Plana upravljanja destinacijom Varaždin obuhvaća sljedeće korake:

1. Informacije o destinaciji - sadrži osnovne informacije o destinaciji, uključujući geografski položaj, povijesno-kulturni kontekst i ključne atrakcije te infrastrukturu koja definira identitet Varaždina.
2. Analiza stanja i definicija područja obuhvata - uključuje detaljnu analizu postojećeg stanja destinacije (demografskog, gospodarskog, infrastrukturnog i institucionalnog okruženja) te jasnu definiciju prostornog obuhvata Plana upravljanja destinacijom.
3. Analiza resursne osnove - obuhvaća sustavnu analizu prirodnih i antropogenih resursa (kulturna baština, priroda, manifestacije i turistička infrastruktura) te njihov potencijal za razvoj i valorizaciju u turističkoj ponudi.
4. Pokazatelji održivosti – prikazuje metodologiju prikupljanja podataka i obvezne pokazatelje održivosti turizma u destinaciji sukladno zakonodavstvu, uključujući društvene, okolišne i ekonomske aspekte, za praćenje utjecaja turizma na destinaciju.
5. Razvojni smjer (ciljevi, prioriteti, mjere) – definira dugoročnu viziju razvoja destinacije, strateške ciljeve, prioritete i razvojne mjere potrebne za njihovo ostvarenje.
6. Smjernice i preporuke – donosi praktične smjernice i preporuke za sve ključne dionike (lokalnu upravu, turističke organizacije i privatni sektor) u svrhu koordiniranog unapređenja turističke ponude i upravljanja destinacijom.

⁶ Ministarstvo turizma i sporta RH, Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom (rujan 2024.). Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocImages/2024_dokumenti/240927_pravni_smjernice.pdf

7. Projekti i aktivnosti – prikazuje konkretne planirane projekte i aktivnosti koji su usklađeni s definiranim mjerama i koji doprinose ostvarenju razvojnih ciljeva te održivosti destinacije.
8. Praćenje aktivnosti i izvještavanje – obuhvaća sustav praćenja provedbe Plana, evaluaciju uspješnosti projekata i mjera te redovito izvještavanje o napretku prema postavljenim pokazateljima održivosti.

Slika 2. Shematski prikaz strukture dokumenta



Izvor: obrada autora

2. Analiza stanja

2.1. Polazište i obuhvat

Plan upravljanja destinacijom Varaždin temelji se na detaljnoj analizi postojećeg stanja turizma, koja je oblikovana na temelju opsežnih, relevantnih i ažuriranih podataka. Analiza ukazuje na ključne gospodarske, ekološke, klimatske, demografske i socijalne izazove s kojima se Grad Varaždin trenutno suočava.

Prikupljeni podaci analizirani su primjenom osnovnih statističkih metoda te su jasno prikazani pomoću grafičke, tablične i kartografske vizualizacije, što omogućava jednostavnije razumijevanje trenutne situacije i donošenje odluka za budući razvoj destinacije. U slučajevima nedostupnosti određenih specifičnih podataka na lokalnoj razini, analiza je dopunjena podacima na regionalnoj razini, čime je osigurana sveobuhvatnost pristupa.

U svrhu izrade kvalitetne analize stanja, korišteni su kvalitativni i kvantitativni podaci prikupljeni iz različitih relevantnih izvora, pri čemu je svaki korišteni podatak jasno popraćen navodom izvora.

Podaci za analizu prikupljeni su kroz sljedeće metode:

- Sekundarni podaci: Dobiveni su kroz službene upite prema javnim tijelima i tijelima s javnim ovlastima, kao i korištenjem dostupnih izvora europskih i nacionalnih statistika te tematskih istraživanja i strategija. Ključni izvori uključuju turističke zajednice, Državni zavod za statistiku, Ministarstvo unutarnjih poslova (MUP), Financijsku agenciju (FINA), Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ), Hrvatsku elektroprivredu (HEP) i Hrvatsku regulatornu agenciju za mrežne djelatnosti (HAKOM).

- **Primarni podaci i informacije:** Dobiveni su izravnim uključivanjem lokalne zajednice putem radionica s građanima, tematskih sastanaka i strukturiranih upitnika provedenih među predstavnicima Grada Varaždina. Cilj prikupljanja primarnih podataka bio je nadopuniti informacije nedostupne kroz postojeća istraživanja te izravno dobiti uvid u specifične potrebe, prednosti i nedostatke unutar urbanog područja Varaždina.

Obuhvat

Obuhvat analize obuhvaća geografski prostor grada Varaždina sa svim njegovim administrativnim jedinicama i resursima, uzimajući u obzir ključne aspekte turističkog sustava: ponudu, potražnju, infrastrukturu, resurse, održivost i konkurentnost.

Varaždin je upravno, kulturno i gospodarsko središte Varaždinske županije, smješten u sjeverozapadnoj Hrvatskoj, na desnoj obali Drave. Grad se prostire na 59,9 km² i ima 43.782 stanovnika (2021.), od čega 36.384 živi u užem gradskom naselju. Gustoća naseljenosti iznosi 736,5 stanovnika/km², uz negativne demografske trendove – pad broja stanovnika, starenje populacije i negativan prirodni prirast⁷.

Povijesno značajan, Varaždin je od 1209. slobodni kraljevski grad, a od 1756. do 1776. bio je privremena prijestolnica Hrvatske. Grad je poznat po očuvanoj baroknoj jezgri i kulturnim manifestacijama poput Špancirfesta i Varaždinskih baroknih večeri⁸.

Gospodarski je orijentiran na industriju, IT i poduzetništvo, uz dobru prometnu i obrazovnu povezanost (A4, FOI, Sveučilište Sjever). Grad raspolaže razvijenom infrastrukturom i nalazi se unutar UNESCO rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav.

Kako bi se jasno prikazao opći turistički kontekst i specifičnosti grada Varaždina kao destinacije, sljedeća tablica prikazuje detaljan profil odredišta:

Tablica 2. Profil odredišta: Varaždin

Lokacija:	Grad Varaždin
Prometna povezanost (zračni prijevoz, cestovne veze, željezničke veze, brodske veze i dr.)	Zračni prijevoz:
	Zračna luka Franjo Tuđman – Zagreb (~85 km)
	Zračna luka Maribor, Slovenija (~100 km)
	Cestovne veze:
Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta	Autocesta A4 (Zagreb – Goričan), direktan izlaz za Varaždin
	Državne ceste D2, D3
	Željezničke veze:
	Glavni kolodvor Varaždin – linije prema Zagrebu, Čakovcu, Koprivnici
Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta	Varaždin-Zagreb 85,46 km cestovne udaljenosti, 61,45 km zračne udaljenosti
	AT, Graz: ~140 km

⁷ Državni zavod za statistiku, 2021

⁸ Razvoj Varaždina kroz povijest; dostupno na: <https://varazdin.hr/povijest-gradski-grb/>

	HU, Budimpešta: ~250 km AT, Beč: ~260 km SI, Ljubljana: ~180 km
Geografska obilježja (reljef, planine, rijeke i dr.)	Ravninski teren, u blizini rijeke Drave Smješten u prijelaznom području između Alpa i Panonske nizine Nadmorska visina: cca 173 m dio UNESCO rezervata biosfere Mura–Drava–Dunav
Klimatska obilježja (prosječni broj sunčanih dana, količina padalina, prosječne sezonske temperature)	Umjereno kontinentalna klima ~190 sunčanih dana godišnje Prosječna zimska temp.: 0 – 4 °C Prosječna ljetna temp.: 22 – 28 °C Količina padalina: oko 850 mm godišnje
Broj stalnih stanovnika	Popis stanovništva 2021. 43.782
Broj turista	2024. - broj dolazaka: 44.853 2025. - broj dolazaka: 49.652
Prosječna duljina boravka	2024. - 1,84 2025. - 1,95
Ugostiteljski sadržaji	Više od 60 restorana, kafića, bistroa Sveukupno: 217 objekata Posebnost: kafići i restorani u povijesnoj jezgri, craft pivovare, kavane, lokalna gastronomija („Okusi varaždinskoga kraja“)
Najpopularnije turističke atrakcije:	Stari grad Varaždin (dvorac) Varaždinsko groblje (hortikulturna atrakcija), Židovsko groblje Barokna jezgra, crkve, palače Špancirfest, Advent u Varaždinu
Glavni turistički proizvodi:	Kultura i baština Glazba - status prvog hrvatskog grada u UNESCO-voj Mreži kreativnih gradova u području glazbe (od 2023.) Manifestacijski/festivalski turizam (Špancirfest, Advent u Varaždinu, Varaždinske barokne večeri) Rekreacija uz Dravu, eno-gastro ponuda
Prostor – turističke zone i površine	Povijesna jezgra Rekreativna zona uz Dravu Trgovi: Trg kralja Tomislava, Kapucinski trg, Franjevački trg, Trg M. Stančića, Europski trg

	Obrazovno središte (FOI, Sveučilište Sjever, Geotehnički fakultet), regionalni centar kulture, relativna blizina graničnih prijelaza i europskih metropola
Turistička infrastruktura (kongresni kapaciteti, pješačke/planinarske/biciklističke staze, plaže i dr.)	Kongresne dvorane (Hotel Turist, Park Boutique Hotel, Arena Varaždin)
	Biciklističke staze (npr. uz Dravu, rute prema Međimurju)
	Pješačke staze, šetališta, uređeni parkovi
	Smještaj - 2024: 2.070 kreveta (hosteli 45 %, hoteli 20 %, privatni smještaj 13 %) - 949 stalnih kreveta + 1.121 kreveta u sezoni Smještaj - 2025.: 1.733 kreveta (hosteli 48 %, hoteli 22 %, privatni smještaj 19 %) - 857 stalnih kreveta + 876 kreveta u sezoni

Izvor: Obrada autora prema podacima Državni zavod za statistiku, Hrvatska turistička zajednica (eVisitor), Turistička zajednica grada Varaždina, Grad Varaždin te javno dostupnim prostorno-geografskim podacima

Geografski položaj

Grad Varaždin smješten je u sjeverozapadnom dijelu Republike Hrvatske, u alpsko-panonskom području, na desnoj obali rijeke Drave. Geografski koordinatni položaj grada je 16°20'33" istočne zemljopisne dužine i 46°18'29" sjeverne zemljopisne širine, dok se nadmorska visina kreće između 169 i 173 metra, što ga svrstava među niže smještene urbane centre u Hrvatskoj s karakteristikama nizinskog terena.

Grad Varaždin prostire se na ukupnoj površini od 59,45 km², što čini oko 4,71 % površine Varaždinske županije. Administrativno obuhvaća deset naselja: Varaždin (kao urbano središte) te prigradska naselja Črnc Biškupečki, Donji Kućan, Gojanec, Gornji Kućan, Hrašćica, Jalkovec, Kućan Marof, Poljana Biškupečka i Zbelava⁹.

Prema podacima iz Popisa stanovništva 2021. godine¹⁰, na području Grada Varaždina živi 43.782 stanovnika, raspoređenih u 16.612 kućanstava. Grad tako zauzima 10. mjesto po veličini među hrvatskim gradovima prema broju stanovnika. Varaždin je ujedno i demografski najvažnije središte Varaždinske županije, čije ukupno stanovništvo iznosi 159.487. Grad sam čini 27,4 % ukupne županijske populacije, potvrđujući svoju ključnu ulogu u regionalnoj demografskoj i funkcionalnoj strukturi.¹¹

⁹ Zemljopisni položaj Varaždina; dostupno na: <https://varazdin.hr/zemljopisni-položaj-varazdina/>

¹⁰ Državni zavod za statistiku - Popisa 2021. (gov.hr), učitano 14.03.2025.

¹¹ Varaždinska županija – Županija u brojkama, dostupno na: <https://www.varazdinska-zupanija.hr/o-nama/zupanija-u-brojkama.html>; pristupljeno: 14.03.2025.

Slika 3. Položaj grada Varaždina u Varaždinskoj županiji



Izvor: Strategija razvoja Varaždinske županije (2021.-2027.), obrada autora

Grad Varaždin nalazi se na važnom prometnom čvorištu sjeverne Hrvatske. Povezan je s jugom zemlje autocestom A4 (Zagreb – Goričan), a državna cesta D2 omogućuje vezu s Podravinom i Međimurjem. Željeznička infrastruktura dodatno osigurava regionalnu mobilnost, a blizina graničnih prijelaza Ormož (HR–SI) i Goričan (HR–HU) čini Varaždin strateški važnom točkom za prekograničnu povezanost.

Zahvaljujući povoljnom prometnom položaju i višestoljetnoj ulozi u političkim i društvenim procesima, Varaždin je kroz povijest izrastao u snažno gospodarsko, kulturno i obrazovno središte, što potvrđuju i današnje funkcije grada: on čini 27,4 % ukupnog stanovništva Varaždinske županije, ima najveću koncentraciju obrazovnih i kulturnih institucija u regiji te razvijenu poduzetničku i industrijsku zonu.

Geografski, grad se nalazi na prijelazu između Panonske nizine i brežuljkastog zaleđa, što mu osigurava ravničarski reljef s blagim uzvisinama u južnim i zapadnim dijelovima. Ova konfiguracija terena pogodna je za razvoj poljoprivrede, građevine i prometne infrastrukture, a plodna tla i dostupnost vode iz rijeke Drave čine područje pogodnim za ekološke i rekreativne sadržaje. Rijeka Drava ima važnu ulogu u lokalnom ekosustavu, osobito kao dio UNESCO rezervata biosfere Mura–Drava–Dunav.¹²

Klima u Varaždinu je umjereno kontinentalna, s prosječnim srpanjskim temperaturama od 21 °C, a zimskim oko 0 °C. Oborine su ravnomjerno raspoređene, s blagim maksimumom u proljeće i jesen, što doprinosi uravnoteženim uvjetima za poljoprivredu i cjelogodišnje odvijanje turističkih aktivnosti.

Prema analizama gospodarskih aktivnosti, dominiraju tehnološka proizvodnja, metaloprerađivačka industrija, IT sektor i turizam, dok je tekstilna i prehrambena industrija, iako tradicionalna, i dalje prisutna kroz prilagođene oblike proizvodnje.

¹² UNESCO, “Mura–Drava–Danube Transboundary Biosphere Reserve”, UNESCO – Man and the Biosphere (MAB) Programme. Dostupno na: <https://en.unesco.org/biosphere/eu-na/mura-drava-danube>

Varaždin ima značajnu ulogu kao regionalno obrazovno središte. U gradu djeluju visokoškolske institucije: Fakultet organizacije i informatike (FOI) Sveučilišta u Zagrebu, jedan od vodećih informatičkih fakulteta u Hrvatskoj, Geotehnički fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Sveučilište Sjever te Tekstilno-tehnološki fakultet. Trenutno u Varaždinu studira oko 7.000 studenata, a daljnji razvoj obrazovne i logističke infrastrukture planira povećanje studentske populacije na približno 15.000 u narednim godinama.

Uz visoko obrazovanje, Varaždin raspolaže razvijenom mrežom osnovnoškolskih i srednjoškolskih ustanova te učilištem za obrazovanje odraslih, čime se osigurava kontinuitet obrazovanja i cjeloživotnog učenja. Ovakva koncentracija obrazovnih institucija dodatno potvrđuje poziciju Varaždina kao važnog centra znanja i obrazovanja na regionalnoj razini.

Varaždin kontinuirano ulaže u modernizaciju komunalne i prometne infrastrukture, razvoj ekoloških projekata i digitalizaciju javnih usluga, čime se svrstava među najuređenije gradove u Hrvatskoj te iz godine u godinu potvrđuje svoju visoku poziciju na ljestvici kvalitete života.

Grad Varaždin profilira se kao destinacija koja uspješno povezuje bogatu kulturno-povijesnu baštinu s modernim razvojnim trendovima i snažnim gospodarskim temeljima. Njegova arhitektonska autentičnost, razvijen sustav obrazovanja, jak poduzetnički sustav te strateško usmjerenje prema inovacijama i održivosti čine ga privlačnim kako za život i rad, tako i za posjetitelje. Varaždin se sve snažnije pozicionira kao relevantna turistička destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj, što potvrđuju pozitivni trendovi u turističkom prometu, rast interesa posjetitelja, kao i prepoznatljivost među investitorima. Ulaganjem u kvalitetu života, održivu infrastrukturu i valorizaciju kulturnih resursa, Grad kontinuirano jača svoju konkurentnost na regionalnoj i europskoj razini.

Demografska slika

Demografske prilike predstavljaju jedan od ključnih pokazatelja razvoja i održivosti lokalne zajednice. Kretanja broja stanovnika, njihova dobna struktura, gustoća naseljenosti i migracijski obrasci izravno utječu na planiranje javnih usluga, razvoj infrastrukture, tržište rada te ukupnu kvalitetu života. U skladu s općim kretanjima u Hrvatskoj i većem dijelu Europe, Varaždin se suočava s negativnim demografskim pokazateljima: kontinuiranim padom broja stanovnika, starenjem populacije, smanjenjem prirodnog prirasta i iseljavanjem mlađe radno aktivne populacije.

Prema Popisu stanovništva iz 2021. godine, Grad Varaždin broji 43.782 stanovnika, što je pad od 6,74 % u odnosu na 2011. godinu. Najveće pojedinačno naselje je sam grad Varaždin s 36.384 stanovnika. Gustoća naseljenosti na razini grada iznosi 736,5 st/km², dok u užem urbanom naselju prelazi 1.050 st/km²¹³.

Tablica 3. Kretanje broja stanovnika po naseljima (2001.-2021.)

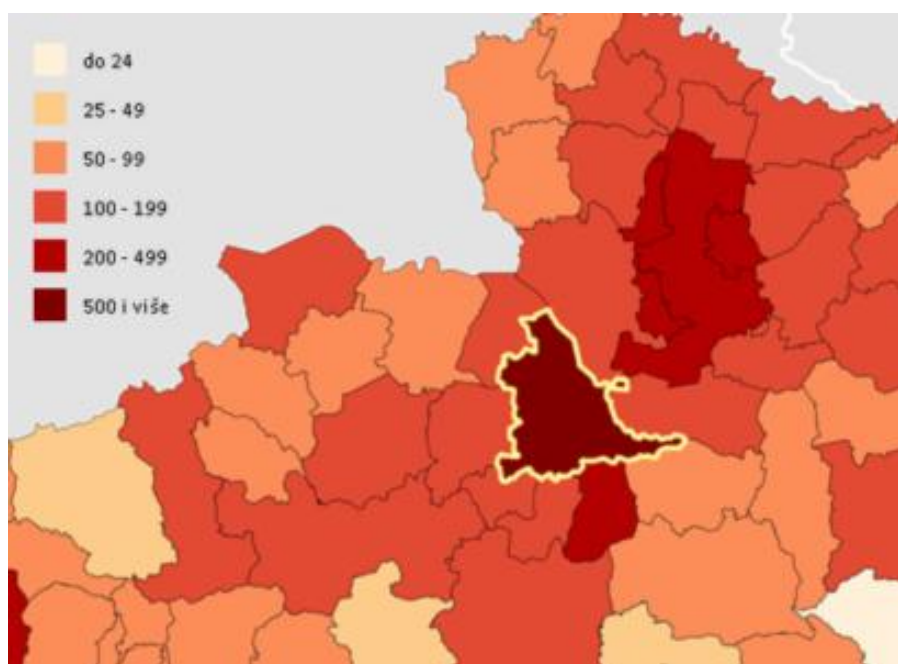
JLS	Broj stanovnika, 2001.	Broj stanovnika, 2011.	Broj stanovnika, 2021.	Gustoća naseljenosti (2021.), st/km ²	Postotak promjene 2011.-2021.
VARAŽDIN-UKUPNO	49.075	46.946	43.782	736,5	-6,74
Črnc Biškupečki	713	696	612	258,2	-12,07
Donji Kućan	707	716	694	295,3	-3,07

¹³ Državni zavod za statistiku, Popis 2021.

Gojanec	603	620	611	263,4	-1,45
Gornji Kučan	1.118	1.139	1.013	356,7	-11,06
Hrašćica	965	1.283	1.270	366,0	-1,01
Jalkovec	1.294	1.309	1.259	333,1	-3,82
Kučan Marof	1.329	1.388	1.280	547,0	-9,28
Poljana Biškupečka	443	452	421	129,5	-6,86
Zbelava	469	504	435	173,3	-13,69
Varaždin	41.434	38.839	36.187	1.057,5	-6,83

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (DZS)

Slika 4. Gustoća naseljenosti po jedinicama lokalne samouprave (2021.)



Izvor: Geostat

Demografska struktura stanovništva grada Varaždina ukazuje na izražen trend starenja. Prema Popisu stanovništva iz 2021. godine:

- prosječna starost iznosi 45,1 godinu (muškarci 42,9; žene 47,1)
- indeks starenja doseže 171,5, što znači da na svakih 100 osoba mlađih od 15 dolazi čak 171 osoba starija od 65 godina
- koeficijent starosti iznosi 30,3 %, što potvrđuje vrlo visok udio starijeg stanovništva
- osobe starije od 65 godina čine 23,2 % ukupnog stanovništva (10.177 osoba), dok je starijih od 75 godina 4.613

U usporedbi s 2011. godinom, kada je indeks starenja iznosio 130,6, uočava se snažno ubrzanje procesa starenja, s gotovo udvostručenjem broja starijih osoba u odnosu na djecu u posljednjem desetljeću.

U strukturi stanovništva prema radnoj i reproduktivnoj dobi bilježi se daljnji pad potencijala:

- 27.877 osoba čini radno sposobno stanovništvo (15–64 godine)
- 9.262 žene su u fertilnoj dobi (15–49 godina), od čega njih 2.175 u dobnoj skupini 20–29 godina

Ovi pokazatelji jasno ukazuju na postupno smanjivanje reproduktivnog i radno aktivnog stanovništva, uz istodobno povećanje udjela starijih dobni skupina. Negativni trendovi prirodnog kretanja stanovništva dodatno potvrđuju demografski pad i dugoročno predstavljaju izazov za održivost tržišta rada, socijalnih sustava i ukupni razvoj grada.

Trendovi prirodnog kretanja stanovništva dodatno potvrđuju demografski pad:

Tablica 4. Prirodno kretanje u Varaždinu (2020.–2024.)

Godina	Živorodeni	Umrli	Prirodni prirast	Vitalni indeks
2020	337	675	-338	49,9
2021	338	772	-434	43,8
2022	336	657	-321	51,1
2023	328	580	-252	56,6
2024	317	639	-322	49,6

Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (DZS)

U Varaždinu se nastavlja negativan prirodni prirast stanovništva. Unatoč blagom smanjenju broja umrlih u novije vrijeme, broj novorođenih i dalje opada. Vitalni indeks (omjer živorođenih na 100 umrlih) posljednjih je godina kontinuirano ispod vrijednosti 60, što je daleko od razine potrebne za osiguravanje jednostavne reprodukcije stanovništva (100). Time se stanovništvo grada postupno smanjuje i stari.

Prosječna veličina kućanstva u gradu Varaždinu iznosi oko 2,5 člana. Ovakav mali prosječan broj članova po kućanstvu u skladu je s općim urbanim trendovima sve manjeg obiteljskog domaćinstva i individualizacije života. (Za usporedbu, prosjek na razini cijele države pao je na približno 2,7 člana, dok primjerice grad Zagreb bilježi prosjek od tek 2,5 člana po kućanstvu.) Ovi podaci ukazuju na dugoročne demografske promjene – manje obitelji i više samačkih domaćinstava – koje prate proces starenja stanovništva.

Ukupna demografska slika Varaždina jasno ukazuje na ozbiljne izazove koji će zahtijevati proaktivne razvojne politike kako bi se zaustavili negativni trendovi i osigurala održivost lokalne zajednice. U nastavku su navedeni ključni demografski izazovi i njihove implikacije na sektor turizma.

Ključni demografski izazovi

- Negativan prirodni prirast i izrazito visok indeks starenja
- Odlazak mladih i radno aktivnih stanovnika: Iz Varaždina se iseljava značajan broj mladih ljudi i radno aktivnog stanovništva, najčešće zbog obrazovanja ili zapošljavanja u većim središtima ili inozemstvu. Ovaj odljev mladih dodatno smanjuje lokalni demografski i radni potencijal zajednice (dugogodišnji negativni prirodni prirast udružen je s kontinuiranim

iseljavanjem mladih). Posebno zabrinjava činjenica da je u posljednjim godinama iseljavanje ubrzano, što predstavlja trajni gubitak ljudskog kapitala za grad

2.2. Javna turistička infrastruktura

Turističkom infrastrukturu smatra se infrastruktura koja na području turističke destinacije izravno ili neizravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude u funkciji dodane vrijednosti turističkih sadržaja, a kako je definirana Pravilnikom o javnoj turističkoj infrastrukturi (NN 126/21)¹⁴. Turistička infrastruktura na području grada Varaždina razvija se planski i u funkciji održivog turizma, povećanja atraktivnosti destinacije i poboljšanja iskustva posjetitelja. U nastavku je prikaz aktualne infrastrukture prema kategorijama primarne i sekundarne turističke infrastrukture.

Tablica 5. Primarna turistička infrastruktura

Vrsta infrastrukture	Primjeri i lokacije u Varaždinu	Značaj	Spremnost
Biciklističke rute i infrastruktura	Formirane četiri cestovne biciklističke rute i jedna djelomično off-road ruta (RO2). Cestovne rute uključuju RO1 (Varaždin – Dubrava Križovljanska) i RO3 (Varaždin – Mali Bukovec). Tematske rute: 'Od dvorca do dvorca' (Stari grad – Trakošćan) i 'Toplička ruta' (Varaždin – Varaždinske Toplice). Grad Varaždin uključen je u međunarodne rute EuroVelo 9 (preko Maribora) i EuroVelo 13 (uz slovensko-mađarsku granicu prema Koprivnici). Dravska biciklistička staza (Drava Bike) međunarodna je ruta duga oko 710 km, koja prolazi kroz Italiju, Austriju, Sloveniju i Hrvatsku. Hrvatski dio (265 km) završava u Osijeku, a značajan dio prolazi kroz Varaždinsku županiju.	N	S
Dvorci, kurije i utvrde	Stari grad Varaždin (fortica) – muzejski prostor i simbol grada	N	S
Kongresni kapaciteti	Koncertna dvorana HNK Varaždin, dvorana u Palači Herzer, prostorije Fakulteta organizacije i informatike (FOI), dvorane Hotela Turist i Park Boutique Hotela	R	S
Vidikovci i odmorišta	Vidikovci uz rijeku Dravu i Aquacity, šetnice s pogledom na rijeku i park-šumu	L	S
Kupališta i popratna infrastruktura	Sportsko-rekreacijski centar Aquacity s uređenim plažama i dodatnim sadržajima, Gradski bazeni Varaždin, kupalište Drava	R	S
Pješačke i trekking staze	Uređena šetnica uz rijeku Dravu, tematske pješačke staze kroz Dravsku šumu	R	S
Poučne i tematske staze	Poučna staza „Dravska avantura“, staze uz rijeku Dravu s edukativnim tablama	L	S
Centri za posjetitelje / Interpretacijski centri	Turistički informativni centar Varaždin, interpretacijski sadržaji unutar prostora Gradskog muzeja Varaždin, najavljeni Centar za posjetitelje vezan uz Regionalni park Mura-Drava.	R	DS
Info-ploče i turistička signalizacija	Postavljena na više od 30 ključnih lokacija u gradskoj jezgri i okolici – uključujući barokne palače, crkve, muzeje, prirodne i rekreacijske zone	L	S
Vozila odnosno plovila namijenjena za prijevoz posjetitelja turističkih atrakcija	Panoramski letovi s aerodroma Varaždin omogućuju zračni razgled grada, okolnih brežuljaka, dvoraca, rijeke Drave i šire regije. Dostupni su letovi prema Zagrebu i Plitvičkim jezerima.	L	DS
Muzeji	Gradski muzej Varaždin: Stari grad - Kulturno povijesni odjel, Palača Herzer - Entomološka zbirka, Palača Sermage - Galerija umjetnina, Palača Patačić - izložbeni prostor (tematske izložbe), Arena Varaždin -	N	S

¹⁴ NN 136/2021 (10.12.2021.), Pravilnik o javnoj turističkoj infrastrukturi

Izvor: Obrada autora prema službenim podacima Turistička zajednica grada Varaždina, Grad Varaždin i ostalim javno dostupnim izvorima

Sekundarna turistička infrastruktura

Sekundarna turistička infrastruktura obuhvaća sadržaje koji, iako nisu primarno namijenjeni turizmu, znatno pridonose turističkom doživljaju i funkcionalnosti grada tijekom sezone ili većih događanja. U Varaždinu se posebno ističu sljedeće kategorije:

Tablica 6. Sekundarna turistička infrastruktura

Vrsta infrastrukture	Primjeri i lokacije u Varaždinu	Značaj	Spremnost
Arheološka nalazišta i povijesni spomenici	Arheološko nalazište "Pod lipom", Arheološko nalazište Brezje Spomenik Vatroslavu Jagiću, Kužni pil, Spomenik Grguru Ninskom	R	DS
Parkirališta i pristupne ceste	Gradska javna parkirališta dostupna u centru i u blizini objekata od interesa (Stari grad, HNK Varaždin, FOI, Gradska tržnica) Podzemna garaža na Kapucinskom trgu s 447 parkirnih mjesta na dvije etaže. Javna garaža u Ulici braće Radić s 57 parkirnih mjesta. Ostala parkirališta: Trgu slobode, Pavlinskoj ulici, Ulici Ivana Kukuljevića, Ulici Alojzija Stepinca, Trgu bana Josipa Jelačića, Ulici Petra Preradovića, Ulici Augusta Cesarca, Ulici Franca Prešerna, Zagrebačkoj ulici, Ulici Antuna Mihanovića, Ulici braće Radić, Ulici Zvonimira i Vladimira Milkovića, Ulici kralja Petra Krešimira IV, Ulici Vladimira Nazora, Kolodvorskoj ulici te Ulici Ivana Meštrovića kod glavnog ulaza u bolnicu.	N	S
Javni sanitarni čvorovi	Dostupni kod Gradske tržnice i kod Varaždinskog groblja.	L	DS
Sportski objekti u funkciji turizma	Gradska sportska dvorana Varaždin – Arena, Gradski bazeni Varaždin, Sportska dvorana Varaždin - Graberje, Sportski centar Sloboda, Nogometni stadion Varteks, TTS sport centar – Varaždin, Teniski tereni Varteks, Teniski tereni Varaždin 1181, Park mladih - skate park, pump track Košarkaška i malonogometna igrališta u gradskim četvrtima; dječja igrališta u Parku mladih te u naseljima Banfica, Grabanice, Hrašćica i dr.	R	S
Rodne kuće i lokaliteti povezani s poznatim osobama	Kulturno-umjetničke ploče na objektima značajnim za povijesne ličnosti; Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“, rodna kuća Vatroslava Jagića, rodna kuća Ivana Padovca	L	DS

Izvor: Obrada autora prema službenim podacima Turistička zajednica grada Varaždina, Grad Varaždin i ostalim javno dostupnim izvorima

2.3. Prometna infrastruktura

Prometna infrastruktura grada Varaždina predstavlja jednu od ključnih sastavnica teritorijalne kohezije, mobilnosti stanovništva, funkcionalnog povezivanja regije te poticanja gospodarskog i turističkog razvoja. Smješten na važnom prometnom čvorištu sjeverne Hrvatske, Varaždin ostvaruje izravnu povezanost s glavnim koridorima prema središnjoj i istočnoj Hrvatskoj, Međimurju, Podravini te susjednim državama – Slovenijom i Mađarskom. Takva strateška pozicija daje gradu značajnu ulogu u nacionalnoj i prekograničnoj prometnoj mreži.

Prometni sustav Varaždina obuhvaća cestovni, željeznički i u manjoj mjeri zračni promet, a sve se više razvijaju i oblici održive mobilnosti, uključujući biciklističku infrastrukturu i javni prijevoz niske emisije. Unatoč postojećim kapacitetima, identificirani su brojni potencijali za unapređenje prometne protočnosti, intermodalnog povezivanja i digitalizacije prometnih usluga, s ciljem podizanja kvalitete života građana i pristupačnosti za posjetitelje.

Cestovni promet

Prema važećim prostornim i infrastrukturnim dokumentima, na području grada Varaždina razlikuju se dvije osnovne kategorije prometnica: kategorizirane ceste (državne, županijske i gradske prometnice) te nerazvrstane ceste u nadležnosti Grada¹⁵.

Ukupna duljina kategorizirane cestovne mreže na području Grada Varaždina iznosi približno 159 kilometara, uključujući nekoliko važnih državnih cesta¹⁶:

- D2 (Varaždin – Osijek) – povezuje istok Hrvatske sjevernim dijelom zemlje,
- D3 (Čakovec – Varaždin – Zagreb – Rijeka) – os omogućava središnju longitudinalnu povezanost,
- D35 (Varaždin – Lepoglava – Sveti Križ Začretje) – osigurava vezu prema Krapinsko-zagorskoj županiji i autocesti A2,
- D528 – povezuje grad s čvorom Varaždin na autocesti A4.

Posebno važnu ulogu imaju gradske obilaznice – istočna, zapadna i jugozapadna – koje omogućuju učinkovito preusmjerenje tranzitnog prometa izvan povijesne jezgre, rasterećenje središnjih gradskih prometnica i bolju protočnost u zoni gospodarskih i industrijskih zona.

Grad Varaždin dodatno je prometno integriran putem autoceste A4 (Zagreb – Goričan), koja osigurava izravan priključak na nacionalnu mrežu autocesta, povezujući grad s glavnim gradom Zagrebom (udaljenost cca 80 km), sjevernom međimurskom regijom i susjednom Mađarskom. Ova prometnica od strateškog je značaja i za međunarodni promet robe i ljudi.

S druge strane, nerazvrstane ceste, koje uključuju gradske i prigradske ulice, prilazne putove, spojnice i servisne prometnice, predstavljaju finu prometnu mrežu unutar samog urbanog tkiva. Prema podacima gradske uprave, Grad upravlja s ukupno 264,66 kilometara nerazvrstanih cesta, od čega se 198,69 kilometara odnosi na uži gradski prostor, dok se ostatak nalazi u prigradskim naseljima.

Ova infrastruktura ključna je za svakodnevnu mobilnost građana, pristup obrazovnim i zdravstvenim ustanovama, lokalnu logistiku i prometno povezivanje naselja s glavnim prometnim pravcima¹⁷.

¹⁵ Prostorni plan uređenja Grada Varaždina, Službeni vjesnik Grada Varaždina 9/22

¹⁶ Hrvatske ceste d.o.o. Popis državnih cesta u Republici Hrvatskoj – stanje 2023. (dokument evidencije)

¹⁷ Gradska uprava Grada Varaždina – Odjel za komunalne djelatnosti, evidencija nerazvrstanih cesta, 2024.

Cestovna mreža Varaždina, iako opsežna i dobro strukturirana, istovremeno zahtijeva daljnja ulaganja u modernizaciju, proširenje i digitalizaciju, osobito u kontekstu održive mobilnosti, razvoja pametnih prometnih rješenja te poboljšanja prometne sigurnosti i protočnosti u zonama većeg opterećenja.

Željeznički promet

Grad Varaždin posjeduje funkcionalan željeznički kolodvor koji omogućuje odvijanje putničkog i teretnog prometa te povezuje Varaždin s ostalim dijelovima Hrvatske.

Glavne željezničke pruge koje povezuju Varaždin su:

- R202 (Varaždin – Koprivnica – Osijek),
- R201 (Zabok – Varaždin – Čakovec),
- L201 (Varaždin – Ivanec – Golubovec).

Postoji infrastrukturni potencijal za modernizaciju postojećih pruga i razvoj dodatnih željezničkih stajališta, s ciljem unapređenja regionalne povezanosti i održivog prometa. U kontekstu prostornog planiranja i razvoja održive urbane mobilnosti, prepoznat je potencijal za revitalizaciju postojećih pruga, kao i za izgradnju novih željezničkih stajališta u širem gradskom području¹⁸.

Zračni promet

Aerodrom Varaždin smješten je nekoliko kilometara istočno od centra grada, na granici s Općinom Trnovec Bartolovečki. Registriran je za domaći i međunarodni promet, s jednom uzletno-sletnom stazom duljine 1.730 metara i širine 30 metara. Prema prostorno-planskoj dokumentaciji planiran je razvoj aerodroma referentnog koda 3C s neinstrumentalnim prilazom, sukladno Pravilniku o aerodromima.

Aerodrom je otvoren tijekom cijele godine, a njime upravlja gradska tvrtka Parkovi d.d. Trenutno se koristi za sportsko-rekreativne i promotivne aktivnosti (padobranstvo, aeromiting), dok su u tijeku strateške aktivnosti usmjerene na privlačenje investicija za izgradnju hangara, servisnih objekata i prateće infrastrukture. U planu je i uspostava suradnje s niskotarifnim zračnim prijevoznicima te razvoj aerodroma u smjeru poslovnog i turističkog zrakoplovstva.

Javni prijevoz

Javni prijevoz u gradu Varaždinu razvijen je kroz sustav gradskih i međugradskih autobusnih linija, čime se osigurava funkcionalna prometna povezanost urbanog središta s prigradskim naseljima, okolnim općinama, kao i s drugim gradovima u regiji i šire. Sustav javnog prijevoza predstavlja važnu sastavnicu održive mobilnosti i pristupačnosti destinacije, posebno u kontekstu svakodnevne mobilnosti stanovnika, ali i korisničkog iskustva posjetitelja.

Grad Varaždin koristi model integriranog autobusnog prijevoza, koji uključuje:

- Autobusni prijevoz: Grad ima razvijen gradski i međugradski autobusni sustav, koji osigurava vezu s okolnim općinama te drugim gradovima u regiji i šire.
- Gradski autobusi ("buseki"): Od siječnja 2025. godine uveden je novi vozni red s povećanim brojem polazaka i mogućnostima presjedanja na svim linijama. Ovaj sustav značajno doprinosi dostupnosti i atraktivnosti javnog prijevoza za građane i posjetitelje. Mreža linija Gradskih buseka u Varaždinu prikazana je u Tablici 7.
- Električni autobusi: U sklopu modernizacije voznog parka, Varaždin uvodi električne autobuse, čime se doprinosi smanjenju emisije štetnih plinova i unapređenju kvalitete zraka.

¹⁸ Grad Varaždin. Generalni urbanistički plan grada Varaždina (GUP)

Tablica 7. Mreža linija Gradskih buseka u Varaždinu

Linija	Polazište	Međustanice	Odredište
1	Hrašćica	Supernova, Župančičeva ulica, Ulica Krste Hegedušića, Gradsko groblje, Varaždinska bolnica, Sveučilište Sjever, Autobusni kolodvor	Gradski kolodvor
2	Poljana Biškupečka	Brezje, Biškupec, Gradski bazeni, Autobusni kolodvor	Gradski kolodvor
3	Gojanec	Jalkovec, Šibenska, Autobusni kolodvor, Široke ledine	Gradski kolodvor
4	Zbelava	Gornji Kućan, Gospodarska ulica, Gradski bazeni, Autobusni kolodvor	Gradski kolodvor
5	Zbelava	Donji Kućan, Kućan Marof, Banfica, Autobusni kolodvor	Gradski kolodvor

Izvor: Servisne informacije, Turistička zajednica grada Varaždina¹⁹

Grad istovremeno razvija strategije za dodatnu digitalizaciju javnog prijevoza, uključujući uvođenje sustava elektroničkih karata, GPS praćenja vozila i informiranja putnika u stvarnom vremenu, što dodatno povećava konkurentnost javnog prijevoza u odnosu na individualni automobilski promet.

Parkirališta

Parkirališna infrastruktura grada Varaždina obuhvaća sustavno organizirane i prostorno raspoređene parkirališne zone koje zadovoljavaju potrebe stanovnika, posjetitelja i gospodarstva, uz stalna ulaganja u digitalizaciju i poticanje održive mobilnosti.

Naplata parkiranja provodi se tijekom cijele godine, a sustav naplate kontinuirano se modernizira kako bi se omogućilo plaćanje različitim metodama, uključujući i kartično plaćanje.

U vlasništvu Grada Varaždina, na području k.o. Varaždin nalazi se 20 katastarskih čestica koje u naravi predstavljaju parkirališta, čija ukupna površina iznosi 28.637 m². S obzirom na to da je korištenje ovih parkirališta vezano uz lokaciju (groblje, sajmište, ulica Ivana Severa – poslovna zona, uz Međimursku ulicu – Colas, Vodogradnja, parking kod Gumiimpexa, i sl.) ista nisu pod sustavom naplate²⁰.

Temeljem provedene revizije javnih parkirališta i garaža na kojima se trenutno obavlja naplata parkiranja na području grada Varaždina u zonama 0., 1., 2. i 3., izvršeno je usklađenje sa zahtjevom Investitora sukladno obavezi koju Grad ima prema poduzeću koje ima koncesiju nad naplatom parkiranja u Gradu Varaždinu, te je u situacijskim nacrtima obilježeno ukupno 996 parkirnih mjesta za predviđenih za naplatu

¹⁹ Turistička zajednica grada Varaždina: Servisne informacije. Dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/servisne-informacije/>

²⁰ Best in Parking. Grad Varaždin- informacije o parkiranju. Dostupno na: <https://www.bestinparking.com/hr/hr/garage/varazdin>

parkiranja, a osim njih, obilježeno je 71 parkirno mjesto za osobe s invaliditetom i smanjene pokretljivosti te 6 parkirnih mjesta za taxi vozila i 6 mjesta za punjenje električnih vozila. Također je predviđeno obilježavanje 5 parkirnih mjesta za motocikle. Udio parkirnih mjesta rezerviranih za osobe s invaliditetom iznosi 6.7% od ukupnog broja parkirnih mjesta što je u skladu s Pravilnikom o osiguranju pristupačnosti građevina osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti (NN 78/13) prema kojemu minimalni udio takvih mjesta mora iznositi 5% od ukupnog broja parkirnih mjesta.

Javne garaže i ključne lokacije:

- Javna garaža u Ulici braće Radić – 57 parkirnih mjesta uz 3 mjesta za osobe s invaliditetom; naplata 0:00–24:00; cijena 0,60 EUR/sat.
- Podzemna garaža Kapucinski trg – 447 parkirnih mjesta na dvije etaže; cijena 0,80 EUR/sat (8–21h) i 0,20 EUR/sat (21–8h).
- Ostala značajnija parkirališta nalaze se na: Trgu slobode, Pavlinskoj ulici, Ulici Ivana Kukuljevića, Ulici Alojzija Stepinca, Trgu bana Josipa Jelačića, Ulici Petra Preradovića, Ulici Augusta Cesarca, Ulici Franca Prešerna, Zagrebačkoj ulici, Ulici Antuna Mihanovića, Ulici braće Radić, Ulici Zvonimira i Vladimira Milkovića, Ulici kralja Petra Krešimira IV, Ulici Vladimira Nazora, Kolodvorskoj ulici te Ulici Ivana Meštrovića kod glavnog ulaza u bolnicu²¹.

Na više lokacija u gradu Varaždinu dostupne su punionice za električna vozila (EV), čime se aktivno doprinosi promicanju održive mobilnosti i smanjenju emisija štetnih plinova. Punionice su strateški raspoređene kako bi bile lako dostupne građanima, posjetiteljima i poslovnim korisnicima:

- Kapucinski trg (podzemna garaža) – opremljena s nekoliko AC punionica snage 22 kW, dostupnih 24 sata dnevno
- Trg bana Jelačića – javno dostupna DC brza punionica, pogodna za brzo punjenje u užem centru grada
- Gradski bazeni – parkiralište s integriranom EV punionicom
- Zagrebačka ulica i Biškupec – dodatne punionice postavljene u sklopu projekta pametne urbane mobilnosti, s ciljem pokrivanja šireg urbanog i prigradskog područja

Tijekom održavanja većih manifestacija poput Špancirfesta ili Adventa, Grad Varaždin u suradnji s Turističkom zajednicom grada Varaždina provodi posebne mjere regulacije prometa i parkiranja. Na odabranim lokacijama na rubnim dijelovima grada, osiguravaju se besplatna parkirališta za posjetitelje, a s tih lokacija organiziran je besplatan javni prijevoz do središta grada za posjetitelje. Time se rasterećuje promet u užem gradskom području, povećava sigurnost kretanja pješaka te potiče korištenje održivih oblika mobilnosti.

Biciklistički promet

Biciklistički promet u Gradu Varaždinu zauzima sve važniju ulogu u kontekstu održive urbane mobilnosti, zaštite okoliša i unapređenja kvalitete života. Grad kontinuirano promiče korištenje bicikla kao svakodnevnog prijevoznog sredstva, kako među građanima, tako i u okviru turističke ponude, osiguravajući time pristupačniji, zdraviji i ekološki prihvatljiv oblik kretanja.

Na području grada i okolice razvijena je razgranata mreža biciklističkih staza i označenih biciklističkih ruta, koje povezuju gradsko središte s prigradskim naseljima, gospodarskim zonama i rekreacijskim lokacijama. Među najfrekventnijim rutama ističu se one koje vode prema prirodnim atrakcijama poput rijeke Drave, Aquacityja, park-šume i regionalnih parkova, što bicikliranje čini atraktivnim i za rekreacijske korisnike i za turiste.

²¹ Prometni elaborat: Revizija Plana javnih parkirališta i garaža na kojima se obavlja naplata na području grada Varaždina

Prema dostupnim podacima, ukupna duljina biciklističke mreže na području grada Varaždina premašuje 50 kilometara, uz izraženu tendenciju daljnjeg proširenja. Novi infrastrukturni zahvati planiraju se u sklopu projekata urbane mobilnosti, EU sufinanciranih programa i lokalnih strategija za smanjenje emisija iz prometa²².

U sklopu strategije pametnog grada, Grad Varaždin razmatra uvođenje sustava javnih bicikala (bike-sharing) te razvoj digitalnih rješenja poput mobilnih aplikacija za praćenje biciklističkih ruta i stanja na stazama, što dodatno doprinosi sigurnosti i informiranju korisnika.

2.4. Komunalna infrastruktura

Komunalna infrastruktura grada Varaždina čini temelj urbane funkcionalnosti i održivog razvoja te izravno utječe na svakodnevni život građana, konkurentnost gospodarstva i privlačnost grada za posjetitelje i investitore. Obuhvaća širok spektar sustava i usluga, uključujući cestovnu i prometnu infrastrukturu, javne površine, sustave vodoopskrbe i odvodnje, gospodarenje otpadom, javnu rasvjetu, energetska infrastrukturu te telekomunikacijsku povezanost. Sustavno planiranje, održavanje i modernizacija ovih segmenata ključni su za unapređenje kvalitete života, zaštitu okoliša te učinkovito pružanje javnih usluga.

U fokusu Grada Varaždina su i digitalna transformacija te energetska tranzicija, pri čemu se kroz strateška ulaganja u obnovljive izvore energije, pametne mreže i digitalnu povezanost nastoji grad učiniti održivim, otpornim i prilagođenim potrebama budućih generacija. U nastavku su detaljno obrađena ključna područja komunalne infrastrukture – energetska infrastruktura, telekomunikacijski sustavi, vodoopskrba, gospodarenje otpadom i ostale sastavnice koje čine okosnicu urbane infrastrukture Varaždina.

Energetska infrastruktura

Grad Varaždin raspolaže razvijenom i pouzdanom energetsom infrastrukturom te jasno usmjerenim strategijama za povećanje energetske učinkovitosti, smanjenje emisija stakleničkih plinova i širu integraciju obnovljivih izvora energije (OIE). Kroz usklađeno prostorno planiranje, ulaganja u obnovljive izvore energije, modernizaciju sustava javne rasvjete i visoku razinu plinifikacije, Grad potvrđuje svoju orijentaciju prema zelenoj tranziciji, energetske učinkovitosti i smanjenju emisija stakleničkih plinova.

Na strateškoj razini, Grad je od 2012. član Sporazuma gradonačelnika za klimu i energiju²³, čime se obvezao na smanjenje emisija CO₂ za više od 20 % do 2020. godine. Brojni konkretni infrastrukturni zahvati potvrđuju dosljednu orijentaciju prema održivoj i niskougljičnoj budućnosti.

Distribuciju električne energije osigurava HEP ODS – Elektra Varaždin, putem razgranate mreže niskonaponskih i srednjenaponskih vodova te sustava trafostanica 10(20)/0,4 kV. Napajanje se vrši preko trafostanica viših naponskih razina – TS 110/35/20/10 kV Varaždin, TS 110/35/20 kV Nedeljanec, TS 110/20/10 kV Kneginec i planirane TS 110/x kV Brezje. Planira se rekonstrukcija postojećih trafostanica i zamjena starog sustava s dvije razine srednjeg napona (35 i 10 kV) jedinstvenim sustavom 20 kV²⁴.

Za jačanje kapaciteta i sigurnosti elektroopskrbe predviđeni su sljedeći projekti:

- izgradnja nadzemnog dalekovoda 110 kV (TS Varaždin 1 – TS Kneginec),
- kabelska kanalizacija uz istočnu obilaznicu (RS 20 kV Poliester – TS Kneginec),

²² Bike Routes VZZ – Biciklističke rute Varaždinske županije

²³ Službeni vjesnik grada Varaždina, Sporazum gradonačelnika za klimu i energiju

²⁴ Desetogodišnji (2018.-2027.) plan razvoja distribucijske mreže HEP ODS-a

- nove trase 20 kV kabela duž južne i sjeverne obilaznice (Optujska, Brezje, Sportska dvorana, Grabanica).

Elektroenergetski sustav je projektiran tako da omogućava interpolaciju novih priključaka u sve razvojne zone grada, uz tehničku suglasnost HEP-a, osobito na područjima u blizini HE Varaždin.

Na području grada primjetan je snažan pomak prema obnovljivim izvorima, osobito sunčevoj energiji. Instalirani su fotonaponski sustavi ukupne snage preko 300 kW na krovovima škola, sportskih dvorana i fakulteta, s godišnjom proizvodnjom većom od 300.000 kWh, čime se smanjuje emisija CO₂ za više desetaka tona godišnje. Grad Varaždin dodatno potiče građane kroz:

- izradu interaktivne solarne mape,
- najavu sufinanciranja projektne dokumentacije za kućne sustave,
- planiranje komunalnih solarnih elektrana.

U tijeku je projekt modernizacije sustava javne rasvjete, kojim se planira zamjena 6.064 zastarjelih svjetiljki energetski učinkovitijim LED rasvjetnim tijelima (snage 48–66 W). Do sada je postavljeno 3.335 svjetiljki, a ukupno će ih biti preko 7.500, uključujući:

- 117 novih rasvjetnih stupova,
- 197 dekorativnih fenjera u povijesnoj jezgri,
- 161 ormar javne rasvjete,
- 10 baznih stanica za daljinsko upravljanje putem LoRaWAN mreže²⁵.

Godišnja ušteda energije iznosi preko 600.000 kWh, uz značajno smanjenje emisije CO₂ i svjetlosnog onečišćenja.

Plinska mreža grada Varaždina jedna je od najrazvijenijih u Hrvatskoj. Već 2010. godine čak 96,5 % objekata bilo je priključeno na plinski sustav. Distribuciju prirodnog plina provode Termoplin d.d. i Ivkom-plin d.o.o., a sustav se temelji na povezanosti transportne (Plinacro d.o.o.) i distribucijske mreže (10 redukcijskih stanica)²⁶.

Važni elementi uključuju:

- magistralne plinovode DN 150–300 mm pod tlakom 50 bara (npr. Budrovac – Varaždin I, Kneginec – Varaždin II),
- dvije mjerno-redukcijske stanice (MRS Varaždin I i II),
- novi magistralni plinovod Kneginec – Varaždin II (2020.), koji je zamijenio dio trase prema Čakovcu.

Tehnički zahtjevi definiraju zaštitne koridore od 30 metara s obje strane osi plinovoda, uz specifične mjere zaštite, što se reflektira u prostornim planovima.

Prikazana je tablica s ključnim infrastrukturnim komponentama energetske infrastrukture grada Varaždina.

²⁵ Grad Varaždin (bez godine). Grad Varaždin imat će najmoderniju LED javnu rasvjetu – kreće projekt rekonstrukcije. Dostupno na: <https://varazdin.hr/novosti/grad-varazdin-imat-ce-najmoderniju-led-javnu-rasvjetu-krece-projekt-rekonstrukcije-11454/>

²⁶ Informacije o plinskoj mreži Grada Varaždina, Termoplin d.d. i Ivkom-plin d.o.o., dostupno u njihovim godišnjim izvještajima.

Tablica 8. Ključna energetska infrastruktura grada Varaždina

Kategorija	Opis
Električna energija	Distribucija preko TS 110/35/20/10 kV, srednjenaponska mreža 10(20) kV
Električna energija	Planirana izgradnja novih TS: Brezje, rekonstrukcija Varaždin 2
Električna energija	Dogradnja kabelaške kanalizacije uz istočnu, južnu i sjevernu obilaznicu
OIE – solarna energija	300+ kW solarnih panela na javnim zgradama, >300.000 kWh/godišnje
OIE – poticaji	Interaktivna solarna mapa, planovi sufinanciranja projektne dokumentacije
Javna rasvjeta	Zamjena 6.064 svjetiljki LED tehnologijom (48–66 W), 3.335 već postavljeno
Javna rasvjeta	Ušteda 600.000+ kWh/god., smanjenje CO ₂ , LoRaWAN upravljanje
Plinska mreža	Priključenost 96,5 % objekata na sustav, 10 redukcijskih stanica, visok tlak do 50 bara
Plinska mreža	Novi magistralni plinovod Kneginec – Varaždin II (2020.), zamjena trase prema Čakovcu
Klimatska politika	Sporazum gradonačelnika: cilj smanjenje emisije CO ₂ za 20 % do 2020. – ciljevi djelomično ispunjeni

Izvor: Obrada autora, službeni izvještaji o energetici (pristup 2025)

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Telekomunikacijska infrastruktura grada Varaždina visoko je razvijena i predstavlja važan preduvjet za gospodarski razvoj, digitalnu transformaciju javnih usluga te kvalitetu života građana i posjetitelja. Stabilna povezanost i široka dostupnost internetskih usluga omogućuju učinkovitu komunikaciju, rad na daljinu, razvoj pametnih rješenja te jačanje digitalne prisutnosti turističke ponude destinacije.

Sve građevine na području grada Varaždina priključene su na nepokretnu telekomunikacijsku (TK) mrežu, pri čemu su opremljene instalacijama prilagođenima veličini i namjeni objekata. U tijeku je kontinuirana rekonstrukcija postojećih pristupnih TK mreža, s ciljem zamjene zastarjelih nadzemnih kabela podzemnim optičkim mrežama. Na lokacijama s ograničenim kapacitetima provodi se proširenje kroz polaganje dodatne distribucijske telekomunikacijske kanalizacije (DTK)²⁷.

U Gradu su prisutni svi glavni nacionalni operateri elektroničkih komunikacija, uključujući Hrvatski Telekom, A1 Hrvatska, Telemach i Optima Telekom, što jamči tržišnu konkurentnost, raznolikost usluga i tehnološki napredna rješenja za krajnje korisnike. Na području grada djeluje i tvrtka MAGIC NET d.o.o., sa sjedištem u Ludbregu i poslovnicom u Varaždinu, koja pruža usluge širokopojasnog pristupa internetu putem optičke i bežične mreže te javno dostupne telefonske usluge u nepokretnoj mreži.

²⁷ Podaci o izgradnji i modernizaciji optičke telekomunikacijske infrastrukture u sklopu projekta Smart City Varaždin, uključujući podzemne DTK kanale i mrežu otvorenog tipa, Grad Varaždin i tvrtka Infrastruktura d.o.o., pristup 2025. Dostupno na: https://varazdin.hr/upload/2018/10/varazdinetz_letak_w_5bd8d9085c511.pdf

Grad je podijeljen u 17 elektroničkih komunikacijskih zona, unutar kojih je prostornim planovima definirana mogućnost izgradnje samostojećih antenskih stupova sukladno Uredbi o mjerilima razvoja elektroničke komunikacijske infrastrukture (NN 42/25). Do kraja 2021. godine u Varaždinu su bile aktivne 53 bazne postaje na 43 lokacije, uključujući 8 vlastitih antenskih stupova operatora, 19 antenskih prihvata na postojećim građevinama i 14 sustava unutar zatvorenih prostora.

Jedan od ključnih iskoraka u području digitalne infrastrukture ostvaren je izgradnjom jednog od najvećih podatkovnih centara u regiji u gospodarskoj zoni Brezje. Ovaj moderni podatkovni centar osigurava visok kapacitet za pohranu i obradu podataka, ključan za razvoj digitalnih servisa, poslovnih sustava i lokalnih tehnoloških poduzeća, a istodobno podupire pouzdanost i brzinu internetske povezanosti u gradu.

Dodatno, Grad Varaždin kontinuirano ulaže u projekte digitalne povezanosti kroz EU inicijative poput WiFi4EU, omogućujući besplatan pristup internetu na frekventnim javnim površinama, čime se potiče digitalna inkluzivnost, mobilnost turista i suvremen pristup informacijama na licu mjesta²⁸.

Vodoopskrba i odvodnja

Veći dio grada Varaždina priključen je na javnu vodoopskrbnu mrežu kojom upravlja komunalno poduzeće Varkom d.o.o. Regionalni vodovod Varaždin prostire se na području 26 jedinica lokalne samouprave, uključujući gradove Varaždin, Novi Marof, Varaždinske Toplice, Ludbreg i dio Lepoglave. Vodom za piće opskrbljuje oko 151.000 stanovnika, što čini oko 82 % županije. Potrošačima se godišnje isporuči 8 000 000 m³ pitke vode, od čega 70 % iskoriste kućanstva, a 30 % industrija.

Duljina ugrađene vodovodne mreže je veća od 1.500 km, bez ugradbene dužine samih priključaka. U sustavu vodoopskrbe nalaze se 17 vodosprema ukupne zapremine 15.000 m³ i 11 precrpnih stanica kojima se voda precrpljuje u geografski viša područja. Čitav sustav crpljenja podzemne vode, dezinfekcije, distribucije i dodatnog precrpljivanja na geografski viša područja prati se 24 sata dnevno preko sustava nadzora i daljinskog upravljanja (SNDU).²⁹

Vodoopskrba se temelji na podzemnim crpilištima iz dravskog aluvija – prvenstveno Varaždin, Bartolovec i Vinokovščak. Za poboljšanje sustava planira se:

- izgradnja dodatnih komora vodospreme „Doljan“ (3 x 5.000 m³),
- dovršetak radova na crpilištima Vinokovščak i Bartolovec,
- proširenje mreže u novoizgrađenim urbanim zonama,
- osiguranje prostora za laboratorije, upravne zgrade i tehničku infrastrukturu.

Odvodnja otpadnih voda na području grada Varaždina riješena je mješovitim sustavom, pri čemu se otpadne i oborinske vode odvođe istim kanalizacijskim sustavom. Sustav odvodnje u gradu Varaždinu doživio je značajna unapređenja kroz projekt „Aglomeracija Varaždin“, koji se provodi u dvije faze s ciljem poboljšanja javne komunalne infrastrukture, povećanja priključenosti stanovništva na kanalizacijsku mrežu te zaštite okoliša. U prvoj fazi projekta (2017.–2021.) izgrađeno je 233 kilometra sustava javne odvodnje, 105 precrpnih stanica i tri kišno-retencijska bazena, a rekonstruirano je i 2,5 kilometra postojećih cjevovoda te moderniziran uređaj za pročišćavanje otpadnih voda (UPOV) kapaciteta 127.000 ES. Druga faza projekta (2021.–2027.) obuhvaća daljnju dogradnju i rekonstrukciju UPOV-a na lokaciji Motičnjak, uključujući nove

²⁸ Grad Varaždin (2023). Službeno glasilo Grada Varaždina, br. 623/2023: „Izmjene i dopune planova i projekti razvoja infrastrukturnih sustava Grada Varaždina“. Dostupno na: https://glasila.hr/upload_data/site_files/svgv623.pdf

²⁹ Varkom d.d., službeni upravitelj javne vodoopskrbe grada Varaždina.

građevine za mehaničko pročišćavanje i reteniranje vršnih dotoka. Ukupna vrijednost projekta iznosi 111 milijuna eura, od čega se oko 70 % financira iz fondova Europske unije. Održavanje sustava povjereno je poduzeću Varkom d.o.o., koje koristi suvremenu opremu i specijalna vozila za učinkovito čišćenje i upravljanje kanalizacijskom mrežom³⁰.

Ciljevi projekta uključuju povećanje stope priključenosti na sustav javne odvodnje s ciljem 84 %-ne priključenosti te osiguranje pročišćavanja prikupljenih otpadnih voda u skladu s hrvatskim propisima i propisima Europske unije. Očekuje se da će 8.367 dodatnih stanovnika biti priključeno na sustav odvodnje.

Ove aktivnosti osiguravaju dugoročnu i pouzdanu opskrbu vodom te učinkovitu odvodnju otpadnih voda za stanovništvo i gospodarstvo grada Varaždina, uključujući povećan broj korisnika tijekom turističke sezone.

U 2024. godini, najveći broj turističkih noćenja zabilježen je u kolovozu, s ukupno 13.730 noćenja, dok je najmanji broj noćenja zabilježen u siječnju, s 3.886 noćenja. Ukupna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kolovozu 2024. iznosila je 156.148,52 m³, dok je u siječnju bila 162.387,93 m³. Iako je kolovoz 2024. zabilježio najveći broj turističkih noćenja, ukupna potrošnja vode bila je niža nego u zimskim mjesecima³¹. Na to vjerojatno utječe smanjeno prisustvo lokalnog stanovništva tijekom ljetnih mjeseci. Ova pojava naglašava važnost dublje analize stvarnih obrazaca potrošnje vode i njihove povezanosti s turističkim opterećenjima.

Gospodarenje otpadom

Grad Varaždin posvećuje veliku pažnju sustavu gospodarenja otpadom kako bi osigurao čisto i zdravo okruženje za svoje stanovnike. Komunalnu djelatnost prikupljanja miješanog komunalnog otpada (MKO) obavlja tvrtka Čistoća d.o.o. Varaždin, koja pruža usluge sakupljanja otpada na području grada i prigradskih naselja.

Grad Varaždin provodi sustav odvojenog prikupljanja otpada kako bi se povećala stopa recikliranja i smanjila količina otpada koja završava na odlagalištima. Reciklabilni otpad, poput papira, plastike, stakla i metala, prikuplja se u zasebnim spremnicima koji su dostupni kućanstvima i na javnim površinama. Također, građanima su na raspolaganju reciklažna dvorišta gdje mogu odložiti razne vrste otpada.

Miješani komunalni otpad (MKO) redovito se odvozi prema unaprijed utvrđenom rasporedu koji je dostupan na službenim stranicama tvrtke Čistoća d.o.o. Varaždin. U ljetnim mjesecima, zbog povećane količine otpada, odvoz se prilagođava kako bi se osigurala pravovremena i učinkovita usluga.

Na području grada Varaždina razvijena je infrastruktura za obradu i gospodarenje otpadom, koja uključuje nekoliko ključnih objekata i postrojenja. Glavnu ulogu u odvojenom prikupljanju otpada imaju reciklažna dvorišta RD1 i RD2, smještena na adresi Motičnjak 9 i 9/A, kojima upravlja tvrtka Čistoća d.o.o. Pokrivaju Grad Varaždin te prigradska naselja Hrašćica, Gojanec, Jalkovec, Poljana Biškupečka, Črnc Biškupečki, Kućan Marof, Gornji Kućan, Donji Kućan i Zbelava.

Na području naselja Črnc Biškupečki nalaze se dva bioplinna postrojenja za uporabu neopasnog biološkog otpada (R3, R12, R13). Jedno je u vlasništvu CLIP BIO PLUS d.o.o. (Črnc Biškupečki 301A), a drugo obrta VRČEK (Črnc Biškupečki 301). U Ulici Dore Pejačević 10 nalazi se postrojenje za mehaničko-biološku obradu otpada koje vodi CE-ZA-R d.o.o., s aktivnostima obrade, uporabe i zbrinjavanja otpada (PP, PU, R3, R4, R5, R12, R13, D8, D13, D15)³².

³⁰ Varkom d.o.o. (bez godine). Projekt „Sustav odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda aglomeracije Varaždin“. Dostupno na: <https://www.varkom.hr/stranica/sustav-odvodnje>

³¹ Turistička zajednica Grada Varaždina, „Izvješće o izvršenju programa rada TZGV 2024“, sustav eVisitor

³² Plan gospodarenja otpadom Varaždinske županije za razdoblje 2024. – 2029. godine

Do pune uspostave Regionalnog centra za gospodarenje otpadom Piškornica, čiji se puni kapacitet rada očekuje 2027. godine, otpad se odvozi na postojeća odlagališta izvan županije. U tu svrhu izgrađena je pretovarna stanica u Poljani Biškupečkoj, dok je u zoni Motičnjak, gdje već djeluju Reciklažno dvorište 1 i Reciklažno dvorište 2 te Sortirnica, najavljena i izgradnja kompostane. Lokacije na Motičnjaku već su prilagođene i za zbrinjavanje građevinskog otpada, uključujući materijal koji sadrži azbest. Infrastruktura udovoljava propisanim tehničkim i okolišnim standardima (sustavi zaštite zraka, kontrola emisija, razdjelni sustav odvodnje).

U prostornim planovima predviđene su dodatne lokacije za infrastrukturu gospodarenja otpadom (reciklažna dvorišta, sortirnice, kompostane itd.), uključujući mogućnost prenamjene saniranih odlagališta.

Prema podacima Evidencije lokacija odbačenog otpada (ELOO) Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja iz prosinca 2023. godine³³, na području grada Varaždina evidentirano je 15 aktivnih lokacija odbačenog otpada. Njihovo uklanjanje i sanacija provode se u koordinaciji s nadležnim institucijama, u skladu s važećim zakonskim procedurama i planovima zaštite okoliša.

Grad Varaždin kontinuirano radi na unapređenju sustava gospodarenja otpadom. U tu svrhu organiziraju se javne tribine i prezentacije kako bi se građani informirali o pravilnom postupanju s otpadom, cijenama usluga te funkcioniranju reciklažnih dvorišta i sortirnica.

Varaždinska županija donijela je Plan gospodarenja otpadom za razdoblje 2024. – 2029. godine, koji obuhvaća mjere i aktivnosti usmjerene na smanjenje nastanka otpada, povećanje stope recikliranja te unapređenje cjelokupnog sustava gospodarenja otpadom.

Ove aktivnosti i mjere imaju za cilj osigurati održivo gospodarenje otpadom u gradu Varaždinu, uz aktivno sudjelovanje građana i svih relevantnih institucija.

Tablica 9. Tvrtke i subjekti koji prikupljaju i/ili obrađuju otpad na području grada Varaždina

R.br.	Tvrtka / subjekt	Jedinica lokalne samouprave (JLS) / lokacija	Napomena
1.	Čistoća d.o.o., Varaždin	Grad Varaždin, prigradska naselja (Hrašćica, Gojanec, Jalkovec, Poljana Biškupečka, Črnc Biškupečki, Kućan Marof, Gornji Kućan, Donji Kućan, Zbelava)	Komunalna djelatnost prikupljanja miješanog komunalnog otpada (MKO); upravlja reciklažnim dvorištima RD1 i RD2
2.	CE-ZA-R Centar za reciklažu d.o.o.	Grad Varaždin	Mehaničko-biološka obrada otpada, uporaba i zbrinjavanje (PP, PU, R3–R13, D8, D13, D15)
3.	Univerzal d.o.o.	Grad Varaždin	Sakupljanje, skladištenje i obrada neopasnog i opasnog otpada; reciklaža metala
4.	Socijalna zadruga Humana Nova	Grad Varaždin	Gospodarenje otpadom (socijalno poduzetništvo)
5.	Clip Bio Plus d.o.o.	Grad Varaždin (Črnc Biškupečki)	Kompostana / bioplinско postrojenje za uporabu biootpada (R3, R12, R13)
6.	VRČEK – obrt za proizvodnju i usluge	Grad Varaždin (Črnc Biškupečki)	Bioplinско postrojenje za uporabu otpada (R3, R12, R13)

³³ Evidencija lokacija odbačenog otpada za 2024. godinu, dostupno na: <https://eloo.haop.hr/public/>

7.	Colas Hrvatska d.d.	Grad Varaždin	Proizvodnja recikliranog asfalta (Colafrez) iz glodanog asfaltnog agregata
8.	Lotus 91 d.o.o.	Grad Varaždin (Jalkovec)	Sakupljanje, sortiranje i skladištenje neopasnog i ambalažnog otpada; regionalni centar za ambalažni otpad (Varaždinska, Krapinsko-zagorska, Koprivničko-križevačka i Međimurska županija)

Izvor: Plan gospodarenja otpadom Varaždinske županije za razdoblje 2024. – 2029.; dopunjeno prema Registru dozvola za gospodarenje otpadom (ReDGO) i javno dostupnim izvorima

Napomena: Navedeni subjekti, osim skupljanja, obavljaju i druge aktivnosti u sustavu gospodarenja otpadom (obrađa, uporaba, zbrinjavanje).

2.5. Analiza ponude i potražnje, organizacije te tržišne i zelene prisutnosti

Ovo poglavlje donosi sveobuhvatnu analizu ključnih sastavnica turističkog sustava grada Varaždina, s ciljem utvrđivanja trenutačne razine razvoja, tržišnog položaja i potencijala za daljnje unapređenje destinacije. U fokusu je detaljna procjena strukture, kvalitete i raznolikosti postojećih turističkih proizvoda i usluga, s osvrtom na njihovu tržišnu relevantnost i usmjerenost prema ciljanim segmentima posjetitelja.

Analiza uključuje i evaluaciju obilježja turističke potražnje, kroz uvid u motive dolaska, profil posjetitelja, trajanje boravka, potrošačke navike, korištene kanale informiranja i razinu zadovoljstva doživljajem destinacije. Time se stvara realna slika korisničkog iskustva i očekivanja koja utječu na oblikovanje buduće ponude.

Poseban naglasak stavljen je na organizacijski model upravljanja destinacijom, uključujući uloge i međusobnu koordinaciju ključnih dionika – gradske uprave, turističke zajednice, kulturnih i obrazovnih institucija, privatnog sektora i civilnog društva. Analizira se učinkovitost institucionalne suradnje te kapaciteti za strateško planiranje i provedbu razvojnih inicijativa.

Uz to, obrađuje se tržišna pozicioniranost Varaždina na nacionalnom i međunarodnom tržištu, uključujući prisutnost u fizičkim i digitalnim promotivnim kanalima, razinu prepoznatljivosti i konkurentnosti, kao i sposobnost brendiranja i diferencijacije u odnosu na usporedive destinacije.

Značajan dio analize usmjeren je na ocjenu zelene prisutnosti destinacije – implementaciju održivih praksi, energetske učinkovitost, kružno gospodarstvo, zelenu mobilnost i edukativne sadržaje. Na taj način se procjenjuje usklađenost destinacije s globalnim trendovima održivog razvoja i identificiraju potencijali za daljnji napredak unutar okvira zelene tranzicije.

Analiza organizacije

Prikazuje se institucionalni okvir destinacijskog upravljanja u Varaždinu – uključujući uloge i suradnju Turističke zajednice, Grada, javnih ustanova, poduzetnika i civilnog sektora. Analizira se učinkovitost koordinacije, kapaciteti za upravljanje razvojem te usklađenost sa strateškim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.

Učinkovito upravljanje destinacijom jedan je od temeljnih preduvjeta za održiv, integriran i konkurentan razvoj turizma. Grad Varaždin posjeduje institucionalno utemeljen sustav upravljanja destinacijom, pri čemu ključnu ulogu ima Turistička zajednica grada Varaždina kao nositelj promidžbe, razvoja turističkih proizvoda i koordinacije dionika u destinaciji.

Suradnja između Turističke zajednice, Grada Varaždina, javnih ustanova (muzeji, kazalište, kulturni centri), obrazovnih institucija, privatnog sektora (ugostitelji, smještajni kapaciteti, organizatori događanja) te civilnog društva (udruge, klubovi, kulturna društva) odvija se kroz različite formalne i neformalne modele, ovisno o vrsti aktivnosti i stupnju uključenosti.

Organizacijska struktura destinacije omogućuje provedbu manifestacija, upravljanje kulturnim sadržajima, razvoj urbanih i outdoor proizvoda te oblikovanje promotivnih kampanja. Ipak, postoji prostor za jačanje strateške koordinacije kroz sustavnije upravljanje projektima, digitalnu integraciju ponude i kontinuirano uključivanje lokalne zajednice u procese suodlučivanja.

U kontekstu planiranja, Grad Varaždin raspolaže relevantnim strateškim dokumentima (Provedbeni program Grada Varaždina za razdoblje 2025. – 2029. godine, Strategija razvoja kulture Grada Varaždina do 2030. godine, Strategija razvoja urbanog područja Varaždin 2021. – 2027., prostorni planovi...) koji definiraju razvojne prioritete i smjernice. Međutim, nedostaje sveobuhvatan model destinacijskog menadžmenta (DMO) s jasno definiranim operativnim funkcijama, financijskim instrumentima i praćenjem učinaka³⁴.

Dionici turizma u Varaždinu

Turistički razvoj Varaždina rezultat je djelovanja širokog spektra dionika iz javnog, privatnog i civilnog sektora. Ključnu ulogu ima javni sektor – prije svega Grad Varaždin kroz svoju upravu (Odjel za gospodarske djelatnosti, za društvene djelatnosti i sl.) koji osigurava infrastrukturu, financijski podupire manifestacije i strateški planira razvoj. Turistička zajednica grada Varaždina javna je turistička organizacija koja djeluje kao lokalni DMO i nosi glavni teret promocije, razvoja turističkih proizvoda i koordinacije dionika u destinaciji. Grad Varaždin i Turistička zajednica grada Varaždina blisko surađuju s drugim javnim ustanovama – primjerice muzejima, kazalištem, koncertnim uredom, te su partneri u kreiranju turističke ponude. Tu su i gradska komunalna poduzeća (Čistoća, Parkovi, Varkom), čija je uloga održavanje čistoće, zelenila, komunalne infrastrukture – čime neizravno doprinose kvaliteti doživljaja turista i održivosti (npr. održavanjem parkova, cvjetnih nasada u staroj jezgri, uređenjem groblja).

Privatni sektor obuhvaća niz aktera: ugostitelji i hotelijeri (restorani, kafići, smještajni objekti) pružaju uslugu turistima i time su nositelji iskustva u neposrednom kontaktu s gostima. Njihova uloga je ključna u kreiranju kvalitete boravka, a kroz Udruženje hrvatskih obrtnika Varaždin i HGK oni komuniciraju svoje interese prema Gradu i Turističkoj zajednici grada Varaždina. Zatim, tu su vlasnici privatnog smještaja i OPG-ovi koji nude smještaj ili autohtone proizvode gostima – njihov se broj znatno povećao posljednjih godina, i njihov glas u destinacijskom menadžmentu je važan.

Turističke agencije i turoperatora dovode organizirane grupe i kreiraju aranžmane, čime utječu na profil gostiju i potražnju za određenim sadržajima.

Obrtnici i trgovine (suvenirnice, lokalni proizvodi) također su dio lanca vrijednosti u turizmu. Privatni sektor sudjeluje u tijelima turističke zajednice (Turističko vijeće i Skupština Turističke zajednice grada Varaždina) te kroz javno-privatne inicijative (npr. sponzorstva festivala). Jedan od izazova u Varaždinu bio je bolje uključiti male subjekte (poput individualnih iznajmljivača, OPG-ova) u turistički sustav – planovi predviđaju edukacije i digitalno umrežavanje kako bi i oni bili vidljiviji (upotreba eVisitora, zajedničke promocije).

Nevladin sektor i lokalna zajednica također su bitan dionik. U Varaždinu djeluje niz udruga koje doprinose turističkoj ponudi: Društvo turističkih vodiča brine o stručno vođenim razgledima i interpretaciji baštine;

³⁴ Strateški dokumenti grada Varaždina, dostupno na: <https://varazdin.hr/strateski-dokumenti-grada-varazdina/>

kulturne udruge i klubovi (razna kulturno-umjetnička društva, foto-klubovi....) organiziraju događaje i sadržaje koje privlače posjetitelje ili obogaćuju manifestacije. Tu su i sportske udruge koje organiziraju sportske manifestacije, udruge u odgoju i obrazovanju, ekološke udruge koje kroz projekte (poput „InterACT Green“) pomažu da destinacija postane održivija i ugodnija.

Lokalno stanovništvo Varaždina pokazuje izrazito pozitivan stav prema turizmu, uz visok stupanj identifikacije s turističkim imidžem grada kao „barokne kulturne destinacije“. Građani aktivno sudjeluju u kulturnim i turističkim događanjima, kako u ulozi posjetitelja, tako i kao domaćini – pri čemu značajan broj privatnih iznajmljivača dolazi upravo iz lokalnih obitelji. Ova uključenost doprinosi autentičnosti ponude i jača osjećaj zajedništva u razvoju destinacije.

Grad Varaždin i Turistička zajednica grada Varaždina kontinuirano nastoje poticati participaciju građana kroz ankete, javna savjetovanja i uključivanje u strateško planiranje turizma. Primjer toga je provedena anketa „Kakav turizam želite u Varaždinu?“, kojom se nastojalo uskladiti razvojne prioritete s interesima i vrijednostima lokalne zajednice.

Učinkovito upravljanje destinacijom zahtijeva upravo takav model multisektorske suradnje, temeljen na dijalogu i ravnoteži između potreba posjetitelja, očekivanja poduzetničkog sektora i interesa stanovnika. Održiva turistička politika Grada temelji se na integriranom pristupu razvoju koji prepoznaje lokalnu zajednicu kao ključnog partnera u oblikovanju turističke ponude i identiteta destinacije.

Trenutno se suradnja odvija putem kombinacije formalnih i neformalnih modela – formalno kroz tijela Turističke zajednice (Skupštinu od predstavnika svih sektora, Turističko vijeće) i koordinacijska tijela Grada (Povjerenstva, Odbor za gospodarstvo), a neformalno kroz ad-hoc dogovore za svaku manifestaciju ili projekt. Ovakva suradnja rezultirala je nizom uspješnih projekata (organizacija velikih manifestacija, kandidatura za UNESCO grad glazbe, itd.), no uočeno je da ima mjesta za jačanje koordinacije – posebno u strateškom planiranju i zajedničkom nastupu svih dionika prema višim razinama vlasti i fondovima.

Turistička zajednica grada Varaždina (TZGV) je ključna organizacija za operativno upravljanje destinacijom. Osnovana po Zakonu o turističkim zajednicama, djeluje na načelima destinacijskog menadžmenta i glavni joj je cilj razvoj i promicanje turizma grada. TZGV predstavlja ključnu instituciju za operativno upravljanje destinacijom te djeluje u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19, 42/20)³⁵ i vlastitim Statutom iz 2020. godine. Kao lokalna turistička zajednica prve kategorije, TZGV potvrđuje svoju važnost u destinacijskom sustavu temeljem ostvarenog turističkog prometa – broja dolazaka i noćenja. Upravnu strukturu TZGV čine Skupština, kao najviše upravljačko tijelo s predstavnicima turističkog gospodarstva i lokalne uprave te Turističko vijeće kao izvršno tijelo. Operativno poslovanje vodi direktorica Turističke zajednice uz podršku stručne službe koja broji pet zaposlenika. Unatoč ograničenim kadrovskim kapacitetima, djelatnici pokrivaju sve ključne funkcije – od administracije i financija, preko promocije i organizacije manifestacija, do upravljanja Turističko-informativnim centrom (TIC) i provedbe razvojnih i EU projekata. TIC, smješten u povijesnoj jezgri Varaždina, istodobno je informacijska točka za posjetitelje i promotivni kanal za lokalne sadržaje. Financiranje TZGV osigurano je iz kombiniranih izvora: boravišna pristojba i članarine čine osnovu redovitih prihoda, dok se dodatna sredstva osiguravaju putem proračunskih potpora Grada Varaždina, sponzorstava i donacija (osobito vezanih uz manifestacije poput Špancirfesta i Adventa) te natječaja i fondova na nacionalnoj i europskoj razini³⁶.

Aktivnosti TZGV: razvija i unapređuje turističke proizvode, događanja i infrastrukturu te koordinira suradnju javnog i privatnog sektora radi jačanja konkurentnosti i kvalitete destinacije. Također prikuplja, izrađuje i distribuira turističke informacije, upravlja promotivnim sadržajima, turističkom signalizacijom i informacijskim sustavima te brine o kvaliteti turističkog iskustva posjetitelja. Uz to provodi marketinške

³⁵ Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19, 42/20)

³⁶ Statut Turističke zajednice grada Varaždina, dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/wp-content/uploads/2022/05/statut-tzgv-2020.pdf>

aktivnosti u suradnji s regionalnom i nacionalnom turističkom zajednicom te promovira destinaciju na domaćem i inozemnom tržištu.

Aktivnosti TZGV obuhvaćaju:

Razvoj turističkih proizvoda:

- realizaciju, razvoj i unapređenje ključnih turističkih proizvoda destinacije, odnosno manifestacija u organizaciji TZGV-a, koje su motiv dolaska u Varaždin
- potporu manifestacijama u organizaciji drugih organizatora koje obogaćuju turističku ponudu destinacije
- povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode
- traženje i osiguravanje dodatnih izvora prihoda kroz prijave na nacionalne i EU natječaje
- sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

Komunikaciju, oglašavanje i destinacijski menadžment:

- izradu i distribuciju informativnih materijala
- kreiranje sadržaja na web stranici destinacije i profilima društvenih mreža
- suradnju sa subjektima privatnog i javnog sektora na podizanju kvalitete
- održavanje sustava turističke signalizacije
- sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor
- koordinaciju s Turističkom zajednicom Varaždinske županije u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- promociju destinacije i ključnih proizvoda na domaćem i stranom tržištu u suradnji s TZ Varaždinske županije
- pripremu destinacijskih marketinških materijala
- pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s TZ Varaždinske županije i HTZ-om
- pružanje podrške turističkim agencijama u kreiranju paketa
- umrežavanje dionika – TZGV okuplja članove (smještaj, ugostitelji, agencije) te potiče suradnju. Kroz sastanke i radionice TZGV prenosi dionicima trendove, provodi edukacije (npr. digitalni marketing za iznajmljivače), a u kriznim situacijama (poput COVID-19) pruža informacije i podršku turističkom sektoru.

Analiza potražnje

TURISTIČKA POTRAŽNJA U VARAŽDINU BILJEŽI STALAN RAST I RAZNOLIKOST ► Kontinuirani rast dolazaka i noćenja, sve izraženija struktura stranih gostiju, širenje privatnog smještaja te umjerena sezonalnost ukazuju na jačanje Varaždina kao gradske destinacije koja postupno prelazi iz izletničkog u model višednevnog boravka, s potencijalom za daljnju tržišnu diversifikaciju i cjelogodišnje poslovanje.

Ovo poglavlje donosi sažetu analizu turističke potražnje u gradu Varaždinu u razdoblju 2010.–2024., s ciljem razumijevanja ključnih trendova i tržišnih promjena. Obuhvaćeni su podaci o dolascima, noćenjima i prosječnoj duljini boravka, s fokusom na sezonalnost i izračun GINI indeksa.

Analiziraju se smještajni kapaciteti po vrstama i davateljima, uključujući strukturu, obujam i promjene kroz vrijeme, kao i svi relevantni pokazatelji propisani Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i

održivosti turizma (NN 112/24). U fokusu je i struktura tržišta – domaći i strani gosti po tržištima, uz trendove i duljinu boravka po zemljama porijekla.

Svrha analize je pružiti podlogu za razvoj mjera koje će povećati atraktivnost, produljiti boravak, smanjiti sezonalnost i ojačati tržišnu diverzifikaciju destinacije.

Smještaj

Turistički smještaj predstavlja jedan od temeljnih elemenata turističke ponude te izravno utječe na doživljaj i zadovoljstvo posjetitelja. Kvaliteta, raznolikost i dostupnost smještajnih kapaciteta ključni su za oblikovanje turističke destinacije, kao i za privlačenje različitih ciljanih skupina turista. U skladu s time, smještaj u turizmu obuhvaća razne oblike – od hotela, hostela, pansiona, apartmana i soba u domaćinstvu, do nekomercijalnog smještaja poput boravka kod prijatelja i rodbine.

Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD), obuhvaća smještajne usluge u hotelima i sličnim objektima, kampovima, privatnim smještajnim jedinicama, kao i pripremu i usluživanje hrane i pića u restoranima, kafićima, barovima i drugim ugostiteljskim objektima. Ova djelatnost ima važnu gospodarsku ulogu jer izravno potiče zapošljavanje, generira prihode te doprinosi ukupnoj atraktivnosti destinacije³⁷.

Na području grada Varaždina djeluje značajan broj poslovnih subjekata u sektoru turizma, posebno u okviru djelatnosti pružanja smještaja i ugostiteljskih usluga. U nastavku je prikazan broj registriranih poduzeća i fizičkih osoba prema dostupnim podacima:

Smještajni kapaciteti (2011.–2025.)

Turistički smještaj u Varaždinu doživio je rast i diverzifikaciju u posljednjem desetljeću. Godine 2011. u gradu je bilo 385 kreveta od čega 344 u hotelima, pansionima i hostelu (broj kreveta u privatnim sobama bio je u manjini). 2018. broj komercijalnih ležaja u Varaždinu bio je 660 (uz dodatan 1.121 ležaj tijekom ljeta u Studentskom domu (861 krevet) i Učeničkom domu (260 kreveta), koji su tijekom ljeta djelovali kao Hosteli).

Nakon 2018. godine zabilježen je porast u razvoju privatnog smještaja na području grada Varaždina. Otvoren je značajan broj novih apartmana, soba i kuća za odmor, a dodatni iskorak napravljen je 2018. godine otvaranjem dvaju novih hostela, čime je proširena ponuda za mlađe i goste kojima je važan povoljniji smještaj.

Prema podacima Turističke zajednice grada Varaždina, u 2024. godini destinacija je raspolagala s ukupno 949 stalnih kreveta u komercijalnom smještaju, u različitim vrstama smještajnih objekata. Tijekom srpnja i kolovoza smještajni kapacitet privremeno se povećavao za dodatnih 1.121 ležaj, budući da su Studentski dom (861 ležaj) i Učenički dom (260 ležajeva) bili u funkciji hostelskog smještaja. Tako je tijekom ljetne sezone (srpanj - kolovoz) destinacija raspolagala s ukupno 2.070 smještajnih jedinica za noćenje.

U 2025. godini destinacija je raspolagala s 857 stalnih kreveta u komercijalnom smještaju. Tijekom ljetne sezone (srpanj i kolovoz) smještajni kapacitet privremeno se povećavao za dodatnih 876 ležajeva, zahvaljujući uključivanju Studentskog doma (861 ležaj) i Učeničkog doma (15 ležajeva) u ponudu hostelskog smještaja. Tako je tijekom ljetnih mjeseci ukupni raspoloživi smještajni kapacitet iznosio 1.733 kreveta i ležaja. U 2025. godini zatvoren je jedan Hostel s 41 krevetom i nekoliko apartmana i soba s ukupno 54 kreveta.

U prvih šest mjeseci 2026. godine destinacija je raspolagala sa 765 stalnih kreveta u komercijalnom smještaju. I tijekom 2026. godine planirano je privremeno povećanje smještajnih kapaciteta tijekom srpnja i kolovoza za dodatnih 876 ležajeva, uključivanjem Studentskog doma (861 ležaj) i Učeničkog doma (15 ležajeva) u ponudu hostelskog smještaja. Time bi tijekom ljetne sezone ukupni raspoloživi smještajni

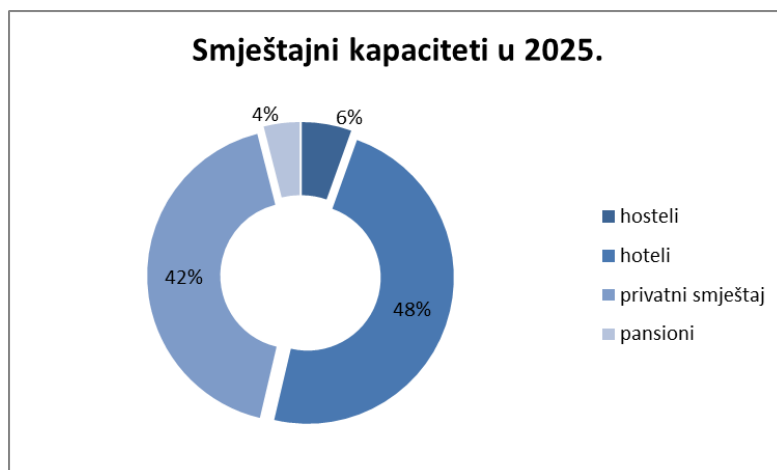
³⁷ Nacionalna klasifikacija djelatnosti 20225.-NKD 2025.

kapacitet iznosio 1.641 krevet i ležaj. Do smanjenja broja kreveta u 2026. u odnosu na 2025. godinu došlo je prvenstveno zbog smanjenja broja kreveta u Hotelu Turist, evidentiranih u eVisitoru, s dosadašnjih 286 kreveta na 190 kreveta.³⁸

Struktura stalnih smještajnih kapaciteta dostupnih tijekom cijele 2025. godine prikazana je u nastavku:

- Hosteli: 47 kreveta (6 % ukupnih kapaciteta),
- Hoteli: 413 kreveta (48 %),
- Privatni smještaj (apartmani, sobe i kuće za odmor): 363 kreveta (42 %),
- Pansioni - 34 kreveta (4 %)

Slika 5. Stalni smještajni kapaciteti tijekom cijele godine (2025.)



Izvor: eVisitor, obrada autora

Struktura ukupnih smještajnih kapaciteta destinacije tijekom ljetne sezone (1. srpnja – 31. kolovoza 2025.), uključujući sezonski dostupne kapacitete, prikazana je u nastavku:

- Hosteli: 47 kreveta (3 % ukupnih kapaciteta),
- Hoteli: 413 kreveta (24 %),
- Privatni smještaj (apartmani, sobe i kuće za odmor): 363 kreveta (21 %),
- Pansioni - 34 kreveta (2 %),
- Sezonski kapaciteti - hosteli: 876 kreveta dostupnih tijekom ljetnih mjeseci u Studentskom domu (861 krevet) i Učeničkom domu (15 kreveta) - 50 %.

Ukupno, na području grada Varaždina trenutno djeluje 135 registriranih smještajnih objekata, što čini temelj za daljnje pozicioniranje Varaždina kao destinacije s mogućnošću višednevnog boravka. Ovaj infrastrukturni razvoj pridonio je transformaciji Varaždina iz pretežno izletničke destinacije u grad koji sve više privlači posjetitelje na noćenje i dulji boravak.

Unatoč proširenju kapaciteta, prosječna iskorištenost smještajnih jedinica ostaje niska. U 2024. godini ostvareno je 82.344 noćenja, prema metodologiji sustava eVisitor, službena prosječna godišnja popunjenost iznosila je 12 %. U 2025. godini ostvareno je 96.650 noćenja, a prosječna popunjenost bila je 15 %.³⁹

³⁸ eVisitor

³⁹ eVisitor – Informacijski sustav za prijavu i odjavu turista. Interni podaci o dolascima i noćenjima (korišteno za analizu turističkog prometa)

Pokazatelj prosječne godišnje popunjenosti preuzet je iz sustava eVisitor i izračunava se prema metodologiji tog sustava. Zbog specifične strukture smještajnih kapaciteta u Varaždinu, koju obilježava značajan udio sezonskih kapaciteta dostupnih isključivo tijekom ljetnih mjeseci, navedeni pokazatelj potrebno je tumačiti uz navedena metodološka ograničenja te ga dopuniti analizom iskorištenosti stalnih komercijalnih smještajnih kapaciteta. Tako je u 2024. prosječna godišnja popunjenost stvarno raspoloživih komercijalnih kapaciteta (stalnih i sezonskih) iznosila 19,8 %, dok je iskorištenost stalnih komercijalnih smještajnih kapaciteta dostupnih tijekom cijele godine iznosila 23,8 %. U 2025., promatrajući isključivo stalne komercijalne smještajne kapacitete, njihova prosječna godišnja popunjenost iznosila je 30,9 %. Uključivanjem sezonskih smještajnih kapaciteta koji su bili raspoloživi tijekom ljetnih mjeseci, prosječna godišnja popunjenost svih stvarno raspoloživih komercijalnih smještajnih kapaciteta iznosila je 26,3 %.

Ovi podaci upućuju na značajan prostor za unapređenje u području promocije, produljenja boravka gostiju i bolju prostorno-vremensku disperziju turističke potražnje. Fokus na cjelogodišnje sadržaje, tematske kampanje izvan glavne sezone te kvalitetnije brendiranje smještajnih kapaciteta ključni su koraci za podizanje iskorištenosti postojećih resursa.

U ponudi komercijalnog smještaja na području grada Varaždina tijekom cijele godine dominira hotelski i privatni smještaj. Drugi važan segment tijekom ljetne sezone čine veći hostelski kapaciteti, što ukazuje na povoljne opcije za mlade i grupne posjete.⁴⁰

U gradu se nalaze i dva pansiona, čime se zaokružuje ponuda srednje kategorije smještaja.

U strukturi privatnog smještaja posebno se ističu objekti s kategorijom 3 zvjezdice, koji obuhvaćaju većinu kuća za odmor, apartmana i soba za najam. Pojedini smještajni objekti kategorizirani su i s 4 zvjezdice, uglavnom hoteli više kategorije poput Park Boutique Hotela, Hotela Turist i Arbia Dorka Luxury Palace. Smještaj s 5 zvjezdica nije prisutan u gradu. Kamping ponuda nije prisutna na području grada.

Trenutna struktura kategorizacije smještajnih objekata na području grada Varaždina je sljedeća:

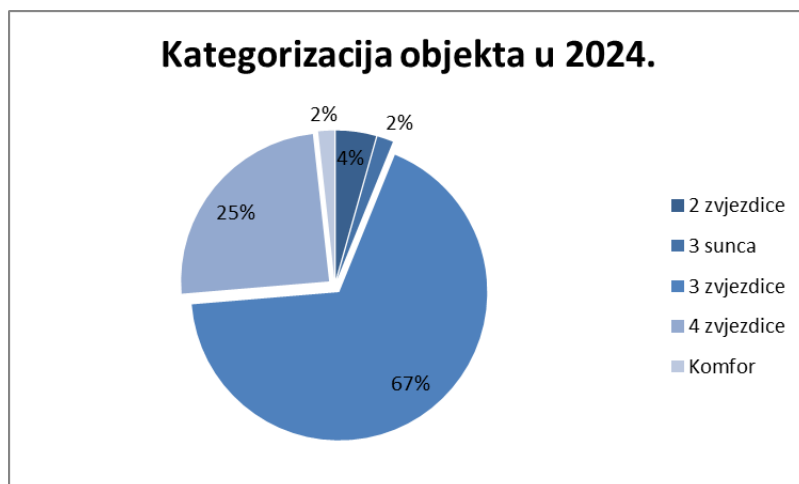
- 3 zvjezdice: 77 objekata
- 4 zvjezdice: 28 objekata
- 2 zvjezdice: 5 objekata
- 3 sunca: 2 objekta
- komfor i standard: 2 objekta
- Objekata s 5 zvjezdica: trenutno nema u službenoj evidenciji

Objekti s 3 zvjezdice čine najveći udio u ukupnoj ponudi (67 %), slijede objekti s 4 zvjezdice (25 %). Manji udio čine objekti s 2 zvjezdice (4 %), 2 % čine objekti s komfor ili standard oznakom, te objekti s oznakom 3 sunca čine 2 %.

Ovakva struktura ukazuje na profil ponude srednjeg standarda, koji odgovara tržištu pristupačnog urbanog i kulturnog turizma. Međutim, relativno nizak udio višekategoriziranih objekata i potpuni izostanak luksuznih kapaciteta ukazuje na potencijal za diverzifikaciju ponude i pozicioniranje prema tržišnim nišama više platežne moći.

⁴⁰ Turistička zajednica Grada Varaždina, „Izvješće o izvršenju programa rada TZGV 2024“

Slika 6. Kategorija smještajnih objekata u gradu Varaždinu za 2024. godinu



Izvor: eVisitor, obrada autora

Najveći broj smještajnih kapaciteta nalazi se u gradskom središtu Varaždina, gdje se nalaze hoteli, hosteli, apartmani i sobe za najam. Privatni smještaj u domaćinstvima smješten je u rezidencijalnim područjima grada i pruža mirniju alternativu boravku u centru.

Prema podacima iz sustava eVisitor, grad Varaždin je tijekom 2024. godine zabilježio značajan porast turističkih dolazaka i noćenja. U prvih šest mjeseci 2024. godine Varaždin je posjetilo više od 18.000 gostiju, što predstavlja povećanje od 12 % u odnosu na isto razdoblje 2023. godine. Od ukupnog broja posjetitelja, nešto više od 10.000 bili su strani turisti, bilježeći rast od 6 %, dok je broj domaćih gostiju porastao za čak 19 %, dosegnuvši gotovo 8.000 posjetitelja. Najveća popunjenost smještajnih kapaciteta zabilježena je u kolovozu, u vrijeme glavne festivalske i manifestacijske sezone, dok je siječanj bio mjesec s najmanjim brojem dolazaka i noćenja. Ukupan broj ostvarenih noćenja u promatranom razdoblju iznosio je 34.531, što je rast od 7 % u odnosu na prethodnu godinu. Posebno se ističe povećanje broja noćenja domaćih gostiju za 13 %, što ukazuje na trend duljih boravaka, osobito tijekom produženih vikenda i školskih praznika⁴¹.

Prema podacima iz sustava eVisitor, grad Varaždin je tijekom 2025. godine zabilježio značajan porast turističkih dolazaka i noćenja. U odnosu na 2024. godinu zabilježen je rast od 10 % u broju dolazaka i 17 % u broju noćenja. Broj stranih turista je veći 14 % u dolascima i 25 % u noćenjima. Uz strane turiste, i domaći turisti bilježe rast u broju dolazaka i noćenja (oko 6 %). Najveća popunjenost smještajnih kapaciteta zabilježena je u kolovozu i prosincu, u vrijeme glavne festivalske i manifestacijske sezone, dok je veljača bila s najmanjim brojem dolazaka i noćenja. Ukupan broj ostvarenih noćenja u kolovozu zabilježio je rast od 6 %, te u prosincu rast od 26 % u odnosu na prethodnu godinu. Posebno se ističe povećanje broja noćenja domaćih gostiju za 6 %, što ukazuje na trend duljih boravaka, osobito tijekom produženih vikenda i školskih praznika⁴².

Prema propisanim standardima praćenja turističkog razvoja, Varaždin ostvaruje umjerenu turističku intenzivnost za jednu kontinentalnu sredinu. Broj noćenja u 2024. (82.344) u odnosu na broj stanovnika (46.946 popis 2021.) daje oko 1,75 turističkih noćenja po stanovniku godišnje, odnosno približno 0,95 dolazaka po stanovniku. To je daleko ispod jadranskih destinacija, ali najviše među gradovima sjeverne Hrvatske, što je potvrdilo i priznanje Varaždinu među top 3 kontinentalne destinacije na Danima hrvatskog

⁴¹ eVisitor

⁴² eVisitor

turizma 2018. godine. U pogledu strukture gostiju, udio stranih turista danas dominira – npr. 2024. strani čine oko 59 % dolazaka i 61 % noćenja.

Turistička razvijenost se može ilustrirati i pokazateljem kapaciteta: Varaždin ima ~4,0 turistička kreveta na 100 stanovnika.

Sezonalnost je umjerena (gini koeficijent iznosi približno 0,25), s indikatorom koncentracije – tri ljetna mjeseca generiraju ~45% godišnjih noćenja. Prosječna dnevna potrošnja turista nije službeno objavljena, no s obzirom na strukturu (kraći boravci, mnogo jednodnevnih posjeta), pretpostavlja se relativno manja potrošnja po gostu u odnosu na destinacije dugog boravka.

Što se tiče kvalitete iskustva, istraživanja zadovoljstva posjetitelja i lokalnog stanovništva provedena su u sklopu održivih pokazatelja. Ključni propisani pokazatelji poput broja noćenja po stanovniku, popunjenosti kapaciteta, udjela glavne sezone u noćenjima i prosječnog boravka pokazuju da Varaždin ima još prostora za razvoj turističkih pokazatelja, ali pozitivni trendovi potvrđuju snažan rast s održivom osnovom.

Profil i ponašanje

Analizira se struktura posjetitelja (domaćih i stranih), motivi dolaska, dužina boravka, razina potrošnje, zadovoljstvo destinacijom, korišteni kanali informiranja i ključni obrasci ponašanja. Uključuju se dostupni kvantitativni i kvalitativni podaci te povratne informacije iz istraživanja tržišta i lokalnih dionika.

Tablica 10. Kretanja turista na području grada Varaždina od 2022. do 2025. godine

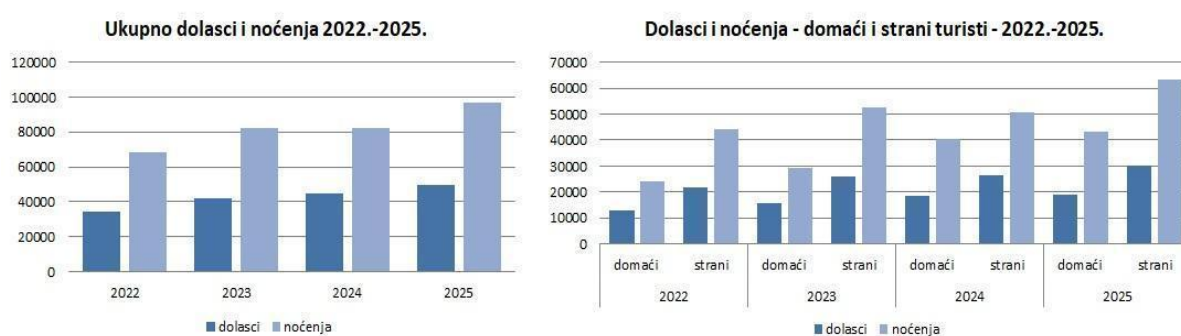
	Vrsta turista	Dolasci	Noćenja	Prosječno trajanje boravka (u danima)	Udio dolazaka	Udio noćenja
2022	Domaći	12.801	24.351	1,9	37,22%	35,46%
	Strani	21.593	44.315	2,05	62,78%	64,54%
	Ukupno:	34.394	68.666	1,99		
2023	Domaći	15.863	29.379	1,85	38,00%	35,85%
	Strani	25.887	52.568	2,03	62,00%	64,15%
	Ukupno:	41.750	81.947	1,96		
2024	Domaći	18.305	31.815	1,74	40,80%	38,64%
	Strani	26.558	50.529	1,9	59,20%	61,36%
	Ukupno:	44.863	82.344	1,83		
2025	Domaći:	19.181	33.090	1,73	38,63%	34,24%
	Strani:	30.471	63.559	2,09	61,37%	65,76%
	Ukupno:	49.652	96.649	1,95		

Izvor: eVisitor, Turistička zajednica grada Varaždina

Analiza dolazaka i noćenja turista u Varaždinu za razdoblje 2022.–2025. pokazuje stabilan rast turističkog prometa, uz određene pomake u strukturi gostiju i trajanju boravka. Ukupan broj dolazaka porastao je s 34.394 u 2022. na 44.863 u 2024. godini (+30,5 %), dok su noćenja porasla s 68.666 na 82.344 (+19,9 %). U 2025. godini također bilježimo porast broja dolazaka od 10% (49.652) i broja noćenja od 17% (96.649). Taj porast ukazuje na pojačan interes za Varaždin kao turističku destinaciju, osobito među domaćim gostima.

Uočava se postupan rast udjela domaćih gostiju, osobito u dolascima (s 37,2 % u 2022. na 40,8 % u 2024.). Istovremeno, strani gosti i dalje ostvaruju većinu noćenja, iako se njihov relativni udio smanjuje. Strani turisti borave nešto duže od domaćih: u 2024. prosječno 1,90 dana, dok domaći borave 1,74 dana. Prosječna dužina boravka stranih turista u 2025. godini je 2,09 dana, dok su domaći turisti boravili prosječno 1,73 dana.

Slika 7. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista, 2022.–2025.



Izvor: eVisitor, obrada autora

Prosječno trajanje boravka za sve goste smanjilo se s 1,99 dana (2022.) na 1,83 dana (2024.), a u 2025. je lagano poraslo na 1,95 dana, što može upućivati na trend kratkoročnih posjeta, tzv. „city break“ putovanja. Rast broja dolazaka i noćenja potvrđuje da Varaždin uspješno privlači posjetitelje, no istovremeno ukazuje na potrebu produljenja boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja, ponude i paketa.

Slika 8. Prosječno trajanje boravka svih gostiju



Izvor: eVisitor, obrada autora

U usporedbi s nacionalnim i regionalnim prosjecima, destinacija ima kratko prosječno zadržavanje turista, što može biti posljedica strukture ponude, motivacije dolazaka te nedostatka višednevnih programa. Prosječno trajanje boravka u destinaciji značajno je kraće u odnosu na prosjek Republike Hrvatske (7,7 dana) te u odnosu na prosjek Kontinentalne Hrvatske (3,38 dana), što ukazuje na potrebu razvoja atrakcija i sadržaja koji potiču dulji boravak.

Turistički posjetitelji grada Varaždina čine raznoliku i profilirano definiranu skupinu, s izraženim razlikama u motivima dolaska, dobi, zemljama porijekla te obrascima ponašanja.

Varaždin privlači širok spektar posjetitelja zahvaljujući svojoj bogatoj kulturnoj ponudi, očuvanoj povijesnoj jezgri i prepoznatljivom urbanom ambijentu. Grad posjećuju:

- zreli putnici (50–65 godina),
- mladi parovi (25–35 godina),
- obitelji s djecom.

Glavni razlozi dolaska uključuju sudjelovanje na manifestacijama, razgledavanje kulturne i povijesne baštine, uživanje u gastronomskoj ponudi te boravak u opuštenom gradskom okruženju. Među gostima se izdvaja i značajan udio kulturno motiviranih posjetitelja– obrazovanih i kulturno osviještenih posjetitelja koji traže autentičnost, inspiraciju i kreativne sadržaje.

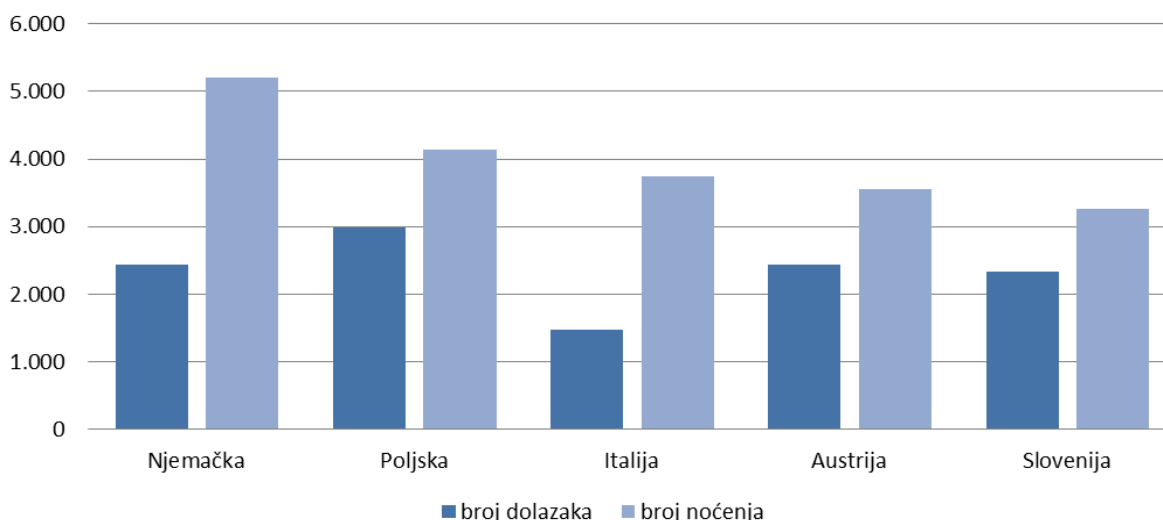
Domaći posjetitelji Varaždin sve češće doživljavaju kao vikend destinaciju, zahvaljujući njegovoj pristupačnosti, kompaktnosti i rekreativnim mogućnostima, osobito uz rijeku Dravu i u šumi Jelačić. Kod domaćih gostiju i onih koji dolaze radi edukativnih, kulturnih ili poslovnih programa primjećuje se i trend duljih boravaka, osobito tijekom produženih vikenda i praznika.

Strani posjetitelji dolaze pretežno iz Njemačke, Italije, Austrije i Poljske. Prema podacima za 2024. godinu, najveći broj dolazaka i noćenja među stranim gostima ostvarili su turisti iz Njemačke, s udjelom od 5,43 % u ukupnim dolascima i 6,32 % u ukupnim noćenjima. Slijede posjetitelji iz Poljske, Italije i Austrije, dok značajne udjele imaju i gosti iz Slovenije, Slovačke, Bosne i Hercegovine, Srbije, Češke i Mađarske.

U 2025. godini najviše stranih turista bilo je iz Njemačke (7% od ukupnih noćenja), Slovenije i Austrije (oko 5% od ukupnih noćenja), te slijede turisti iz Poljske i SAD-a (oko 4% od ukupnih noćenja).

Ova distribucija potvrđuje da Varaždin ima stabilnu potražnju s tržišta srednje i jugoistočne Europe, osobito u segmentu kulturnog i manifestacijskog turizma.

Slika 9. Usporedba dolazaka i noćenja turista iz vodećih emitivnih tržišta



Tržišna struktura gostiju: Varaždin tradicionalno privlači miks domaćih i inozemnih gostiju, pri čemu se udio inozemnih postupno povećavao. Još 2010. domaći turisti činili su ~43% noćenja, no od 2014. stranci ostvaruju većinu noćenja. U 2024. domaći gosti čine 40,8% dolazaka i 38,6% noćenja, a stranci 61,4% noćenja. To pokazuje kako je destinacija sve više internacionalno prepoznata. Glavna emitivna tržišta stranih turista su susjedne i europske zemlje: Njemačka je na prvom mjestu (oko 5–6% ukupnih dolazaka i noćenja), zatim Poljska, Italija i Austrija, a značajne su i posjete iz Slovenije, Slovačke te Bosne i Hercegovine. U 2018. zabilježeni su turisti iz čak 67 različitih zemalja, što govori o širokoj privlačnosti grada. Strani gosti u prosjeku ostaju nešto dulje od domaćih (oko 2 noći naspram ~1,8 noći), jer često posjećuju Varaždin kao dio obilaska Hrvatske ili tijekom festivala⁴³.

Domaći turisti u 2025. godini čine 39% od ukupnog broja dolazaka i 34% od ukupnog broja noćenja, a strani turisti 61% od ukupnog broja dolazaka i 66% od ukupnog broja noćenja. U 2025. godini najviše stranih turista bilo je iz Njemačke (7% od ukupnih noćenja), Slovenije i Austrije (oko 5% od ukupnih noćenja), te slijede turisti iz Poljske i SAD-a (oko 4% od ukupnih noćenja).

Domaći posjetitelji najčešće dolaze iz Zagreba i okolice te susjednih županija, često zbog manifestacija i vikend-izleta, pa im je boravak kratak (1-2 dana). Po pojedinim inozemnim tržištima nema velikih odstupanja u duljini boravka – većina europskih posjetitelja ostaje 1 do 2 noći. Može se izdvojiti da gosti s daljih tržišta (npr. prekooceanski posjetitelji u sklopu tura) uglavnom ostaju samo 1 noć u Varaždinu.

Profil posjetitelja Varaždina su dakle uglavnom turisti i izletnici zainteresirani za baštinu i događanja, što se odražava u kratkom, ali učestalom posjećivanju grada tijekom čitave godine.

Analiza ponude

TURISTIČKA PONUDA VARAŽDINA TEMELJI SE NA KULTURI ► Analiza ponude otkriva bogatstvo kulturnih atrakcija, manifestacija i gastronomske raznolikosti, uz razvijenu mrežu smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta te pratećih usluga koje zajedno čine temelj konkurentnosti destinacije i njezine sposobnosti za pružanje cjelogodišnjeg, održivog turističkog doživljaja.

Ugostiteljstvo

Grad Varaždin nudi bogatu i raznoliku gastronomsku ponudu koja obuhvaća restorane, pizzerije, kafiće i slastičarne. Ugostiteljska scena grada temelji se na spoju tradicionalne kontinentalne kuhinje i suvremenih kulinarskih trendova, s naglaskom na lokalne specijalitete i svježe domaće namirnice.

Na području grada Varaždina registrirano je više od 20 restorana, nekoliko pizzerija, desetine kafića i slastičarni, kao i specijalizirani ugostiteljski objekti⁴⁴.

U Varaždinu djeluje nekoliko restorana nositelja standarda „Okusi varaždinskoga kraja“ – to su objekti koji cijele godine garantiraju najmanje dva jela iz lokalne gastronomske baštine te više vina varaždinskoga kraja. Ti restorani nude tradicionalne specijalitete poput varaždinskog klipiča, zagorskih štrukli, jela s varaždinskim zeljem, bučinim uljem ili ludbreškim hrenom, sve uz domaća vina. U nastavku su restorani u ovoj kategoriji:

- Restoran August
- Restoran Bedem
- Restoran Verglec

⁴³ Turistička zajednica grada Varaždina, eVisitor

⁴⁴ Turistička zajednica grada Varaždina, „Gdje jesti?“ dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/gdje-jesti/>

- Restoran i pansion Garestin
- Restoran i zalogajnica Šanjek
- Geno Restaurant & Konoba
- Hotel Varaždin (restoran & wine bar)
- Kavana Grofica Marica

Osim navedenih tradicijskih restorana, Varaždin ima i niz ostalih restorana raznih profila – od moderne autorske kuhinje do tradicionalne kuhinje. U nastavku su značajniji restorani:

- Restoran Angelus
- Restoran Santa Maria
- Restoran Nobel (Hotel Turist)
- Restoran "Cimplet"
- Restoran Park (Park Boutique Hotel)
- Restoran THE Family
- Madai Sushi Bar
- Studentski restoran
- Grill House
- Red dragon
- Restoran Zvonimir

Napomena: U ovu kategoriju uvrstili smo najznačajnije samostalne restorane. Uz njih, u Varaždinu djeluje i niz manjih bistroa i gostionica koji nude jednostavnija jela, kao i restorani u okolici grada. Također, mnogi od navedenih restorana sudjeluju u gastronomskim manifestacijama – primjerice, Dani okusa varaždinskoga kraja, kada po promotivnim cijenama nude posebne menije od lokalnih namirnica.

Varaždin ima brojne pizzerije i neformalne zalogajnice za brzu hranu. Od klasičnih pizza iz krušne peći do hamburgera i uličnih specijaliteta, ova je ponuda vrlo popularna, osobito među mlađima i tijekom festivala. Neke od istaknutih pizzerija i street-food lokacija⁴⁵:

- Restoran Angelus
- Restoran Santa Maria
- Pizzeria Domenico
- Pizza House "Raj"
- Pizzeria Gardens

Slastičarne i kafići:

- Slastičarna Šešet
- Kavana Grofica Marica
- Kavana Dora
- Slastičarnica Fontana
- Arbia Dorka
- Palačinkarnica P'alapassion
- Ekos Cakes – Poplce Slastičarna
- Slastičarnica & Kavana TAČ KOLAČ Varaždin

Varaždin, iako malen grad, ima scenu barova s posebnim naglaskom na vina, piva ili druge specijalitete. Ovi barovi često kombiniraju ugostiteljstvo s enogastronomskim doživljajem i omiljena su okupljališta i lokalnog stanovništva i posjetitelja.

⁴⁵ Grad Varaždin, službena stranica "Ugostiteljska ponuda", dostupno na: <https://varazdin.hr/ugostiteljska-ponuda/>

Većina ugostiteljskih objekata posluje tijekom cijele godine, s pojačanim aktivnostima u vrijeme sezonskih manifestacija kao što su Špancirfest, Varaždinske barokne večeri i Advent. Pojedini objekti, osobito oni s vanjskim prostorima i street food ponudom, imaju izraženiju sezonalnost i povećanu potražnju u toplijim mjesecima (proljeće – jesen).

Prema podacima Turističke zajednice grada Varaždina i ugostiteljskih objekata, turisti ostvaruju 20–30 % ukupnog prometa, posebno u vrijeme manifestacija. Lokalno stanovništvo i dnevni posjetitelji iz okolnih naselja čine 70–80 % ukupne potražnje. Restorani s tradicionalnom ponudom te kafići i slastičarne u centru grada bilježe najveći udio turističkih posjeta.

Unatoč bogatoj i raznolikoj ugostiteljskoj ponudi, postoji značajan potencijal za njezin daljnji razvoj. Poseban naglasak stavlja se na jačanje suradnje između ugostitelja i lokalnih proizvođača kroz korištenje autohtonih i organskih namirnica, čime se potiče održivost i valorizacija lokalnih resursa. Uz to, dodatne mogućnosti razvoja leže u unapređenju digitalnog marketinga i izradi kvalitetnih gastro vodiča za promociju varaždinske kuhinje putem online platformi.

Turističke usluge

Grad Varaždin nudi razgranatu mrežu turističkih usluga koje doprinose ukupnoj kvaliteti boravka posjetitelja. U skladu sa Zakonom o pružanju usluga u turizmu (NN 70/21)⁴⁶, ključne kategorije turističkih usluga dostupne u destinaciji uključuju:

- Informativne i promotivne usluge (Turistički informativni centar)
- Usluge turističkih agencija (organizacija putovanja, paket-aranžmani, iznajmljivanje smještaja)
- Usluge turističkih vodiča (licencirani vodiči na više jezika)
- Ugostiteljske usluge (prehrana i piće)
- Maloprodaja i suvenirnice (prodaja lokalnih proizvoda, rukotvorina, tematskih suvenira)
- Zabavne, rekreacijske i manifestacijske usluge

Turistička zajednica grada Varaždina djeluje kao destinacijski menadžment s ciljem promicanja i razvoja turizma na području grada te podrške gospodarskim subjektima koji pružaju ugostiteljske i turističke usluge. Posjetitelji mogu dobiti sve relevantne informacije o turističkoj ponudi u Turističko-informativnom centru smještenom na adresi Ivana Padovca 3. Centar nudi besplatne brošure na više jezika, karte grada i regije te ostale korisne promotivne materijale⁴⁷.

Na području Varaždina djeluje nekoliko turističkih agencija koje nude usluge organizacije putovanja i iznajmljivanja smještaja. Neke od istaknutih agencija uključuju:

- Galileo Travel d.o.o.: smještena na adresi Antuna Mihanovića 8, ova agencija nudi razne turističke aranžmane i usluge
- Grand Tours d.o.o.: s poslovnicom u Kratkoj ulici 2, agencija s dugogodišnjim iskustvom u organizaciji putovanja
- Varaždintours d.o.o.: nalazi se na Kapucinskom trgu 6 i nudi širok spektar turističkih programa
- Odisea Travel: smještena na adresi Ivana Gundulića 2, specijalizirana za individualna i grupna putovanja
- Horizont Travel: nalazi se u ulici Anina 11 i pruža raznolike turističke usluge
- Trakostyan tours d.o.o.: nalazi se na adresi Dravska poljana 22
- DMK Vall 042: nalazi se u ulici Ivana Cankara 9a
- More adventure: nalazi se u ulici Ive Vojnovića, specijalizirani za aktivnosti na otvorenom

⁴⁶ Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 70/21)

⁴⁷ Turistička zajednica grada Varaždina, službena web stranica: www.tourism-varazdin.hr

- Mihael putnička agencija d.o.o.: nalazi se u Pavlinskoj ulici 5, specijalizirani za hodočasnička putovanja⁴⁸

Za stručno vođenje kroz Varaždin i okolna područja, posjetitelji mogu kontaktirati Društvo turističkih vodiča Varaždin, koje nudi licencirane vodiče na više jezika. Grad također obiluje maloprodajnim trgovinama s prehrambenim proizvodima i suvenirima, smještenim u centru grada i na Gradskoj tržnici.

Ove turističke usluge doprinose kvaliteti boravka posjetitelja i omogućuju im da u potpunosti dožive kulturne i prirodne ljepote Varaždina.

Grad Varaždin raspolaže raznolikom i razvijenom ugostiteljskom ponudom koja značajno doprinosi kvaliteti boravka posjetitelja te omogućuje potpun doživljaj kulturnih i prirodnih ljepota destinacije. U gradu je registrirano više od 100 ugostiteljskih objekata koji se mogu grupirati prema vrsti usluge: restorani, bistroi, pizzerije, kafići, slastičarne i barovi, s naglaskom na kombinaciju tradicionalne kuhinje i suvremenih gastronomskih trendova.

Osim ugostiteljstva, posjetiteljima su dostupni i brojni maloprodajni i prateći turistički sadržaji, osobito u povijesnoj jezgri grada. Ondje se nalaze suvenirnice s lokalnim proizvodima poput bučinog ulja i rukotvorina, trgovine delikatesa i domaće hrane, a gradska tržnica ističe se kao autentično mjesto susreta lokalnih proizvođača i posjetitelja. Dodatnu ponudu čine sezonski sajmovi – na kojima se predstavljaju OPG-ovi i domaći obrtnici, kao i manifestacije poput Špancirfesta i Adventa, na kojima se također predstavljaju OPG-ovi i domaći obrtnici.

Analiza turističke potražnje, temeljena na podacima Turističke zajednice grada Varaždina i sustava eVisitor, pokazuje da Varaždin najčešće posjećuju osobe u dobi od 25 do 45 godina, uglavnom obitelji i parovi. Omjer spolova među posjetiteljima je podjednak, dok najveći broj dolazaka bilježe gosti iz Hrvatske, Njemačke, Austrije, Slovenije i Italije. Najčešći oblici putovanja su individualni dolasci s naglaskom na kulturni turizam i vikend posjete, pri čemu se najveći broj dolazaka ostvaruje u razdoblju od svibnja do rujna, te tijekom prosinca, kada grad posebnu atraktivnost dobiva kroz adventsku ponudu i prateće sadržaje.

Glavne atrakcije i proizvodi

Varaždin raspolaže bogatom kulturno-povijesnom baštinom i atraktivnim događanjima, što čini okosnicu njegove turističke ponude. Najznačajnija atrakcija je očuvana barokna gradska jezgra s nizom palača, crkava i šarmantnih trgova. Dominira Stari grad – utvrđeni dvorac okružen bedemima, danas pretvoren u Gradski muzej sa zbirkama koje ilustriraju povijest Varaždina.

Uz Stari grad, posjetitelje privlače i brojne barokne palače (npr. palača Sermage, palača Patačić) te znamenite građevine poput Gradske vijećnice na glavnom trgu i katedrale Uznesenja Blažene Djevice Marije.

Varaždinsko Gradsko groblje predstavlja posebnu atrakciju i jedinstven primjer oblikovanog parkovnog prostora. Već više od stotinu godina prepoznato je po svojoj iznimnoj hortikulturnoj uređenosti, skladno oblikovanim zelenim površinama i vrijednim umjetničkim spomenicima. Upravo zbog jedinstvenog spoja hortikulture, arhitekture i memorijalne umjetnosti ubraja se među najljepša groblja u Europi⁴⁹.

Grad ima i bogatu mrežu muzeja i galerija: Gradski muzej Varaždin; Stari grad - Kulturno povijesni odjel, Entomološki muzej „Svijet kukaca“ u palači Herzer, Galerija umjetnina u palači Sermage, Palača Patačić - izložbeni prostor (tematske izložbe), Muzej za poluvrijeme u Areni Varaždin, Muzej anđela (privatna zbirka posvećena anđelima), Muzej oldtimera i stare tehnike, Muzej hrvatskog vatrogastva Varaždin, Centar za posjetitelje u palači Varaždinske županije, Galerija Zlati anđel, Galerija Kovačić Macolić, Galerija K10 - Kerameikon Hrvatsko društvo likovnih umjetnika (HDLU) Varaždin. Kulturni život upotpunjuju Hrvatsko

⁴⁸ Turistička zajednica grada Varaždina, „Agencije“, službena web stranica: www.tourism-varazdin.hr

⁴⁹ Varaždinsko groblje, dostupno na: <https://priroda-vz.hr/podrucja/varazdinsko-groblje/>

narodno kazalište u Varaždinu, povijesno kazalište s bogatim repertoarom, i brojne crkve (npr. Varaždinska katedrala Uznesenja blažene Djevice Marije na nebo, Crkva sv. Nikole, Kapucinski samostan i crkva Presvetog Trojstva, Crkva sv. Ivana Krstitelja, Uršulinska crkva Rođenja Isusova, Crkva sv. Florijana, Crkva Dobrog pastira, Crkva sv. Vida) koje su i spomenici kulture i koncertni prostori tijekom festivala.

Varaždin je posebno poznat po svojim manifestacijama i organiziranim događanjima, koja predstavljaju najjači adut ponude i glavni motiv dolazaka mnogih turista. Ističe se Špancirfest, veliki ljetni festival ulične umjetnosti, glazbe i gastronomije koji se održava krajem kolovoza. Tijekom deset dana festivala gradske ulice postaju pozornica za koncerte, performanse i sajmove rukotvorina, privlačeći desetine tisuća posjetitelja iz cijele Hrvatske i inozemstva. Špancirfest je proslavio Varaždin kao grad festivala i uvršten je među 20 najboljih europskih festivala umjetnosti i kulture⁵⁰.

Druga ključna manifestacija su Varaždinske barokne večeri, međunarodni festival barokne glazbe koji se održava svake jeseni (rujan/listopad) u crkvama i palačama u Varaždinu i Varaždinskoj županiji. Ovaj festival naglašava barokni identitet grada i nosi oznaku European Festivals Association te privlači ljubitelje klasične glazbe iz zemlje i inozemstva⁵¹. Uz ta dva "stožerna" događaja, tu su i brojne sezonske priredbe: primjerice Advent u Varaždinu tijekom prosinca (blagdanski sajam, klizalište i koncerti), Festival varaždinskih dvorišta ljeti (kada se otvaraju dvorišta u povijesnoj jezgri za posjetitelje uz kulturni program), Trash film festival (festival niskobudžetnih filmova), Fontana Blues Festival, Međunarodna smotra folklor - COFA, zatim KVART festival, Biergarten, Tjedan smijeha, novogodišnja utrka te sportska događanja (npr. utrke, biciklistički maraton). Sva ta događanja obogaćuju turističku ponudu i ravnomjernije raspoređuju dolaske tijekom godine.

Osim kulturne ponude, Varaždin razvija i tematske turističke proizvode u nišama poput aktivnog i outdoor turizma. Okolica grada nudi mogućnosti za rekreaciju: uz rijeku Dravu uređene su šetnice i biciklističke staze, postoji sportsko-rekreacijski centar Aquacity (jezero s plažom, sportovi na vodi), a u blizini su i popularne izletničke točke poput dvorca Trakošćan, Varaždinskih Toplica, Ludbrega i Lepoglave, a posjetitelji Varaždina često ih ukapaju u svoj boravak.

Razvijaju se i proizvodi poput cikloturizma (biciklističke rute kroz Varaždinsku županiju) te gastroturizma – varaždinski kraj poznat je po specijalitetima kao što su varaždinski klipč (zaštićena delicija), zelje, bučino ulje i slastice. U sklopu brenda "Okusi varaždinskoga kraja"⁵² restorani u okolici nude lokalna jela (npr. purica s mlincima, štrukli), čime se gastronomska ponuda uključuje u turistički doživljaj. Organizirani turistički proizvodi uključuju vođene obilaske grada – lokalni turistički vodiči nude ture po povijesnoj jezgri, tematske ture (npr. „varaždinske legende i priče“, noćne ture uz fenjere, obilazak groblja), kao i izlete u okolna mjesta.

DMC agencija i turoperatori

U Varaždinu trenutno ne postoji aktivna domaća DMC (Destination Management Company) specijalizirana za oblikovanje cjelovitih turističkih aranžmana destinacije. U praksi, ulogu organizatora paket-aranžmana za Varaždin djelomično preuzimaju lokalne turističke agencije i agencije iz drugih gradova. Nekoliko varaždinskih putničkih agencija (npr. Varaždintours, Horizont i sl.) nudi vođene ture i izlete koji uključuju Varaždin, ali većina inozemnih posjetitelja dolazi individualno ili kroz aranžmane stranih turoperatora koji ubacuju Varaždin kao jednodnevni izlet.

Budući da nema jedinstvene DMC agencije, koordinaciju razvoja integriranih proizvoda preuzima dijelom Turistička zajednica, a dijelom se oslanja na regionalnu suradnju – npr. kroz Turističku zajednicu Varaždinske županije i platforme Hrvatske turističke zajednice, gdje se Varaždin promovira u paketu s okolnim atrakcijama. U novoj strategiji predviđa se poticanje incoming agencija da kreiraju pakete s noćenjem u

⁵⁰ Špancirfest, službena web stranica: <https://www.spancirfest.com/>

⁵¹ Festival Varaždinske barokne večeri, službena web stranica: <https://vbv.hr/>

⁵² "Okusi varaždinskoga kraja". Dostupno na: <https://www.okusi.hr/okusi-varazdinskog-kraja/partneri.html>

Varaždinu te eventualno formiranje destinacijske menadžment kompanije koja bi upravljala turističkim doživljajima grada.

Tržišna prisutnost i promocija

U ovom dijelu prikazuje se vidljivost destinacije u offline i online prostoru – uključujući web stranice, društvene mreže, promotivne kampanje, partnerstva, sajmove i prisutnost u domaćim i stranim medijima. Procjenjuje se tržišna prepoznatljivost i imidž Varaždina u odnosu na konkurentske destinacije.

Tržišna prisutnost destinacije ključan je čimbenik za njezinu prepoznatljivost, privlačnost i konkurentnost na domaćem i inozemnom turističkom tržištu. Grad Varaždin, sa svojom kulturno-povijesnom baštinom, razvijenim manifestacijskim kalendarom i urbanim šarmom, ima izražen potencijal za pozicioniranje kao autentična i cjelogodišnja destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj.

Ovo poglavlje donosi pregled komunikacijskih kanala i promotivnih aktivnosti koje oblikuju imidž Varaždina u javnosti, s posebnim naglaskom na prisutnost u offline (tisak, događanja, sajmovi, tiskani materijali) i online kanalima (web stranice, društvene mreže, digitalne kampanje, online mediji). Analizira se kvaliteta, doseg i konzistentnost komunikacije, kao i razina usmjerenosti na ciljne skupine posjetitelja.

Razmatraju se promotivne aktivnosti koje provodi Turistička zajednica grada Varaždina, ali i doprinos partnera – kulturnih institucija, festivala, smještajnih i ugostiteljskih objekata te digitalnih kreatora i medija. Uključenost destinacije u nacionalne i međunarodne promotivne kampanje, kao i sudjelovanje na turističkim sajmovima i mrežama suradnje, važan je indikator tržišne integracije.

Dodatno, vrednuje se tržišni imidž Varaždina u usporedbi s konkurentskim destinacijama sličnog profila (npr. Samobor, Karlovac, Koprivnica, Ptuj), uz identifikaciju ključnih atributa koji oblikuju percepciju destinacije kod posjetitelja i turističkih stručnjaka.

Cilj analize je identificirati jake strane u promociji destinacije te definirati smjerove za unapređenje vidljivosti, digitalne transformacije i pozicioniranja Varaždina kao održive, kulturno relevantne i gostoljubive urbane destinacije.

Tržišna prisutnost i promocija destinacije Varaždin obuhvaća različite kanale – od tradicionalnog oglašavanja i prisutnosti na manifestacijama do online komunikacije putem weba i društvenih mreža. U fokusu ovog poglavlja je objektivna analiza postojeće prisutnosti, s naglaskom na stvarni doseg i kvalitetu komunikacije.

Offline prisutnost

Offline prisutnost destinacije Varaždin i dalje se temelji prvenstveno na jakim i dobro etabliranim manifestacijama: Špancirfest, Advent u Varaždinu i Varaždinske barokne večeri, koje generiraju značajnu medijsku pažnju i visoku posjećenost.

Varaždin je najvidljiviji kroz vlastite manifestacije – osobito Špancirfest, koji privlači desetke tisuća posjetitelja i ostvaruje veliku medijsku pokrivenost u domaćim tiskanim i elektroničkim medijima. Advent u Varaždinu i Varaždinske barokne večeri također generiraju sezonsku pažnju, no izvan tih razdoblja medijska prisutnost značajno opada.

Sudjelovanje Turističke zajednice grada Varaždina na turističkim sajmovima je prisutno, no nije sustavno praćeno indikatorima učinka (broj posjetitelja štanda, kontakti, objave). Promotivni materijali postoje, ali nedostaje dosljednost u vizualnom identitetu i ciljanoj distribuciji. U 2024. godini Turistička zajednica nije osobno sudjelovala na turističkim sajmovima, ali su dostavljeni promotivni materijali na relevantne lokacije. Ističe se i strateško umrežavanje s Regionalnom razvojnom agencijom za Podravje – Maribor kroz tematski sastanak usmjeren na prijavu zajedničkih projekata (Interreg SI-HR i Central Europe), čime se povećava potencijal međunarodne tržišne prisutnosti i suradnje⁵³.

Tijekom godine realiziran je niz ciljanih prezentacija: ističe se predstavljanje Varaždina u Zagrebu u povodu ždrijeba Svjetskog prvenstva u rukometu 2025., sudjelovanje na venecijanskom Biennaleu (kroz nastup umjetnika Nikole Vudraga), te promocije u Ljubljani, Mariboru i Rovinju. Ove prezentacije uključivale su multimedijske alate (npr. VR naočale), glazbenu animaciju, tematske gastro ponude te nastupe lokalnih umjetnika, čime se dodatno osnažuje imidž Varaždina kao UNESCO-ovog grada glazbe i kulturne destinacije.

Online prisutnost

Online prisutnost Varaždina intenzivno je rasla tijekom 2024., osobito zahvaljujući koordiniranoj strategiji upravljanja sadržajem na društvenim mrežama. TZGV je aktivna na profilima „Volim Varaždin“, „Špancirfest“ i „Advent u Varaždinu“ na Facebooku, Instagramu i YouTubeu, uz angažman vanjskog izvršitelja za produkciju i digitalno oglašavanje. Ukupni doseg kroz društvene mreže iznosio je preko 3,3 milijuna korisnika, uz dodatnih 1,5 milijuna impresija putem Google Ads kampanja.

Broj pratitelja na svim kanalima kontinuirano raste:

- *Volim Varaždin:*
 - 2024. - Facebook +5,3% (32.059), Instagram +4,4% (9.875)
 - 2025. - Facebook + 8,5 % (34.515), Instagram + 7% (10.563)
- *Špancirfest:*
 - 2024. - Facebook +2,3% (99.025), Instagram +16,6% (11.376)
 - 2025. - Facebook +4,5% (103.480), Instagram +25% (14.195)
- *Advent u Varaždinu:*
 - 2024.- Facebook +38,3% (10.507), Instagram +270,5% (1.575)
 - 2025.- Facebook +35% (14.217), Instagram +236% (5.297)

U razdoblju od srpnja do kolovoza 2024., neplaćeni doseg objava za Špancirfest bio je čak 1,2 milijuna, dok su digitalne kampanje postigle 4,5 milijuna impresija i gotovo milijun pregleda video sadržaja.

U 2025. godini provedena je intenzivna kapanja od kraja lipnja do početka rujna za promociju Špancirfesta koja je dosegla 1,5 milijuna jedinstvenih korisnika, dok je sadržaj festivala na svim kanalima komunikacije pregledan više od 11 milijuna puta.

Za potrebe oglašavanja Adventa u Varaždinu kreirana je digitalna kampanja od kraja studenog do kraja prosinca te je dosegla 1,1 milijun korisnika uz 3,9 milijuna impresija.

⁵³ Turistička zajednica grada Varaždina, „Izvešće o izvršenju programa rada TZGV 2024“, dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/wp-content/uploads/2025/03/izvjesce-o-izvrsenju-programa-rada-tzgv-2024.pdf>

Web stranice destinacije su redizajnirane, tehnički unaprijeđene i bogato sadržajno opremljene (tekst, fotografije, video).

- visitvarazdin.hr
 - 2024. - 349.638 pregleda od 46.000 korisnika, s najviše posjetitelja iz Hrvatske, Slovenije, Njemačke i Austrije
 - 2025. - 470.700 interakcija od 64.700 korisnika, najviše posjetitelja bilo je iz Hrvatske, Slovenije, Njemačke i SAD-a
- spancirfest.com
 - 2024. - 268.000 korisnika i 2.000.000 pregleda, uz porast uoči i za vrijeme festivala
 - 2025. - 257.000 korisnika i 4,7 milijuna interakcija, najviše posjetitelja bilo je iz Hrvatske te Slovenije, Bosne i Hercegovine i Njemačke
- adventuvarazdinu.com
 - 2024. - 91.000 korisnika i 384.000 pregleda
 - 2025. - 140.000 korisnika (povećanje od 53% u odnosu na 2024.) i 1,8 milijuna interakcija (povećanje od 74% u odnosu na 2024.)

Digitalni sadržaji i reputacija također su u fokusu – produkcija promotivnih videa za Špancirfest, Advent, Festival varaždinskih dvorišta i UNESCO status rezultirala je uspjesima na filmskim festivalima (Požega, TEF Krk, Zagreb Tourfilm, Silafest). Online recenzije destinacije na Googleu i TripAdvisoru su većinom pozitivne, no i dalje postoji prostor za unapređenje u sustavnom odgovaranju i praćenju reputacije⁵⁴.

Partnerstva i lokalna komunikacija

Kulturne ustanove (HNK, muzeji, galerije) i ugostitelji povremeno provode vlastite promocije, no nedostaje integrirana komunikacijska strategija na razini destinacije. Potencijal suradnje postoji, ali nije strukturiran – promocije se često događaju izolirano, bez zajedničkog kalendara ili brenda.

Održivost i zelena tranzicija

Procjenjuje se razina implementacije održivih i zelenih praksi u destinaciji – uključujući upravljanje resursima, zelenu infrastrukturu, kružno gospodarstvo, mobilnost, interpretaciju baštine te spremnost lokalnih dionika za sudjelovanje u zelenim transformacijama. Pritom se sagledava i potencijal za certifikaciju ili pristup međunarodnim održivim mrežama i standardima.

Održivi razvoj i zelena tranzicija postaju ključni kriteriji konkurentnosti suvremenih turističkih destinacija, a njihova provedba izravno utječe na dugoročnu otpornost, kvalitetu života lokalne zajednice i tržišnu diferencijaciju. Grad Varaždin, s izraženim urbanim i kulturnim karakterom, ima potencijal postati primjer dobre prakse održivog razvoja u kontinentalnom dijelu Hrvatske, posebno kroz integraciju prirodne baštine, održivih manifestacija i lokalnih proizvodnih lanaca u turističku ponudu.

Ovo poglavlje procjenjuje razinu implementacije održivih načela u razvoju i upravljanju destinacijom, uključujući:

⁵⁴ Turistička zajednica grada Varaždina, „Izvešće o izvršenju programa rada TZGV 2024“, dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/wp-content/uploads/2025/03/izvjesce-o-izvrsenju-programa-rada-tzgv-2024.pdf>

- upravljanje prirodnim i kulturnim resursima,
- razvoj zelene i plave infrastrukture,
- poticanje kružnog gospodarstva i lokalne opskrbe,
- održivu mobilnost (biciklističke rute, pješačke zone, e-mobilnost),
- edukaciju i interpretaciju baštine,
- te uključenost lokalne zajednice i poduzetnika u održive prakse.

Dodatno se analizira dostupnost i vidljivost okolišno odgovornih inicijativa, prisutnost eko-certificiranih objekata, zelene javne nabave, energetske učinkovitosti u turističkim objektima i korištenja obnovljivih izvora energije. Posebno se razmatra spremnost destinacije za uključivanje u međunarodne održive certifikacijske sustave (npr. Green Destinations, EU Ecolabel, GSTC) i tematske mreže koje promiču održivi turizam.

Uzimajući u obzir globalne klimatske izazove, očekivanja posjetitelja i sve strože regulative, procjena održivosti destinacije postaje neizostavan alat za oblikovanje politika koje balansiraju gospodarski razvoj, očuvanje resursa i kvalitetu života. Varaždin, s postojećim inicijativama i povoljnim prostornim karakteristikama, ima realne mogućnosti da dodatno ojača svoju tržišnu poziciju kroz usmjereno planiranje zelene tranzicije.

Grad Varaždin, bogat povijesnom baštinom i zelenim površinama, razvija se prema načelima održivog razvoja i zelene tranzicije. Održiva praksa u turizmu i komunalnom razvoju znači učinkovito upravljanje prirodnim resursima, promicanje lokalne cirkularnosti te smanjenje negativnog utjecaja na okoliš. Globalni trendovi i lokalni strateški dokumenti ističu da su ekološke inicijative i certifikati postali ključni za konkurentnost destinacija. Varaždin teži tome da kroz sustavno planiranje i međunarodne suradnje ojača svoj zeleni profil, balansirajući gospodarski razvoj i očuvanje okoliša.

Grad Varaždin ističe se obiljem uređenih zelenih površina, parkova i perivoja. Parkovi d.o.o. brinu o gradskom drveću i parkovima, održavaju cvjetne gredice sa sezonskim ukrasnim biljem i travnjake prema prioritetnim zonama njege. U sklopu urbanog prostora vodi se briga i o šetalištu uz rijeku Dravu; bogata Dravska park-šuma, kao oaza raznolikog bilja i životinja, dio je ekološke mreže Hrvatske i UNESCO-vog rezervata biosfere Dunav–Drava–Mura.

Varaždin je razvio učinkovit sustav odvojenog prikupljanja i reciklaže otpada. Otvoreno je Reciklažno dvorište 2 (lokacija Motičnjak) koje građanima omogućava odlaganje čak 51 vrste posebnog otpada (npr. glomazni otpad, građevinski otpad s azbestom). Time je ispunjena zakonska obveza da gradovi s više od 25.000 stanovnika imaju minimalno dva reciklažna dvorišta⁵⁵.

Varaždin kontinuirano razvija i osnažuje zelenu infrastrukturu unutar urbanog područja. Projekt „InterACT Green“ (vrijednost 5,1 mil. EUR)⁵⁶ financiran iz EU fondova revitalizira Dravsku park-šumu i povezuje je s gradskim prostorom (šetnice, posjetiteljske točke, interpretacijske staze). Time se pojačava povezanost prirodnih i urbanih zona, u skladu sa smjernicama Europske Unije i inicijativom „New European Bauhaus“. Šetnice uz Dravu i planirane biciklističke i pješačke rute kroz park-šumu dodatno potiču rekreaciju u prirodi.

⁵⁵ Grad Varaždin, "Otvoreno novo Reciklažno dvorište 2", objavljeno siječnj 2024., dostupno na: <https://www.ekovjesnik.hr/clanak/6963/u-varazdinu-otvoreno-reciklazno-dvoriste-2>

⁵⁶ Grad Varaždin, „InterACT Green - Green infrastructure InterACTIVE management and regeneration tested through River Drava Forest Park in Varaždin“, dostupno na: <https://www.varazdin.hr/interact-green/>

Također se planira širenje i uređenje riječnih obala i priobalnih zelenih pojaseva u građevinskim zonama, povećavajući ukupni udio zelenila i stanišni prostor u gradu.

Varaždin potiče zelenu mobilnost kroz izgradnju biciklističke infrastrukture i ograničavanje prometa u pješačkim zonama. Grad kontinuirano širi mrežu biciklističkih staza. Takva rješenja osiguravaju sigurniji promet za bicikliste i podižu sigurnost u pješačkim zonama.

Osim razvoja biciklističkih ruta, Grad potiče električnu mobilnost – u okviru parkirališta i javnih površina postavljene su punionice za električna vozila – te značajno povećava broj e-vozila u gradskom voznom parku. Strategija mobilnosti uključuje i razvoj pametnih prometnih sustava (LoRaWAN mreža za upravljanje javnom rasvjetom) kako bi se grad prilagodio na sve više pješaka i biciklista te na alternative prijevoza.

Varaždin je pokrenuo veliki program energetske obnove javnih zgrada i javne rasvjete. Tijekom 2024.–2025. provodi se projekt rekonstrukcije javne rasvjete u vrijednosti ~4 milijuna EUR: zamjenjuje se 6.121 starih natrijevih svjetiljki te se ugrađuje ukupno preko 7.500 najučinkovitijih LED svjetiljki⁵⁷. Novi LED sustav bit će ekološki prihvatljiviji (manji ugljični otisak), trajat će dulje i izuzetno je energetski učinkovit. Paralelno se provodi energetska obnova školskih i vrtićkih objekata (širi program EU obnova – NPOO), koja uključuje kompletnu rekonstrukciju sustava grijanja (ugradnja kondenzacijskih kotlova), suvremenu ventilaciju s povratom topline te ugradnju automatiziranih sustava nadzora i regulacije. Pri tome se sve neefikasne rasvjete u zgradama zamjenjuju visokoučinkovitom LED tehnologijom, što dodatno smanjuje potrošnju električne energije.

U sklopu ovih projekata Grad kombinira sredstva EU, nacionalnih fondova i kredite s povoljnim uvjetima (HBOR) kako bi ulaganja bila financijski održiva kroz ostvarene uštede.

Dugoročno se planira veća integracija obnovljivih izvora – npr. postavljanje solarnih panela na javne građevine (dvorane, škole) i korištenje geotermalnih potencijala za grijanje – uz ciljeve neto nulte emisije stakleničkih plinova.

Turističke manifestacije i projekti u Varaždinu sve više prate principe održivosti. Špancirfest, najpoznatiji festival u gradu, uvodi ekološke standarde – potiče recikliranje, korištenje eko-materijala i lokalnih proizvoda te edukaciju posjetitelja o očuvanju okoliša. Na primjer, 2025. Špancirfest je bio partner u EU projektu „Green Streets of Europe“⁵⁸, gdje su definirani zeleni ciljevi festivala: smanjenje nastalog otpada, promocija održivih oblika prijevoza te smanjenje ekološkog otiska prehrane⁵⁹. Razvoj interpretacijskih edukativnih sadržaja (znakovlja u park-šumi, edukativne staze, informativni materijali) dodatno osnažuje imidž Varaždina kao zelene turističke destinacije.

Za uspješnu zelenu tranziciju ključno je partnerstvo lokalnih dionika. U Varaždinu se potiče aktivno sudjelovanje građana, poduzetnika i udruga kroz razne radionice, nagradne natječe (npr. za najuređenije vrtove ili najviši stupanj recikliranja) i participativni proračun.

Integracija zelenih i održivih praksi u razvoj Varaždina predstavlja stratešku prednost destinacije. Kroz upravljanje zelenom infrastrukturom, napredne sustave gospodarenja otpadom, razvoj eko-mobilnosti, energetske obnovu i motiviranje lokalne zajednice, Varaždin jača svoju otpornost i kvalitetu života. Putem

⁵⁷ Grad Varaždin – Projekt modernizacije javne rasvjete, službeni podaci (2023).

⁵⁸

⁵⁹ „Green streets of Europe” na Špancirfestu; <https://www.spancirfest.com/green-streets-of-europe-na-spancirfestu/>

međunarodnih inicijativa i certificiranja dodatno će učvrstiti tržišnu diferencijaciju te osigurati dugoročnu održivost turizma i komunalnog razvoja.

2.6. Analiza stanja digitalizacije

Upravljanje turističkim destinacijama u suvremenom kontekstu sve se više oslanja na digitalne alate i tehnologije koje omogućuju učinkovitije donošenje odluka, bolje upravljanje resursima te praćenje i usmjeravanje turističkih tokova u skladu s načelima održivosti.

Kako bi se postigla viša razina strateškog i održivog upravljanja destinacijom, nužno je sagledati trenutno stanje digitalizacije u Varaždinu, identificirati postojeću digitalnu infrastrukturu, alate i izazove te definirati potrebe za daljnjim ulaganjima. Ovo poglavlje analizira digitalnu zrelost grada Varaždina kao turističke destinacije, postojeće informacijske sustave te mogućnosti koje se otvaraju kroz inicijative Ministarstva turizma i sporta, uključujući razvoj aplikativnih rješenja za upravljanje destinacijom i turističkim tokovima.

Analiza predstavlja temelj za oblikovanje konkretnih smjernica koje će pridonijeti razvoju pametne i održive destinacije Varaždin, jačanju konkurentnosti lokalnih dionika u turizmu te očuvanju okoliša i kulturne baštine kroz primjenu naprednih digitalnih tehnologija.

Infrastruktura digitalne tehnologije

Grad Varaždin kontinuirano unapređuje infrastrukturu digitalne tehnologije kako bi svojim građanima i posjetiteljima omogućio kvalitetan pristup internetu i modernim komunikacijskim uslugama.

Zahvaljujući inicijativi Europske komisije WiFi4EU, Grad Varaždin osigurao je besplatan pristup bežičnom internetu na javnim površinama. U sklopu projekta postavljeno je ukupno 13 WiFi pristupnih točaka na ključnim lokacijama u gradu, uključujući Gradsku vijećnicu, Gradsku knjižnicu i čitaonicu „Metel Ožegović“, Palaču Herzer, Kapucinski trg, Hrvatsko narodno kazalište u Varaždinu, Trg slobode, Stari grad (Kulu stražarnicu), Palaču Sermage, Sportski centar Sloboda, Gradske bazene Varaždin, Sportsku dvoranu Graberje, Park mladih te Kupalište na Dravi⁶⁰.

⁶⁰ Grad Varaždin. U Varaždinu besplatni internet na javnim prostorima preko inicijative WiFi4EU. Dostupno na: <https://varazdin.hr/novosti/u-varazdinu-besplatni-internet-na-javnim-prostorima-preko-inicijative-wifi4eu-8563/>

Slika 10. Besplatne WiFi4EU pristupne točke postavljene su na frekventnim javnim lokacijama u Varaždinu



Izvor: Projekt WiFi4EU

Ove pristupne točke omogućuju građanima i posjetiteljima besplatan i jednostavan pristup internetu na ključnim javnim lokacijama u gradu.

U segmentu mobilne komunikacije, područje Varaždina gotovo je u potpunosti pokriveno mrežama 4G i 4G+. LTE mreža omogućuje brzine prijenosa podataka do 150 Mbit/s, dok napredna 4G+ (LTE-Advanced) mreža na pojedinim lokacijama dostiže brzine i do 1,35 Gbit/s. Glavni operateri, A1 Hrvatska i Hrvatski Telekom, intenzivno su radili na uvođenju 5G mreže, čime se dodatno povećava kvaliteta digitalne povezanosti te otvaraju nove mogućnosti za razvoj interaktivnih turističkih aplikacija u stvarnom vremenu. Već krajem 2020. godine Varaždin je bio među prvim gradovima u kojima je Hrvatski Telekom aktivirao komercijalnu 5G mrežu, a nakon dodjele frekvencijskog spektra 2021. i A1 je započeo ubrzanu izgradnju 5G infrastrukture diljem Hrvatske (uključujući sve županijske centre)⁶¹.

Paralelno s razvojem bežičnih mreža, u tijeku je i širenje optičke mreže u suradnji s Hrvatskim Telekomom, kojom se omogućuje dostupnost širokopojasnog interneta velike brzine (do 1 Gbit/s) u poslovnim zonama, kulturnim ustanovama i ugostiteljskim objektima. To ima izravan pozitivan učinak na razvoj pametnog turizma, jer brza i pouzdana veza omogućuje korištenje naprednih digitalnih usluga (poput streaming platformi, AR/VR sadržaja, online rezervacijskih sustava i sl.).

Također, Grad Varaždin u suradnji s tvrtkom Infrastruktura d.o.o. iz Ludbrega gradi novu gradsku telekomunikacijsku mrežu – optičku infrastrukturu "Smart City Varaždin" – koja se sastoji od glavne mreže (razvedene podzemno u distributivnoj telekomunikacijskoj kanalizaciji) te pristupne mreže odnosno pojedinačnih priključaka do krajnjih korisnika. Ova moderna optička infrastruktura stvara preduvjete za uvođenje naprednih Smart City usluga u budućnosti.⁶²

Digitalni servisi i alati

Turistička zajednica grada Varaždina koristi eVisitor sustav za prijavu i odjavu turista, što omogućuje učinkovit nadzor turističkih tokova i evidenciju boravišne pristojbe, u skladu sa Zakonom o pružanju usluga

⁶¹ A1 karta pokrivenosti: <https://www.a1.hr/privatni/mobilne-usluge/pokrivenost>

⁶² Hrvatski Telekom: <https://www.hrvatskitelekom.hr/press-centar/objave-za-medije>

u turizmu. Time se osigurava pouzdana evidencija turističkih dolazaka i noćenja u realnom vremenu, čime destinacija dobiva vrijedne statističke podatke za planiranje i upravljanje turizmom.

Službeni portal [Visitvarazdin.hr](https://www.visitvarazdin.hr) pruža sadržaje na više jezika: hrvatskom, engleskom i njemačkom i sadrži osnovne informacije o kulturnim atrakcijama, događanjima i smještajima.

Grad Varaždin ujedno sudjeluje u široj Smart City inicijativi kroz uvođenje pametnih rješenja u raznim segmentima gradskih usluga. Primjerice, modernizirana je javna rasvjeta uvođenjem energetski učinkovitih pametnih lampi koje se mogu daljinski nadzirati i regulirati, što donosi uštede energije i sigurnije gradske ulice. Gradska uprava razvila je niz e-usluga (poput digitalnih obrazaca, online plaćanja komunalnih računa, sustava za prijavu komunalnih problema i dr.) kako bi povećala efikasnost i transparentnost te olakšala komunikaciju građana s gradskim službama. Također su pokrenuti pilot-projekti pametnih parkirališta, pri čemu se putem senzora i mobilnih aplikacija prati popunjenost parkirnih mjesta u realnom vremenu, što vozačima olakšava pronalaženje parkiranja i smanjuje prometne gužve. Sve ove digitalne usluge i alati doprinose cjelokupnom iskustvu posjetitelja Varaždina, čineći boravak u gradu jednostavnijim i ugodnijim uz pomoć tehnologije⁶³.

Grad Varaždin i Turistička zajednica grada Varaždina koriste niz digitalnih servisa koji građanima, poduzetnicima i turistima omogućuju jednostavan pristup informacijama i uslugama. Ključni informacijski sustavi uključuju⁶⁴:

- Geografski informacijski sustav (GIS): pruža pregled prostornih podataka, zemljišta i infrastrukture grada, a u turističkom kontekstu omogućuje povezivanje atrakcija, kulturne baštine i turističkih ruta.
- Gradski reklamacijsko-informacijski centar (GRIC): pozivni i informacijski centar putem kojeg građani mogu prijaviti komunalne probleme i dobiti informacije o gradskim uslugama.
- Sustav za pregled osobnih obveza građana: omogućuje građanima digitalan uvid u vlastite račune i obveze prema Gradu Varaždinu.
- Službeni portal Grada Varaždina: informira o aktualnostima i događanjima te nudi poveznice na društvene mreže i službeni YouTube kanal s prijenosima uživo (npr. sjednice Gradskog vijeća).
- Multimedijska info točka: digitalni kiosk na pročelju kuće u kojoj je smješten ured Turističke zajednice grada Varaždina u Ulici Ivana Padovca, koji omogućuje pristup informacijama o događajima, atrakcijama i javnim uslugama.

Sigurnost i privatnost

Grad Varaždin pridaje iznimnu važnost sigurnosti i zaštiti osobnih podataka turista, pri čemu se strogo pridržava svih važećih zakonskih propisa, uključujući Opću uredbu o zaštiti podataka (GDPR).

Svi pružatelji usluga smještaja na području grada Varaždina obvezni su turiste prijavljivati i odjavljivati putem eVisitor sustava – središnjeg elektroničkog sustava za prijavu i odjavu turista u Republici Hrvatskoj. Sustav omogućuje učinkovito vođenje evidencije boravaka te obračun i naplatu boravišne pristojbe. Prilikom prijave, prikupljaju se osobni podaci kao što su: ime i prezime, datum i mjesto rođenja, državljanstvo, vrsta i broj identifikacijske isprave, adresa prebivališta ili boravišta.

⁶³ Turistička zajednica grada Varaždina, QR vodič: <https://www.visitvarazdin.hr/hr/vijesti/prosetajte-varazdinom-uz-pomoc-mobilnog-vodica-492/>

⁶⁴ Grad Varaždin, službena stranica za turizam i digitalne usluge, <https://varazdin.hr/turizam/>

Svi prikupljeni podaci unose se u eVisitor sustav te se čuvaju i obrađuju isključivo u zakonom propisane svrhe, uz strogo poštivanje načela ograničenja obrade, točnosti i sigurnosti podataka. Grad Varaždin, kao i pružatelj usluga smještaja, provode odgovarajuće tehničke i organizacijske mjere kako bi se osigurala zaštita osobnih podataka od neovlaštenog pristupa, zlouporabe, gubitka, oštećenja ili uništenja.

Posebna pažnja posvećuje se kibernetičkoj sigurnosti, pri čemu se koriste sigurnosni protokoli i alati za zaštitu digitalnih sustava, kao i redovita ažuriranja softvera i edukacija korisnika sustava. Transparentnost u komunikaciji s turistima također je osigurana – turisti su informirani o prikupljanju i korištenju njihovih podataka, te imaju pravo na pristup, ispravak ili brisanje podataka, sukladno GDPR-u.

Navedene mjere doprinose visokoj razini povjerenja, sigurnosti i privatnosti turista koji borave u Varaždinu, čime se dodatno jača reputacija grada kao sigurne i odgovorne turističke destinacije.

Izazovi i preporuke za poboljšanje

Unatoč kontinuiranom razvoju digitalne infrastrukture, Grad Varaždin se suočava s izazovima u pogledu digitalne inkluzije i primjene digitalnih alata u turizmu. Jedan od ključnih izazova je nedovoljna uključenost manjih i mikro dionika – poput OPG-ova, obiteljskih smještajnih 3+objekata i malih turističkih poduzeća – u sustave poput eVisitora ili digitalnog marketinga. Nedostatak digitalnih vještina i ograničen pristup digitalnim alatima rezultiraju slabijom prisutnošću ovih subjekata na online kanalima. Osim toga, QR kodovi i drugi dostupni digitalni sadržaji (npr. virtualni vodiči) često su nedovoljno promovirani ili tehnički nedovoljno optimizirani za širu upotrebu, što ograničava njihovu funkcionalnost za domaće i strane posjetitelje.

S druge strane, postoje značajne mogućnosti za daljnji razvoj. Program e-Turizam Ministarstva turizma i sporta nudi konkretne prilike za sufinanciranje digitalnih projekata, poput razvoja digitalne infrastrukture, edukacija i aplikativnih rješenja za upravljanje turističkom destinacijom. Jedna od najvećih prilika za Grad Varaždin leži u razvoju integrirane mobilne aplikacije koja bi omogućila interaktivno informiranje, kulturne i gastronomske rute, proširenu stvarnost (AR) te komunikaciju putem virtualnih asistenata. Ugradnja senzora i naprednih sustava analitike posjetitelja mogla bi omogućiti dinamičko upravljanje turističkim tokovima, što je od posebnog značaja tijekom manifestacija poput Špancirfesta, kada je pritisak na gradsku jezgru i infrastrukturu posebno izražen.

2.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama

Pristupačni turizam podrazumijeva stvaranje uvjeta u kojima turistički proizvodi, usluge, prostori i okruženja mogu biti korišteni od strane svih ljudi, bez obzira na njihove funkcionalne sposobnosti, dob, privremene ili trajne poteškoće. Grad Varaždin u svojim razvojnim i strateškim dokumentima jasno prepoznaje važnost inkluzivnog pristupa, posebice kroz implementaciju univerzalnog dizajna koji omogućuje osobama s invaliditetom neovisno, sigurno i ravnopravno korištenje turističke infrastrukture i sadržaja.

Grad Varaždin kontinuirano ulaže u prilagodbu javne i turističke infrastrukture. U posljednjih deset godina Grad Varaždin kontinuirano ulaže u uklanjanje arhitektonskih barijera, osobito na javnim površinama. Primjeri uključuju: Trg kralja Tomislava – prilagođeni spuštani rubnjaci i pristupi za osobe s invaliditetom, Šetnica uz Dravu (Aquacity zona) – nova infrastruktura uključuje rampu za osobe s poteškoćama kretanja, Gradske ustanove poput Gradske knjižnice i Gradskog muzeja dijelom su opremljene rampama i pristupačnim toaletima.

Službene mrežne stranice Grada i Turističke zajednice podržavaju osnovne funkcije pristupačnosti (promjena kontrasta i veličine fonta, čitači zaslona). Nedostaje sadržaj u alternativnim formatima (npr. video sadržaji sa znakovnim jezikom, jednostavan jezik, Brailleovo pismo). Na turističkim punktovima signalizacija je standardna, ali rijetko prilagođena slabovidnim osobama (nema taktilnih traka ni zvučnih oznaka).

Neki hoteli i smještaji (npr. Hotel Turist, Park Boutique Hotel) imaju prilagođene sobe i liftove. No, ne postoji javna, objedinjena baza podataka pristupačnih objekata. Dio restorana i kafića ima ulaze bez prepreka, ali sanitarni čvorovi često nisu prilagođeni.

Kulturne institucije poput HNK Varaždin omogućuju ulaz osobama u kolicima, a neke manifestacije (Špancirfest) počele su primjenjivati smjernice za inkluzivnost, no pristupačnost programa još nije sustavno standardizirana.

Pružatelji turističkih usluga nemaju sustavnu edukaciju iz područja rada s osobama s invaliditetom. Potrebno je uvesti edukativne programe (u suradnji s udrugama i centrima za obrazovanje) za razvijanje kompetencija iz područja inkluzivne komunikacije, razumijevanja različitih vrsta invaliditeta i kulturne osjetljivosti.

Suradnja Grada s udrugama osoba s invaliditetom daje pozitivan doprinos u planiranju javnih politika. Predstavnici udruga redovito sudjeluju u savjetodavnim procesima, ali i dalje postoji potreba za jačanjem vidljivosti i uključivanja osoba s invaliditetom u proces donošenja odluka, posebice na razini turizma i urbanističkog planiranja.

Analiza pokazuje da Grad Varaždin ostvaruje napredak u području pristupačnosti, posebno u fizičkoj i organizacijskoj prilagodbi turističke infrastrukture. Međutim, postoji potreba za:

- uvođenjem sustavne evidencije i certifikacije pristupačnih objekata i usluga,
- daljnjim ulaganjima u tehničke prilagodbe (taktilna signalizacija, web pristupačnost),
- edukacijom pružatelja usluga i širenjem svijesti među građanima i posjetiteljima,
- uvođenjem monitoring mehanizama za evaluaciju pristupačnosti na razini destinacije.

U kontekstu održivog razvoja, pristupačni turizam treba biti integriran kao ključna sastavnica svih razvojnih i prostorno-planskih dokumenata Grada Varaždina. Njegova provedba zahtijeva kontinuiranu koordinaciju i suradnju svih relevantnih dionika – uključujući turistički sektor, sustav socijalne skrbi, urbane planere, obrazovne institucije i udruge osoba s invaliditetom.

Ostvaren je značajan napredak u međusektorskoj suradnji između udruga, nadležnih ministarstava i turističkih aktera na nacionalnoj i lokalnoj razini, s ciljem promicanja turizma pristupačnog osobama s invaliditetom. Očekuje se da će se ovakvi pozitivni trendovi nastaviti i u budućnosti, osobito kroz korištenje dostupnih sredstava iz fondova Europske unije, koji predstavljaju važan financijski instrument za daljnje unapređenje pristupačnosti i inkluzivnosti turističke ponude.

2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Razvoj turizma u destinaciji zahtijeva adekvatnu organiziranost i dostupnost različitih usluga koje zadovoljavaju potrebe domaćeg stanovništva i turista. Grad Varaždin raspolaže razvijenom mrežom javnih službi, obrazovnih i kulturnih ustanova te kvalitetnom infrastrukturom koja podržava svakodnevni život lokalnog stanovništva, ali i osigurava funkcionalno okruženje za turističke aktivnosti. Svi sustavi funkcioniraju u skladu sa zakonima Republike Hrvatske i europskim standardima te su prilagođeni i potrebama posjetitelja destinacije.

1. Osnovne uslužne djelatnosti

Varaždin nudi široku mrežu trgovina, ugostiteljskih objekata, suvenirnica i tržnice, uključujući i ponudu lokalnih OPG-ova. U centru grada nalaze se specijalizirani restorani, kafići i slastičarne s lokalnom gastronomskom ponudom. Turisti mogu uživati i u malim zanatskim radionicama, osobito u staroj jezgri.

2. Zdravstvene usluge

Grad je sjedište Opće bolnice Varaždin koja pruža primarnu i sekundarnu zdravstvenu zaštitu, dok dodatne usluge nude Dom zdravlja Varaždinske županije, privatne poliklinike te brojne ljekarne. Grad ima kapacitete i za razvoj zdravstvenog turizma, osobito zbog blizine Varaždinskih Toplica i sve veće ponude rehabilitacijskih i dentalnih usluga⁶⁵.

Od ustanova s područja zdravstva i socijalne skrbi u Varaždinu postoje: Opća bolnica Varaždin, Dom zdravlja Varaždinske županije, Ljekarne, Centar za socijalnu skrb Varaždin, Prihvatilište za beskućnike, Dom za starije i nemoćne osobe Varaždin, Dom za žrtve obiteljskog nasilja te Caritasova pučka kuhinja. Ustanove se nalaze na širem području gradskog centra i lako su dostupne svim građanima. Osim ovih ustanova postoje još i brojne privatne poliklinike i više privatnih ljekarni.

3. Kulturne i vjerske ustanove

Varaždin je u nacionalnim i internacionalnim okvirima prepoznat kao grad bogate kulture i kulturne baštine. Kultura u gradu vezana je uz kulturno nasljeđe, arhitekturu, glazbu i likovnu umjetnost. U gradu djeluju Gradski muzej Varaždin, Pučko otvoreno učilište Varaždin - Kino Gaj, Knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“, Koncertni ured Varaždin te Hrvatsko narodno kazalište Varaždin kao nositelji kulturnih događaja i priredbi uz kontinuirani rad udruga u kulturi. Hrvatsko narodno kazalište Varaždin dobilo je status nacionalnog kazališta što otvara velike mogućnosti novih aktivnosti i suradnje.

Vjerske zajednice također su aktivne, s redovitim misama i otvorenošću prema turistima.

Grad Varaždin obiluje bogatom vjerskom baštinom i raznolikim vjerskim zajednicama koje aktivno sudjeluju u duhovnom i kulturnom životu grada. Ove zajednice ne samo da pružaju duhovnu podršku svojim vjernicima, već su i otvorene prema turistima, nudeći im mogućnost sudjelovanja u bogoslužjima i upoznavanja s vjerskim običajima regije.

Varaždin je sjedište Varaždinske biskupije, osnovane 1997. godine, koja obuhvaća 11 dekanata i 105 župa. U samom gradu djeluje nekoliko značajnih župa⁶⁶:

- Župa sv. Nikole biskupa
- Župa sv. Fabijana i Sebastijana
- Župa sv. Vida
- Župa sv. Josipa
- Župa sv. Ivana Krstitelja

U Varaždinu djeluje i Srpska pravoslavna crkva, koja okuplja pravoslavne vjernike iz grada i okolice. Crkva redovito organizira bogoslužja i vjerske obrede prema pravoslavnoj tradiciji.

Grad Varaždin je dom i nekoliko protestantskih i drugih kršćanskih zajednica koje doprinose vjerskoj raznolikosti grada:

- Kristova pentekostna crkva Varaždin
- Kristova crkva Varaždin

⁶⁵ Opća bolnica Varaždin, povezane bolničke usluge i kapaciteti: <https://obv.hr/kontakti/>

⁶⁶ Varaždinska Biskupija - Povijest biskupije, <https://www.biskupija-varazdinska.hr/biskupija/povijest-biskupije/16>

- Crkva Riječ Života Varaždin

Vjerske zajednice u Varaždinu aktivno sudjeluju u promociji vjerskog turizma. Crkve i župe često organiziraju kulturne i duhovne događaje otvorene za javnost, uključujući koncerte, izložbe i hodočašća. Posjetitelji grada imaju priliku sudjelovati u bogoslužjima, razgledati sakralne objekte i upoznati se s vjerskom tradicijom regije.

4. Obrazovne i sportske ustanove

Grad Varaždin nudi širok izbor obrazovnih programa u srednjoškolskom i visokoškolskom obrazovanju s obzirom na to da u gradu djeluje 13 srednjih škola te 5 visokoobrazovnih institucija. Osim toga, u gradu postoji dovoljan broj vrtića (9 privatnih i 1 kojem je osnivač Grad) i osnovnih škola (8) te Centar za odgoj i obrazovanje „Tomislav Špoljar“ namijenjen djeci i mladima s posebnim potrebama. Varaždin se ističe kao snažno regionalno obrazovno središte, grad ima razvijenu infrastrukturu i stručni kadar, što ga čini idealnim za razvoj obrazovnog turizma⁶⁷.

Poseban potencijal leži u ljetnim školama, edukativnim kampovima i međunarodnim razmjenama za djecu i mlade (7–24 godine), uz korištenje slobodnih kapaciteta učeničkih i studentskih domova tijekom ljeta. Postojeći i planirani centri izvrsnosti, fokusirani na STEM, IKT i zaštitu okoliša, dodatno jačaju tu poziciju.

Sportski sadržaji raspoređeni su po cijelom gradskom području te uključuju stadione, sportske dvorane, bazene, teniske terene, igrališta, streljanu, pa čak i jahalište. Među najznačajnijim objektima ističu se: Gradska sportska dvorana Varaždin - Arena, Gradski bazeni Varaždin, Gradski stadion u Varaždinu, Sportska dvorana Graberje, Sportski centar Sloboda, TTS, Teniski tereni Varteks, Teniski tereni Varaždin 1181, Jahalište Biškupec – Konjički klub Varaždin 95, Jahalište - Konjički klub Garestin, Park mladih - skate park, pump track

5. Financijske i poštanske usluge

Varaždin je sjedište poslovnica svih značajnijih financijskih institucija: Zagrebačka banka, PBZ, Erste banka, OTP banka, Raiffeisen banka, Addiko Bank, HPB, FINA, kao i više osiguravajućih kuća. Također, Hrvatska pošta ima više ispostava u gradu, što osigurava dostupnost platnih i komunikacijskih usluga za građane i turiste. Usluge e-plaćanja i kartične transakcije su široko prihvaćene, posebno u ugostiteljstvu i turizmu.

6. Javni prostori i komunalna opremljenost

Grad je poznat po iznimnoj čistoći i uređenosti javnih prostora, parkova, šetnica i trgova (npr. Trg kralja Tomislava - Korzo, Franjevački trg, Šetalište Vatroslava Jagića, Šetalište J.J. Strossmayera). Prometna povezanost, biciklistička infrastruktura, javna rasvjeta, odvodnja i sustav gospodarenja otpadom u nadležnosti su gradskih komunalnih tvrtki (Varkom, Parkovi d.d., Čistoća Varaždin). Redovit rad ovih službi osigurava visoku razinu javne higijene i dostupnosti sadržaja.

7. Javne i žurne službe

Na području grada djeluje Policijska uprava varaždinska, s pripadajućom Policijskom postajom Varaždin, koja osigurava javni red, sigurnost i prometnu kontrolu. Protupožarnu zaštitu pruža Javna vatrogasna postrojba Grada Varaždina, uz podršku više dobrovoljnih vatrogasnih društava (DVD Biškupec, DVD Gojanec, DVD Jalkovec, DVD Kučan Marof, DVD Donji Kučan, DVD Zbelava, DVD Hrašćica, DVD Črnc Biškupečki). U slučaju kriznih situacija, Grad pokriva djelokrug Županijskog centra 112 Varaždin te je pod nadležnosti Ravnateljstva civilne zaštite Ministarstva unutarnjih poslova RH. Grad je također pokriven aktivnostima Hrvatske gorske službe spašavanja – Stanica Varaždin, s posebnim fokusom na spašavanje u urbanim i ruralnim područjima.

⁶⁷ Članak "Najnovija obrazovna struktura Varaždinki i Varaždinaca" s detaljnim statističkim podacima o obrazovanju stanovništva, dostupno na: <https://varazdin.hr/novosti/najnovija-obrazovna-struktura-varazdinki-i-varazdinaca-1317/>

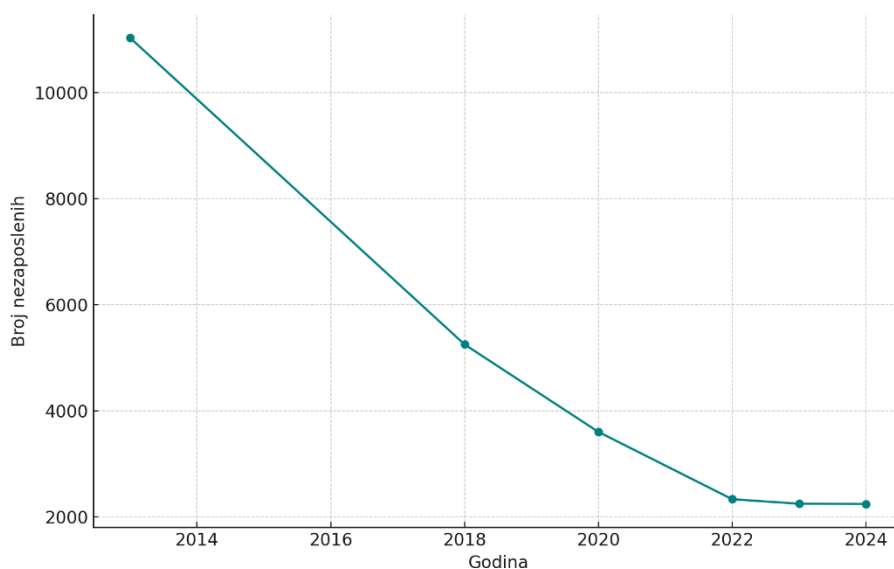
2.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Tržište rada u sektoru turizma i ugostiteljstva u Varaždinu suočava se s izazovima sličnim onima na nacionalnoj razini. Prema dostupnim podacima, postoji izražena potreba za kvalificiranom radnom snagom, posebno u zanimanjima poput kuhara i konobara. Ova zanimanja spadaju među najtraženije u turističkom sektoru, a nedostatak domaćih radnika sve se češće nadomješta uvozom radne snage. Za pružanje kvalitetne usluge nužni su školovani i iskusni kadrovi, kojih na tržištu rada nedostaje, što ukazuje na potrebu dodatnog ulaganja u ljudske potencijale u turizmu.

Prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ) – Područnog ureda Varaždin, krajem prosinca 2024. na evidenciji je bilo registrirano 2.207 nezaposlenih osoba. U usporedbi s istim mjesecom prethodne godine, broj nezaposlenih manji je za 2,4 % ili 55 osoba. Tijekom prosinca, iz evidencije nezaposlenih izašle su 355 osobe, dok su 304 nove osobe prijavljene kao nezaposlene.⁶⁸

Prema najnovijim dostupnim podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ), zaključno s 31. siječanj 2025. godine na području grada Varaždina evidentirana je 2.341 nezaposlena osoba. Od toga je 1.061 muškaraca i 1.280 žena. Ovi podaci ukazuju na kontinuirani pad nezaposlenosti u Gradu Varaždinu od 2013. godine, kada je broj nezaposlenih dosegao vrhunac. Na primjer, prosječan broj nezaposlenih u 2013. bio je 11.035, dok je u 2024. iznosio 2.241. Ovi trendovi ukazuju na poboljšanje tržišta rada u Gradu Varaždinu tijekom proteklog desetljeća.⁶⁹

Slika 11. Trend prosječnog broja nezaposlenih osoba u Gradu Varaždinu (2013.–2024.)



Izvor: Obrada autora

Trendovi zapošljavanja pokazuju povećanu potražnju za radnicima u više sektora. Tako je tijekom siječnja 2025. u evidenciji Područnog ureda Varaždin prijavljeno 835 slobodnih radnih mjesta, što je skok od 83,9 %

⁶⁸ <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/trziste-rada/>

⁶⁹ Podaci preuzeti s Hrvatskog zavoda za zapošljavanje: <https://statistika.hzz.hr>, pristupljeno 19. ožujka 2025.

u odnosu na prethodni mjesec (prosinac 2024.) te 1,7 % više nego u siječnju 2024. godine. Najviše novih potražnji za radnicima zabilježeno je u prerađivačkoj industriji (27,2 % svih otvorenih radnih mjesta), zatim u zdravstvenoj zaštiti i socijalnoj skrbi (16,5 %), građevinarstvu (15,9 %), obrazovanju (12,5 %) te trgovini (5,6 %). Među najtraženijim zanimanjima općenito u siječnju 2025. bili su građevinski radnik, doktor medicine, medicinska sestra, odgojitelj predškolske djece te radnik na proizvodnoj liniji. Ovi podaci odražavaju široku potražnju za radnom snagom u različitim djelatnostima, ali i ukazuju na to da se neka zanimanja teško popunjavaju, što je vidljivo i u turizmu.

U samom sektoru turizma i ugostiteljstva (djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) također je zabilježen rast potražnje za radnicima. Tijekom 2023. godine u ovoj je djelatnosti prijavljeno 559 slobodnih radnih mjesta, što predstavlja povećanje od 26,5 % u odnosu na 2022. godinu, kada su prijavljena 442 slobodna radna mjesta⁷⁰.

Trend povećane potražnje nastavljen je i tijekom 2025. godine. Prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, u siječnju 2025. na području Varaždinske županije prijavljeno je 46 slobodnih radnih mjesta u djelatnosti smještaja te pripreme i usluživanja hrane, što je činilo oko 5,5 % ukupno prijavljenih slobodnih radnih mjesta.⁷¹ Među najtraženijim zanimanjima bili su konobari (28 radnika) i kuhari (23 radnika), što potvrđuje izraženu potrebu tržišta rada za tim profilima zaposlenika.

Unatoč povećanoj potražnji, zapošljavanje u sektoru odvija se sporije. Tijekom siječnja 2025. iz evidencije Hrvatskog zavoda za zapošljavanje zaposleno je 10 osoba u djelatnosti smještaja te pripreme i usluživanja hrane, što je činilo 4,0 % ukupnog broja osoba zaposlenih iz evidencije Područnog ureda Varaždin. U istom mjesecu prethodne godine zaposleno je 17 osoba u toj djelatnosti. Navedeni pokazatelji upućuju na sve izraženiji problem nedostatka kvalificirane radne snage u turizmu i ugostiteljstvu, pri čemu rast broja slobodnih radnih mjesta nije praćen jednakim rastom broja zaposlenih.

Radi cjelovitijeg sagledavanja gospodarskog značaja turizma u gradu Varaždinu analizirani su podaci Financijske agencije (FINA) iz Registra godišnjih financijskih izvještaja poduzetnika, s posebnim naglaskom na djelatnost I – Smještaj te priprema i usluživanje hrane.

Prema podacima FINA-e, u 2024. godini na području grada Varaždina bilo je zaposleno 20.228 osoba, dok je u 2025. godini broj zaposlenih porastao na 20.331 osobu. Od toga je u djelatnosti Smještaj te priprema i usluživanje hrane u 2024. godini bilo zaposleno 804 osobe, što čini 4,0 % ukupne zaposlenosti u gradu. U 2025. godini broj zaposlenih u toj djelatnosti povećan je na 920 osoba, odnosno 4,5 % ukupno zaposlenih. Navedeni podaci upućuju na rast zaposlenosti u turističko-ugostiteljskom sektoru te potvrđuju njegov sve veći značaj za lokalno tržište rada.

Gospodarski doprinos turističko-ugostiteljskog sektora vidljiv je i kroz ostvarene poslovne prihode. Ukupni poslovni prihodi poduzetnika na području grada Varaždina u 2024. godini iznosili su 2,673 milijarde eura, dok su poduzetnici iz djelatnosti Smještaj te priprema i usluživanje hrane ostvarili 41,999 milijuna eura, što predstavlja 1,6 % ukupnih poslovnih prihoda poduzetnika u gradu.

⁷⁰ Hrvatski zavod za zapošljavanje, *Statistika tržišta rada – otvoreni podaci*, podaci o prijavljenim potrebama za radnicima prema djelatnostima za 2022. i 2023. godinu, dostupno na: <https://www.hzz.hr/statistika/> (pristupljeno: ožujak 2025.).

⁷¹ Hrvatski zavod za zapošljavanje, Područni ured Varaždin, *Mjesečni statistički bilten – siječanj 2025.*, dostupno na: https://www.hzz.hr/app/uploads/2025/02/VZ_stat_bilten_01_2025.pdf (pristupljeno: ožujak 2025.).

U 2025. godini ukupni poslovni prihodi poduzetnika porasli su na 2,857 milijardi eura, dok su poslovni prihodi djelatnosti Smještaj te priprema i usluživanje hrane iznosili 48,883 milijuna eura, odnosno 1,7 % ukupnih poslovnih prihoda.

Sažeto, Varaždin bilježi pozitivne trendove na tržištu rada – nezaposlenost je rekordno niska i opada kontinuirano od 2013. godine, a broj zaposlenih raste. Međutim, sektor turizma i ugostiteljstva suočen je s nedostatkom radnika specifičnih profila (poput konobara, kuhara, sobarica), jer potražnja za njima nadmašuje ponudu na lokalnom tržištu. U strateškom planu razvoja turizma stoga je ključno adresirati ove potrebe za ljudskim potencijalom – kroz dodatnu edukaciju, prekvalifikaciju i privlačenje radne snage – kako bi se osigurala kvalitetna usluga i daljnji rast turističkog sektora. Bez rješavanja pitanja kadrova, održivi razvoj turizma u Varaždinu bit će otežan unatoč pozitivnim trendovima u ukupnom zapošljavanju.

2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Učinkovita komunikacija ključna je za promociju turističke destinacije i izgradnju njenog prepoznatljivog identiteta. Kako bi se unaprijedile postojeće aktivnosti i uskladile s regionalnim i nacionalnim smjernicama, potrebno je provesti detaljnu analizu svih komunikacijskih kanala koje koristi turistička zajednica. Ova analiza obuhvaća pregled digitalnih i tradicionalnih komunikacijskih aktivnosti, suradnji s vanjskim partnerima, kao i mogućnosti za kvalitetnije informiranje i pozicioniranje destinacije na tržištu.

Turistička zajednica grada Varaždina provodi raznolike komunikacijske aktivnosti u skladu sa strateškim dokumentima nacionalne, regionalne i lokalne razine te smjernicama Hrvatske turističke zajednice. Komunikacijska strategija temelji se na integriranom korištenju digitalnih i offline kanala, pri čemu je ključan cilj jačanje prepoznatljivosti Varaždina kao UNESCO-ovog kreativnog grada glazbe i kulturno-turističke destinacije.

Analiza komunikacijskih aktivnosti Turističke zajednice grada Varaždina temelji se na dostupnim informacijama i dokumentima te obuhvaća pregled korištenja komunikacijskih kanala, digitalnog prisustva, offline aktivnosti, suradnje s trećim stranama, mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste te marketinškog pozicioniranja na regionalnoj i nacionalnoj razini.

Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

Turistička zajednica grada Varaždina koristi raznovrsne komunikacijske kanale kako bi učinkovito promovirala grad kao atraktivnu turističku destinaciju. Njihova strategija obuhvaća kombinaciju offline i online medija, čime se osigurava širok doseg i angažman različitih ciljnih skupina. Tiskani materijali, poput brošura, letaka i plakata, redovito se izrađuju i distribuiraju na ključnim lokacijama, uključujući turističke informativne centre, hotele i kulturne institucije. Suradnja s tiskanim medijima, radijskim i televizijskim postajama, u suradnji s Turističkom zajednicom Varaždinske županije omogućuje promociju događanja i atrakcija kroz članke, intervju i reportaže.

Analiza digitalnog prisustva

Na digitalnim platformama, službena web stranica Turističke zajednice grada Varaždina pruža detaljne informacije o turističkoj ponudi, događanjima i smještajnim kapacitetima. Aktivno prisustvo na društvenim mrežama poput Facebooka i Instagrama omogućuje izravnu komunikaciju s posjetiteljima, dijeljenje novosti, fotografija i najava događanja. Osim toga, redovito slanje newslettera pretplatnicima informira ih o nadolazećim događanjima, posebnim ponudama i novostima iz turističke ponude grada. Ovakav integrirani pristup komunikaciji osigurava da informacije o Varaždinu kao turističkoj destinaciji dopru do široke publike, potičući interes i posjećenost grada.

Digitalni segment komunikacije doživio je kvalitativni i kvantitativni rast zahvaljujući strateškom upravljanju sadržajem na službenim web stranicama i društvenim mrežama.

- Web stranice (visitvarazdin.hr, spancirfest.com, adventuvarazdinu.com) su tehnički optimizirane, vizualno unaprijeđene, s redovito ažuriranim tekstualnim, foto i video sadržajima te dostupne na više jezika.
- visitvarazdin.hr
 - 2024. - 349.638 pregleda od 46.000 korisnika, s najviše posjetitelja iz Hrvatske, Slovenije, Njemačke i Austrije
 - 2025. - 470.700 interakcija od 64.700 korisnika, najviše posjetitelja bilo je iz Hrvatske, Slovenije, Njemačke i SAD-a
- spancirfest.com
 - 2024. - 268.000 korisnika i 2.000.000 pregleda, uz porast uoči i za vrijeme festivala
 - 2025. - 257.000 korisnika i 4,7 milijuna interakcija, najviše posjetitelja bilo je iz Hrvatske, te Slovenije, Bosne i Hercegovine i Njemačke
- adventuvarazdinu.com
 - 2024. - 91.000 korisnika i 384.000 pregleda
 - 2025. - 140.000 korisnika (povećanje od 53 % u odnosu na 2024.) i 1,8 milijuna interakcija (povećanje od 74 % u odnosu na 2024.)
- Društvene mreže predstavljaju ključan alat izravne komunikacije s korisnicima. Profili “Volim Varaždin”, “Špancirfest” i “Advent u Varaždinu” aktivni su na Facebooku, Instagramu i YouTubeu, a aktivnosti uključuju redovito kreiranje sadržaja, storytelling, livestream događanja, paid media kampanje i produkciju promotivnih videa.
- *Volim Varaždin:*
 - 2024. - Facebook +5,3 % (32.059), Instagram +4,4 % (9.875)
 - 2025. - Facebook + 8,5 % (34.515), Instagram + 7 % (10.563)
- *Špancirfest:*
 - 2024. - Facebook +2,3 % (99.025), Instagram +16,6 % (11.376)
 - 2025. - Facebook +4,5 % (103.480), Instagram +25 % (14.195)
- *Advent u Varaždinu:*
 - 2024.- Facebook +38,3 % (10.507), Instagram +270,5 % (1.575)
 - 2025.- Facebook +35 % (14.217), Instagram +236 % (5.297)
- Google Ads kampanje korištene su za povećanje dosega ciljanih segmenata tržišta, osobito za Advent i Špancirfest, čime je osigurana dodatna vidljivost na pretraživačima i partnerskim mrežama.
- Video sadržaj – U 2024. producirani su tematski promo filmovi za ključne manifestacije i imidž destinacije, od kojih su neki nagrađeni na međunarodnim festivalima (Požega, Krk, Beograd, Zagreb).
- Video materijali za Festival varaždinskih dvorišta i za Čarobni grad Djeda Mraza u 2025. TZGV je prijavila na natječaje za nagrade, kako slijedi:
 - Festival varaždinskih dvorišta - Festival turističkog i etno filma — TEF (Krk) — 1. nagrada u kategoriji manifestacija; Silkfest (Beograd) — nagrada za najbolju montažu; Cine Tejo (Portugal) — izabran u službeni dio programa; International Tour Film Festival (Italija) — izabran u službeni dio programa; Dalmatia Film festival (Split) — izabran u službeni dio programa;

- Čarobni grad Djeda Mraza - Amorgos International Film Festival (Grčka) — nagrađen u kategoriji turističkih proizvoda; Festival turističkog i etno filma — TEF (Krk) — nagrađen u kategoriji manifestacija; 27. ITF CRO (Solin) — posebno priznanje

Analiza offline aktivnosti

Uz digitalne kanale, Turistička zajednica grada Varaždina (u daljnjem tekstu: TZGV) kontinuirano ulaže napore u provedbu tradicionalnih oblika promocije. Kroz izradu i distribuciju tiskanih brošura, vodiča, karata i plakata, TZGV se obraća posjetiteljima na fizičkim lokacijama poput info-točaka, smještajnih objekata, ugostiteljskih lokala te kulturnih i javnih ustanova. U 2024. i 2025. godini značajan naglasak stavljen je na jačanje sadržaja i estetskog identiteta Trga tradicijskih obrta, gdje se posjetiteljima nude autentični proizvodi i zanatska baština lokalnih obrtnika.

TZGV je organizator i suorganizator najvažnijih manifestacija u destinaciji, uključujući Špancirfest, Advent u Varaždinu, Festival varaždinskih dvorišta te niz glazbenih i kulturnih programa pod brendom „Varaždin – UNESCO grad glazbe“⁷². Ove manifestacije okupljaju velik broj posjetitelja i predstavljaju ključne alate u offline promociji grada. Varaždin je 2023. godine postao prvi hrvatski grad uvršten u mrežu UNESCO kreativnih gradova glazbe, što dodatno osnažuje njegovu kulturnu i turističku prepoznatljivost.

Analiza suradnji s trećim stranama

Suradnja s trećim stranama strateški je važna komponenta komunikacijskih aktivnosti TZGV-a. U izvještajima za 2024. i 2025. godinu vidljivo je kontinuirano partnerstvo s lokalnim i nacionalnim medijima kroz intervju, reportaže i televizijske nastupe. Osim toga, ostvarene su suradnje s domaćim i stranim influencerima, posebno u sklopu kampanja za Špancirfest i adventski program, čime se osigurava dodatan doseg ciljanoj publici na digitalnim platformama.

TZGV surađuje i s kulturnim institucijama poput Koncertnog ureda Varaždin, Glazbene škole, Gradskog muzeja i HNK Varaždin, kao i s turističkim agencijama te gospodarskim subjektima. Uključenost svih relevantnih dionika omogućuje autentičnu i koordiniranu komunikaciju, a pozitivni rezultati u vidu povećanja broja dolazaka i noćenja stranih gostiju potvrđuju učinkovitost takvog pristupa.

Analiza mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste

TZGV koristi kombinaciju fizičkih i digitalnih izvora za prikupljanje i distribuciju informacija relevantnih za posjetitelje. Informacije su dostupne putem info-točaka, educiranog osoblja, tiskanih materijala, ali i putem web stranice [www.visitvarazdin.hr](https://visitvarazdin.hr)⁷³, društvenih mreža, newslettera te sustava Google Analytics koji se koristi za mjerenje učinkovitosti sadržaja i ponašanja korisnika.

Osim postojećih digitalnih alata, razmatra se uvođenje novih tehnologija poput QR kodova i mobilnih aplikacija, koje bi dodatno unaprijedile dostupnost i ažurnost podataka o destinaciji.

TZGV aktivno usklađuje svoju komunikaciju s Marketinškom strategijom hrvatskog turizma (2021.–2025.) i operativnim planovima Turističke zajednice Varaždinske županije. Korištenjem jedinstvenog vizualnog identiteta, slogana i tematskih kampanja, Varaždin se pozicionira kao kulturno-glazbena destinacija s visokim stupnjem autentičnosti i urbanog šarma.

Nastojanja u pozicioniranju dodatno su ojačana uključivanjem grada Varaždina u međunarodni projekt Green Destinations, koji omogućuje destinacijama postupak certificiranja u području održivosti. Time se

⁷² Turistička zajednica Grada Varaždina. UNESCO Grad glazbe – službena stranica destinacije. Dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/> Službena stranica UNESCO grada glazbe visitvarazdin.hr

⁷³ UNESCO Creative Cities Network (bez godine). *UNESCO Creative Cities – City of Music designation*. Informacije o statusu grada u okviru mreže kreativnih gradova.

Varaždinu otvara prilika za stjecanje međunarodno priznatog certifikata, što ga može dodatno istaknuti na tržištima usmjerenima prema održivim i kulturno bogatim destinacijama.

Manifestacije poput Špancirfesta, koje su već etablirane na nacionalnoj razini, imaju potencijal za dodatnu međunarodnu promociju, osobito u kontekstu kreativnog turizma i kulturnih ruta.

2.11. Analiza tržišta

Istraživanje Instituta za turizam TOMAS Hrvatska 2022./2023⁷⁴. nacionalno je istraživanje obilježja turističke potražnje koje je provedeno na području Hrvatske i koje je obuhvatilo turističku potražnju u razdoblju od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine. Istraživanje je provedeno na uzorku od 14.632 ispitanika koji su boravili u smještajnim objektima u 148 mjesta diljem Hrvatske. Obuhvaćeni su domaći turisti i turisti s 19 najvažnijih emitivnih tržišta.

Prosječna starost turista koji su od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine boravili u nekoj od destinacija u Hrvatskoj iznosila je 42 godine. Turisti koji borave na području Kontinentalne Hrvatske u prosjeku su jednu godinu stariji (43 godine) od onih koji borave u Jadranskoj Hrvatskoj (42 godine). Većina turista (60 %) srednje je životne dobi (30 do 49 godina), 15% je mlađe od 30, a 25 % starije od 50 godina. Gosti srednje životne dobi zastupljeniji su u Jadranskoj Hrvatskoj u odnosu na Kontinentalnu Hrvatsku u kojoj su nešto zastupljeniji oni mlađi od 30 i stariji od 50 godina. U prosjeku, najmlađi su gosti u Ličko-senjskoj županiji (37,5 godina), a nešto stariji od prosjeka su gosti u Slavoniji i Središnjoj Hrvatskoj (46 godina). S obzirom na zemlju porijekla, najmlađi gosti u prosjeku dolaze iz Španjolske i azijskih zemalja (38 godina), dok su gosti iz Njemačke i Austrije (44 godina) nešto stariji od prosjeka.

Fakultetsko obrazovanje ima 42 % turista u Hrvatskoj, a obrazovaniji turisti zastupljeniji su među gostima hotela više kategorije. Gotovo dvije trećine turista u promatranom razdoblju je imalo mjesečna primanja kućanstva viša od 3.000 eura (64 %), a dolaze iz Belgije, Nizozemske, skandinavskih zemalja, Švicarske i SAD-a.

Prosječna dnevna potrošnja turista u Hrvatskoj u razdoblju lipanj 2022. - lipanj 2023. iznosila je 140 eura. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 48 % se odnosilo na uslugu smještaja s povezanom hranom, 20 % na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 32 % na sve ostale usluge.

Prema istraživanju, u sjevernoj Hrvatskoj (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Međimurska, Varaždinska i Koprivničko-križevačka županija) sudjelovalo je 1.616 ispitanika (11,0 % uzorka).

Turisti na sjeveru Hrvatske bili su najstariji među kontinentom – prosječna dob iznosila je 46,3 godine. U cjelokupnom uzorku 60 % turista bilo je srednje životne dobi (30–49 godina), dok je 25 % bilo starije od 50 godina, a 15 % mlađe od 30. Turisti stariji od 50 godina relativno su češći u kontinentalnom dijelu (gdje spada Varaždin) nego na Jadranu.

Među turistima u kontinentalnom dijelu Hrvatske ima nešto više visokoobrazovanih – 45 % turista s kontinenta ima završeni fakultet (nasuprot 41 % na Jadranu). Najviše visokoobrazovanih gostiju u kontinentalnim regijama bilo je u Središnjoj Hrvatskoj (54 %) i Zagrebu (52 %).

Gotovo polovica turista s kontinenta imala je mjesečna primanja kućanstva iznad 3.000 EUR (46 % za kontinentalni prosjek, nasuprot 65 % na Jadranu). Posebno visoke prihode (86 % iznad 3.000 EUR) imaju gosti iz Belgije, Nizozemske, skandinavskih zemalja, Švicarske i SAD-a. Budući da Sjeverna Hrvatska spada u kontinentalni dio, može se očekivati sličan profil: većinom srednjeg do visokog dohotka.

⁷⁴ Istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023m, konačni rezultati istraživanja, listopad 2023.

Na kontinentu je najčešća pratnja – putovanje s partnerom (39 %), a drugi po učestalosti je samostalni dolazak (34 %). Za razliku od Jadrana, gdje su dominantni dolasci s članovima obitelji (45 %), turist na sjeveru često putuje u paru.

Najvažniji motiv dolaska u Hrvatsku za cjelokupan uzorak bio je odmor (92 %), s vrlo malo onih koji putuju zbog rodbine, posla ili zdravlja (svaki oko 3 % ili manje). U kontinentalnom dijelu najčešći motivi su „city break“ (23 %), posao (22 %) i priroda (20 %). Među turistima Sjeverne Hrvatske najistaknutiji su motivi wellness/toplice (43 %) i priroda (30 %).

Tablica 11. Motivi dolaska prema TOMAS istraživanju za Jadransku i Kontinentalnu Hrvatsku

Jadranska Hrvatska	%	Kontinentalna Hrvatska	%
1. More	83,2	1. Gradovi („city break“)	23,1
2. Priroda	63,1	2. Posao	22,0
3. Gradovi („city break“)	19,0	3. Priroda	20,0
4. Gastronomija	18,5	4. Posjet rodbini i prijateljima	14,3
5. Putovanje / razgledavanje	11,4	5. Kultura i umjetnost	13,4
6. Zabava i festivali	9,0	6. Putovanje / razgledavanje	12,9
7. Kultura i umjetnost	8,8	7. Gastronomija	11,0
8. Manifestacije i događanja	8,4	8. Wellness / toplice	9,1
9. Sport i rekreacija	8,0	9. Zdravstveni razlozi	7,9
10. Sela / ruralno područje	4,6	10. Sela / ruralno područje	7,8

Izvor: Istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023m, konačni rezultati istraživanja, listopad 2023.

Prilikom putovanja u sjevernu Hrvatsku turisti se najčešće informiraju preko interneta – 59 % turista s kontinenta navelo je internet kao glavni izvor informacija (u usporedbi s 61 % na Jadranu). Daljnjih 21 % koristi preporuke obitelji i prijatelja, a 22 % se oslanja na vlastiti prijašnji boravak u Hrvatskoj. Preostalih 3–11 % navodi agencije, oglase ili kataloške materijale kao izvore.

Budući da je Varaždin blizu emitivnih tržišta, dominantan način dolaska na kontinent je automobil – 59 % turista iz kontinentalnog dijela stiže automobilom. Znatniji je udio dolazaka zrakoplovom nego na obalu (31 % turista iz kontinenta dolazi avionom; u Zagrebu čak 47 %). Za usporedbu, na Jadran 82 % turista stiže vlastitim autom, 14 % avionom.

Prosječan broj noćenja turista s kontinenta bio je 5,7 (značajno kraće nego na Jadranu). Drugim riječima, turisti u Varaždinu tipično ostaju relativno kratko (najčešće 1–3 noći, što čini 13 % boravaka). Cijelo putovanje u Hrvatskoj u prosjeku traje 9,1 noćenje, od čega 7,8 u jednom smještajnom mjestu. U sjevernoj Hrvatskoj većina gostiju najčešće boravi u samo jednom objektu (77 %).

Turisti u kontinentalnim destinacijama najviše posjećuju restorane i razgledavaju gradove. Konkretno u Sjevernoj Hrvatskoj (Varaždinu i okolici) 54 % turista koristi wellness ili spa usluge, dok su popularni i muzeji, galerije i izleti u prirodu.

Tijekom boravka gosti s kontinenta ipak uglavnom koriste vlastiti automobil – 64,7 % turista iz Sjeverne Hrvatske koristi vlastiti auto za lokalno kretanje.

Turisti s kontinenta izrazito su zadovoljni boravkom u Hrvatskoj. Ukupno 92 % ocijenilo je svoj boravak ocjenom 6 ili 7 na skali (vrlo visok stupanj zadovoljstva). Najviše su ocijenili ljepotu prirode, gradova, sigurnost i opći ugođaj (više od 90 % gostiju visoko je ocijenilo te elemente). Među najslabijim stranama su prometna infrastruktura u mjestu (gužve u prometu), mogućnosti kupovine, zabave i noćnog života – kao i dosad u svim TOMAS istraživanjima, gosti kontinenta su najnezadovoljniji tim elementima ponude⁷⁵.

Analiza ciljnih tržišta

Svaki turistički proizvod potrebno je plasirati na tržište i to točno određenom ciljanom potrošaču. Ciljni marketing predstavlja suvremeni pristup tržištu jer se tako prezentiraju proizvodi koji mogu najbolje zadovoljiti potrebe kupaca.

Proces ciljnog marketinga sastoji se od tri međusobno povezane aktivnosti:

- Segmentacija tržišta – identifikacija tržišnih segmenata i podjela tržišta na različite kupce koji zahtijevaju posebne turističke proizvode. Prilikom identifikacije tržišnih segmenata moguće je koristiti više različitih kriterija: geografski, demografski, psihografski, učestalost uporabe... Svaki segment je potrebno i profilirati da bi se upoznale karakteristike uobičajenog potrošača.
- Izbor ciljnog tržišta – postupak provjere i odabira jednog ili nekoliko tržišnih segmenata koje će se opsluživati, a nužno je vrednovati definirane tržišne segmente turističke destinacije.
- Pozicioniranje – postupak formuliranja odgovarajućeg konkurentskog položaja organizacije ili njezine ponude za svako ciljno tržište. Pozicioniranje se provodi na tržištima na kojima postoji konkurencija. Broj turističkih destinacija na turističkom tržištu stalno raste, te je potrebno pravovremeno odgovoriti na zahtjeve tržišta i pozicionirati turistički proizvod da bi se polučili očekivani rezultati. Cilj pozicioniranja je postići pozitivnu percepciju i preferiranje turističkog proizvoda na turističkom tržištu. Za kvalitetno pozicioniranje potrebno je utvrditi trenutnu i željenu poziciju turističke destinacije na turističkom tržištu, te odabrati koncept za postizanje željene pozicije. Pozicioniranje se određuje temeljem konkurentskih prednosti, stoga je potrebno utvrditi konkurentске prednosti turističkog proizvoda na ciljnom tržištu. Da bi se pozicioniranje uspješno provelo, odabrani koncept je potrebno komunicirati odabranom ciljnom tržištu i dionicima turističke destinacije.

Prilikom definiranja i analize ciljnih tržišta potrebno je uzeti u obzir činjenicu da suvremeno turističko tržište zahtijeva konstantno prilagođavanje potrebama i željama potencijalnih turista. Odabir ciljnih tržišta ovisi o turističkim proizvodima i ciljevima razvoja turizma do 2030. godine.

Strategija ciljnih tržišta odnosi se na privlačenje bliskih geografskih tržišta (Njemačka, Austrija, Slovenija te Italija), turista koji pretežito koriste automobil kao prijevozno sredstvo do odredišta.

U nastavku su identificirana tržišta s opisom i potrebama prema pojedinim interesnim skupinama.

⁷⁵ Podaci su preuzeti iz rezultata istraživanja „TOMAS Hrvatska 2022./2023.“ provedenog na uzorku od 14.632 turista, pri čemu su podaci za sjevernu Hrvatsku zasebno prikazani u Prilogu B. Promatrani period obuhvaća turističku potražnju od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine

Tablica 12. Interesne skupine grada Varaždina

INTERESNE SKUPINE	KORISNICI	OPIS POTREBA
TURISTI NA ODMORU	- Visokoobrazovani muškarci i žene / stariji parovi dobrih primanja bez djece - Zrela dob (50 do 65 godine) - Treća dob (66 + godina)	Ova skupina nije više vezana uz potrebe svoje djece te imaju osigurana financijska sredstva za putovanja. U Varaždinu traže intelektualno stimulativan odmor, kulturne i povijesne atrakcije poput Starog grada, palača, muzeja i galerija, kao i baroknu arhitekturu. Također cijene smiren ambijent parkova i hortikulturnog Varaždinskog groblja. Preferiraju visokokvalitetan smještaj (4★ i 5★) i autentične gastronomske doživljaje.
LJUBITELJI VINA I GASTRONOMIJE	- Zrela dob (50 do 65 godine) - Treća dob (66 + godina)	Zainteresirani za vina i autohtonu gastronomiju. Posjećuju restorane s lokalnim specijalitetima (varaždinski klipčič, bučino ulje) te vinske podrumce u okolici Varaždina. Očekuju vođene degustacije, enološke ture i kulinarske radionice. Spremni su kupovati lokalne proizvode te traže kvalitetne restorane s naglaskom na lokalnu tradiciju.
SPORTSKI REKREATIVCI	- Osobe srednje dobi (36 do 54) - Mladi parovi koji se bave sportom rekreativno ili profesionalno, bez djece (25 do 35 godina) - Biciklisti - Planinari - Šetači	Traže dodatne sportske sadržaje na odmoru – biciklističke rute (Drava Bike ruta), planinarenje na Ivanščici, šetnje uz rijeku Dravu. Za njih je kvaliteta smještaja važna, uz dodatne sadržaje poput wellnesa i sportskih aktivnosti. Posebno su zainteresirani za ekoturizam i aktivnosti na otvorenom, kao što su kajaking i sportsko penjanje.
JEDNODNEVNI POSJETITELJI I IZLETNICI	- Srednja dob (35-50 godina) - Zrela dob (50-65 godina)	Ova skupina dolazi iz okolnih regija (Zagreb, Međimurje, Kvarner, Slovenija) te često posjećuje Varaždin tijekom Špancirfesta, Varaždinskih baroknih večeri ili Adventa. Vole povijesne i kulturne atrakcije, ali i shopping, gastronomiju i kraće biciklističke ili pješačke ture. Informacije prikupljaju putem turističkih info-točaka, preporuka i interneta. Preferiraju kvalitetnu gastronomsku ponudu i organizirane vođene ture kroz grad.

Identifikacija ciljnih potrošačkih segmenata ključna je za valorizaciju turističkih resursa koji postoje na području grada Varaždina. Svaka interesna skupina ima specifične potrebe, stoga je nužno uskladiti turističku ponudu s potražnjom kako bi se povećala konkurentnost destinacije i osigurao održiv razvoj turizma.

2.12. Analiza konkurencije

Benchmark analiza (2 Hrvatska i 2 strana primjera dobre prakse) i trendova

Za procjenu tržišne pozicije grada Varaždina potrebno je definirati konkurentski krug destinacija sličnih obilježja, posebno u kontekstu turističkih proizvoda i tržišnih segmenata koje privlače. Varaždin se pozicionira kao kulturno-urbana destinacija kontinentalne Hrvatske te se stoga uspoređuje s gradovima koji nude slične proizvode – baštinu, manifestacije, eno-gastronomiju i kratke boravke.

Pri analizi turističke konkurencije Varaždina, možemo razlikovati direktnu i indirektnu konkurenciju prema vrstama turizma koje destinacija nudi.

Direktna konkurencija (slične destinacije unutar regije i Hrvatske):

To su gradovi i destinacije koje nude slične turističke proizvode kao Varaždin, poput kulturnog naslijeđa, manifestacija, prirodnih ljepota i eno-gastronomije.

- Čakovec: Konkurira kroz kulturni turizam (Stari grad Zrinskih, manifestacije poput Porcijunkulova) i blizinu prirodnih atrakcija (Međimurska vinska cesta)
- Koprivnica: Poznata po kulturnim događanjima (Renesansni festival), umjetničkim manifestacijama i tradiciji naive, što privlači sličan profil posjetitelja
- Krapina: S Muzejom krapinskih neandertalaca i manifestacijama poput Tjedna kajkavske kulture, Krapina nudi jedinstvenu kombinaciju kulturnog i povijesnog turizma

Indirektna konkurencija (destinacije koje nude drugačiju, ali usporedivu ponudu):

Ove destinacije ne nude iste proizvode kao Varaždin, ali mogu privući sličnu ciljanu skupinu – ljubitelje kulture, prirode i autentičnih doživljaja.

- Karlovac: Fokus na povijest (Stari grad Dubovac), rijeku Kupu i manifestacije poput Dana piva. Iako nije kulturna destinacija u istom smislu, privlači slične posjetitelje.

Grad Varaždin se promatra u odnosu na konkurentske gradove drugih županija, odnosno gradove koji se nalaze u susjednim županijama, a to su Čakovec, Koprivnica, Krapina i Karlovac.

U nastavku je prikazana usporedba turističkih dolazaka i noćenja u gradovima Varaždin, Čakovec, Krapina, Koprivnica i Karlovac za 2023. i 2024. godinu⁷⁶:

Tablica 13. Usporedba broja ostvarenih dolazaka i noćenja turista s konkurentskim destinacijama (2023. do 2024.)

Grad	Dolasci 2023.	Dolasci 2024.	Promjena dolazaka (%)	Noćenja 2023.	Noćenja 2024.	Promjena noćenja (%)
Varaždin	41.750	44.863	+7,5 %	81.947	82.344	+0,5 %
Karlovac	51.694	47.270	-8,6 %	95.049	91.620	-3,6 %
Čakovec	13.332	17.435	+30,8 %	36.641	31.046	-15,3 %
Krapina	8.284	14.842	+79,2 %	16.305	19.965	+22,4 %
Koprivnica	7.494	6.484	-13,5 %	16.659	15.109	-9,3 %

Izvor: Podaci su prikupljeni iz službenih izvora Državnog zavoda za statistiku (DZS) te iz javno dostupnih izvješća o radu turističkih zajednica⁷⁷

Međunarodna konkurencija (strani primjeri dobre prakse):

⁷⁶ Državni zavod za statistiku (2024). Turizam u 2023., Statistički izvještaji br. 1731. Zagreb: DZS. Dostupno na: https://podaci.dzs.hr/media/pt0dpwn5/si-1731_turizam-u-2023.pdf Statistički izvještaj DZS za 2022. i 2023.

⁷⁷ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske: Smještajni kapaciteti, dolasci i noćenja turista – Republika Hrvatska (HR NUTS 2021: HR NUTS 2, županije, gradovi i općine po mjesecima), Tablica 1.8.

- Maribor (Slovenija) – drugi po veličini slovenski grad, poznat po kulturnim događanjima (Festival Lent), povijesnoj jezgri, outdoor i vinskoj ponudi. Naglasak na digitalizaciji i održivosti (Green Destination, Smart City pristup).
- Graz (Austrija) – UNESCO grad dizajna i glazbe, razvijena kulturna scena, inovativan pristup upravljanju baštinom, izvrsno povezan sa srednjoeuropskim tržištima. Fokus na kvalitetan smještaj, dizajn, gastronomiju i urbane festivale.

Tablica 14. Usporedba Varaždina, Maribora i Graza

Pokazatelj	Varaždin	Maribor	Graz
UNESCO status	Grad glazbe	Grad glazbe	Grad dizajna, glazbe
Glavne manifestacije	Špancirfest, Barokne večeri	Festival Lent, Drava Festival	La Strada, Styriarte, Designmonat
Broj noćenja (2024.)	82.344	523.472	1.393.297
Fokus marketinga	Kultura, manifestacije, autentičnost	Urbani turizam, outdoor, održivost	Dizajn, gastronomija, kulturna scena
Digitalni alati	Web, društvene mreže	AR aplikacije, chatbot, e-vodiči	Interaktivni prostori, smart signage
Smještajna ponuda	Ograničena, ali kvalitetna	Raznolika, fokus na urbana iskustva	Hoteli visoke kategorije, tematski apartmani
Turistička infrastruktura	TIC, QR kodovi, vodiči	Green Way sustavi, info-pultovi	Muzeji, dizajn zone, top atrakcije
Brendiranje destinacije	UNESCO + manifestacije	Smart destination + Green Slovenia	Lifestyle destinacija, "urbani hub"

Izvor: Turistička zajednica Varaždin; Mestna občina Maribor – turizem; Graz Tourismus – Tourismusbilanz 2024.

Usporedna međunarodna analiza: Varaždin – Maribor – Graz

Tablica 15. Osnovna pozicija i identitet destinacije

Grad	Veličina	Status	Temeljni identitet
Varaždin	~44.000	UNESCO Grad glazbe (od 2023.)	Barokna jezgra, kulturne manifestacije, urbani šarm
Maribor	~114.000	UNESCO Grad glazbe (od 2019.)	Vinski i riječki grad, outdoor, kulturne manifestacije
Graz	~305.000	UNESCO Grad dizajna i baštine	Dizajn, arhitektura, lifestyle, kreativna scena

Tablica 16. Turistička ponuda i niše

Element	Varaždin	Maribor	Graz
Glavne manifestacije	Špancirfest, Varaždinske barokne večeri, Advent	Festival Lent, Old Vine Festival, Drava Festival	Styriarte, Designmonat, La Strada Festival
Kultura i baština	Barokna jezgra, muzeji, galerije	Dvorac Betnava, sinagoga, minoritski samostan	UNESCO povijesna jezgra, Schlossberg, Kunsthhaus

Tematski turizam	Glazba, tradicija, biciklizam, outdoor (Drava)	Vinski turizam, outdoor (Drava, Pohorje), kulturne rute	Dizajn, gastronomija, glazba, arhitektura
Outdoor ponuda	Biciklističke rute, outdoor na Dravi (rafting, SUP,ajak...)	Biciklizam, rafting, planinarenje (Pohorje)	Gradski parkovi, planinarenje na Schlossbergu
Pozicioniranje	Urbano-kulturna niša, događaji	Kulturno-outdoor destinacija s vinima	Lifestyle destinacija kreativne klase

Tablica 17. Digitalna strategija i komunikacijski alati

Kanal / alat	Varaždin	Maribor	Graz
Službene web stranice	visitvaraždin.hr	maribor-pohorje.si, visitmaribor.si	graz.at, graz-tourismus.at
Društvene mreže	Facebook, Instagram, YouTube	Aktivno: FB, IG, YouTube, TikTok	Aktivno: FB, IG, LinkedIn, YouTube, TikTok
Mobilna aplikacija	"Visit Varaždin" (u razvoju)	"Visit Maribor-Kam" – karta, vodič, offline navigacija	"Visit Graz" app – offline GPS, info, događanja
Virtualna stvarnost / AR	U razvoju	AR vodiči za kulturne rute i atrakcije	VR i AR za muzeje, dvorce, dizajnerske ture
Storytelling kampanje	Blizu, bliže, Varaždin, Špancirfest, Advent, Festival varaždinskih dvorišta	"Najstarejša trta", "Maribor skozi oči lokalcev"	"Graz – City of Design", "Feel Graz"
Video sadržaj i influenceri	Redovni, ali sezonski, suradnje s influencerima i blogerima	Korištenje blogera iz Njemačke, Italije, Češke	Profesionalne kampanje, suradnje s dizajn influencerima

Tablica 18. Turistička infrastruktura i kapaciteti

Element	Varaždin	Maribor	Graz
Broj noćenja (2024)	~82.000	~524.000	>1.300.000
Hoteli / apartmani	Ograničeni, ali visoke kvalitete	Široka paleta – hoteli, hosteli, kampovi	Hoteli visoke kategorije, dizajnerski objekti
Održivost	Green Destinations	Green Slovenia certifikat	Smart City, eco certifikacija objekata
Javni prijevoz i povezanost	Regionalna dostupnost	Blizina autoceste, željeznica, biciklistička mreža	Međunarodni željeznički i autobusni čvor, e-mobilnost

Tablica 19. Upravljanje destinacijom i partnerstva

Element	Varaždin	Maribor	Graz
Upravljačka struktura	TZGV u suradnji s Gradom Varaždin	Maribor-Pohorje Institute, DMO	Graz Tourismus GmbH (d.o.o.)
Međunarodna suradnja	UNESCO UCCN, Interreg projekti, Green Destinations	Green Destinations, ECTN, UNESCO	UNESCO, Creative Cities, ICCA, Smart Tourism
Financiranje	Grad Varaždin, HTZ, EU projekti, vlastita sredstva, sponzorstva, donacije	EU fondovi, lokalna samouprava	Javna i privatna sredstva, gradski budžet

Praćenje rezultata	Google Analytics, eVisitor	Detaljan M&E sustav, anketiranje turista	Kvartalni monitoring, AI segmentacija turista
--------------------	----------------------------	--	---

Analizom međunarodnih primjera – Maribora (Slovenija) i Graza (Austrija) – mogu se identificirati obrasci razvoja kulturno-urbanih destinacija koji su relevantni za pozicioniranje grada Varaždina.

Maribor, kao UNESCO Grad glazbe, profilirao se kroz spoj kulturnih događanja i outdoor ponude (Festival Lent, vinske rute, Pohorje). Njegov razvoj temelji se na održivosti i digitalizaciji (Green Destination certifikat, AR vodiči, e-vodiči), čime jača svoj imidž *pametne i zelene destinacije*. Graz, kao UNESCO Grad dizajna i glazbe, predstavlja snažan primjer kreativnog i lifestyle brendiranja. Njegova snaga leži u raznolikoj kulturnoj i gastronomskoj sceni, smještaju visoke kategorije te inovativnom upravljanju baštinom i digitalnim alatima (VR, AR, interaktivni muzeji).

Usporedba pokazuje da je Varaždin – unatoč manjem broju noćenja – utemeljen na prepoznatljivom kulturnom identitetu. UNESCO status Grada glazbe, barokna jezgra i manifestacije poput Špencirfesta i Varaždinskih baroknih večeri čine čvrst temelj za međunarodnu vidljivost i snažno destinacijsko brendiranje.

Snage Varaždina u odnosu na Maribor i Graz uključuju:

- međunarodno priznati kulturni kapital (UNESCO status),
- autentičnu i očuvanu starogradsku jezgru,
- manifestacijsku ponudu s tisućama posjetitelja godišnje,
- rastuću kvalitetu smještaja u centru grada.

Područja za unapređenje jasno proizlaze iz praksi Maribora i Graza:

1. Digitalna transformacija – ubrzati razvoj mobilne aplikacije, AR vodiča i personaliziranih digitalnih usluga
2. Međunarodno umrežavanje – jačati članstva u mrežama poput ECTN-a i Smart Tourism platformi, radi vidljivosti na europskoj razini
3. Dizajn destinacije – inspirirati se Grazom kroz razvoj kreativnih zona, dizajnerskih ruta i kulturnih coworking prostora
4. Regionalni brend – povezati se s Mariborom kroz UNESCO mrežu i stvoriti zajednički kulturni proizvod („Glazbena ruta gradova Alpe-Adria“)
5. Produženje sezone – razvijati nove sadržaje izvan glavnih manifestacija, s fokusom na jesenski i zimski period (boutique festivali, kulturne rezidencije)

Zaključno, Maribor i Graz pokazuju da kulturne destinacije srednje veličine mogu doseći snažan međunarodni položaj kroz kombinaciju baštine, digitalnih inovacija i kreativnog brendiranja. Varaždin posjeduje temeljne resurse i imidž, no kako bi se učvrstio u konkurenciji potrebno je strateški ulagati u digitalizaciju, međunarodnu suradnju i razvoj cjelogodišnjih sadržaja.

2.13. Analiza provedbe Strateškog plana razvoja turizma Grada Varaždina do 2020.

Analiza provedbe prethodnog Strateškog plana razvoja turizma Grada Varaždina do 2020. godine⁷⁸ daje uvid u ostvarene rezultate, identificira provedene aktivnosti, te procjenjuje stupanj postignuća zacrtanih ciljeva i mjera, čime se definira polazište za nove razvojne aktivnosti.

Praćenje, vrednovanje i izvještavanje o provedbi sastavni su dio procesa strateškog planiranja. Zakonom o sustavu strateškog planiranja i upravljanja razvojem Republike Hrvatske (NN 123/17, 151/22), među ostalim uređuje se praćenje, izvještavanje o provedbi i vrednovanje akata strateškog planiranja.

Strateški dokument iz 2013. godine postavio je viziju pretvaranja Varaždina iz pretežito izletničke destinacije u stacionarnu i atraktivnu kulturnu destinaciju s međunarodnim prepoznatljivim brendom. Valorizirajući identificirane strateške prednosti i rukovodeći se postavljenim razvojnim načelima, vizija Grada Varaždina glasi: Temeljem svog izuzetnog kulturno-povijesnog nasljeđa i tradicije, razvijajući se na principima održivosti, grad Varaždin kreativna je i dinamična, visoko sadržajna i svojom atmosferom nadasve ugodna destinacija, zajedno sa svojom slikovitom okolicom privlačna različitim segmentima posjetitelja za jednodnevne i višednevne turističke boravke.

Realizacija postavljene vizije – Varaždin kao održiva, kreativna, dinamična, visoko sadržajna i ugodna turistička destinacija, privlačna za jednodnevne i višednevne posjete – zahtijevala je redefiniranje turističkog profila grada, s ciljem transformacije iz pretežno izletničke i VFR (Visit Friends and Relatives) destinacije u destinaciju koja je atraktivna za turistički motivirana putovanja i višednevni boravak.

Kvantitativno definirani sveobuhvatni (strateški i operativni) ciljevi, koji su bili postavljeni u strategiji za prethodno razdoblje i trebali su biti ostvareni do 2020. godine, prikazani su u donjoj tablici. Uz njih su posebno prikazane stvarno ostvarene vrijednosti i stupanj (kao postotak) realizacije pojedinog cilja do kraja promatranog razdoblja, tj. 2024. godine. Polazna godina za sve usporedbe postignutih vrijednosti i stopa rasta pojedinih kategorija ciljeva je posljednja godina prije početka promatranog strateškog razdoblja, tj. 2015.

Pritom je potrebno uzeti u obzir da je promatrano strateško razdoblje bilo prekinuto s dvije godine krize uzrokovane Covidom-19 (2020. i djelomično 2021.), koje su izrazito negativno utjecale na kretanje turističkog prometa i prihoda u turističkoj djelatnosti u tim godinama.

U prethodnom strateškom razdoblju (2014.–2020.) Grad Varaždin ostvario je djelomičan uspjeh u realizaciji Strateškog plana razvoja turizma, pri čemu su kvantitativni ciljevi djelomično postignuti, a većina razvojnih projekata realizirana tek parcijalno.

Krovni cilj strategije bio je: Povećati atraktivnost grada Varaždina kao turističke destinacije

Taj cilj se konkretizirao kroz dva glavna podcilja:

1. Utrostručenje broja turističkih noćenja
2. Udvostručenje broja jednodневnih turistički motiviranih putovanja

Tablica 20. Sažetak realizacije ključnih ciljeva i pokazatelja

Pokazatelj	Polazna vrijednost (2014.)	Ostvarenje (2020.)	Cilj	Postotak ostvarenja	Ostvarenje (2024.)	Cilj	Postotak ostvarenja
------------	----------------------------	--------------------	------	---------------------	--------------------	------	---------------------

⁷⁸ Grad Varaždin. Strateški plan razvoja turizma Grada Varaždina do 2020. godine. Varaždin.

Broj turističkih noćenja	47.142	33.829	150.000 (utrostručenje)	-28,2 % u odnosu na polaznu vrijednost Postotak ostvarenja cilja: 22,6 %	82.344	≥150.000 (utrostručenje)	54,9 % +74,7 % rast u odnosu na 2014.
Broj jednodnevnih turističkih dolazaka	20.975	17.280	≥ 42.000 (udvostručenje)	-17,6 % u odnosu na polaznu vrijednost Postotak ostvarenja cilja: 41,1 %	44.863	≥ 42.000 (udvostručenje)	106,8 % +113,9 % rast u odnosu na 2014.
Prosječno trajanje boravka	2,11 dana	1,71 dana	≥ 2,5 dana	-18,9 % u odnosu na polaznu vrijednost Postotak ostvarenja cilja: 68,4 %	1,83 dana	≥ 2,5 dana	-13,3 % u odnosu na polaznu vrijednost Postotak ostvarenja cilja: 73,2 %
Broj realiziranih razvojnih projekata (od 20)	–				5 u potpunosti, 10 djelomično	20	~25 % u cijelosti, 50 % djelomično
Prosječna ocjena ostvarenosti svih ciljeva	–				–	–	~68% (procjena)

Izvor: eVisitor; Izvor: Obrada autora prema Grad Varaždin, Turistička zajednica grada Varaždina, Strateškom planu razvoja turizma Grada Varaždina do 2020. godine te javno dostupnim informacijama o provedbi razvojnih projekata

Iako nije postignuto utrostručenje broja turističkih noćenja, grad Varaždin je u razdoblju od 2014. do 2024. godine ostvario rast od 74,7 %, povećavši broj noćenja s 47.142 na 82.344. Time je ostvareno 54,9 % ciljanog rezultata od 150.000 noćenja. Važno je napomenuti da je u 2020. godini, uslijed pandemije COVID-19, broj noćenja pao na 33.829, što je predstavljalo značajan privremeni pad – tek 22,6 % planiranog cilja. Ipak, oporavak u narednim godinama potvrđuje pozitivan dugoročni trend i otpornost destinacije na izvanredne okolnosti.

Broj turističkih dolazaka porastao je s 20.975 u 2014. na 44.863 u 2024., što predstavlja rast od 113,9 %. Ostvareno je 106,8 % cilja (42.000), čime je grad Varaždin premašio cilj udvostručenja jednodnevnih turistički motiviranih dolazaka. U 2025. godini također bilježimo porast broja turističkih noćenja i to za 10%,

te 17% u broju noćenja. Unatoč padu tijekom pandemijske 2020. godine, kada je zabilježeno svega 17.280 dolazaka (41,1 % cilja), ukupni porast potvrđuje uspješnu realizaciju ovog podcilja.

S druge strane, prosječno trajanje boravka smanjilo se s 2,11 dana (2014.) na 1,71 dan (2020.), a potom se blago oporavilo na 1,83 dana (2024.), te godinu kasnije se još malo podigao na 1,95 dana. Iako predstavlja 73,2 % ostvarenja cilja ($\geq 2,5$ dana), ovaj pokazatelj i dalje bilježi pad od 13,3 % u odnosu na polaznu vrijednost. Ovaj trend upućuje na porast udjela kraćih, vjerojatno jednodnevnih posjeta, što odgovara urbanom karakteru Varaždina i njegovoj orijentaciji na kulturne, manifestacijske sadržaje kraćeg trajanja.

Od ukupno 20 planiranih razvojnih projekata, njihova realizacija do 2025. godine pokazuje raznoliku razinu ostvarenosti (Tablica 22.). U području turističkih atrakcija postignuta je djelomična realizacija kroz obnovu Starog grada, palače Sermage i uspostavu kulturnih ruta, dok povijesna jezgra i sadržaji uz Dravu još uvijek zahtijevaju dodatna ulaganja. Projekti, poput Centra za posjetitelje - Varaždinske kuće, nalaze se u pripremnim fazama, dok su kamp i kongresni centar ostali ispod očekivane razine razvoja. U suprastrukturnom segmentu zabilježeno je povećanje smještajnih kapaciteta, no kongresni sadržaji nisu adekvatno razvijeni.

Na području menadžmenta i promocije djelomično su postignuti ciljevi, posebice kroz uvođenje nove strategije upravljanja destinacijom. Inicijative održivog razvoja, poput razvoja cikloturizma, pješačkih zona i valorizacije prostora uz Dravu, pokrenute su, ali većinom još nisu u potpunosti provedene. Općenito, iako su određeni projekti ostvareni, većina ih je realizirana samo djelomično, dok neki – poput kongresnog centra, kampa i Kuće leptira – nisu uopće ostvareni, što ukazuje na potrebu za jačanjem provedbenih kapaciteta i kontinuiranom koordinacijom razvojnih aktivnosti.

Tablica 21. Ostvarenost ključnih projekata do 2025.

Kategorija	Primjeri projekata	Status do 2025.
Turističke atrakcije	Stari grad, povijesna jezgra, Drava	Djelomično realizirano (Stari grad, Sermage, kulturne rute)
Infrastruktura	TIC, kamp, kongresni centar	TIC planiran, kamp neostvaren, kongresni centar neostvaren
Suprastruktura	Hoteli, restorani, kongresni sadržaji	Povećanje smještajnih kapaciteta, ali nedovoljno u kongresnom segmentu
Menadžment i promocija	Brand, informacijski sustav, vještine	Djelomično – novi Plan upravljanja destinacijom uveden 2026.
Održivi razvoj	Drava, cikloturizam, pješačke zone	Pokrenuto, djelomično provedeno
Neostvareni projekti	Kongresni centar, kamp, Kuća leptira	Projekti nisu ostvareni

Izvor: Obrada autora prema Grad Varaždin, Turistička zajednica grada Varaždina, Strateškom planu razvoja turizma Grada Varaždina do 2020. godine te javno dostupnim informacijama o provedbi razvojnih projekata

Pozitivni pomaci:

- Rast broja dolazaka i noćenja
- Povećana digitalna i fizička dostupnost: web, društvene mreže, informativna infrastruktura
- Brendiranje kroz manifestacije (Špincirfest, Advent, Varaždinske barokne večeri)

- Priznanja: UNESCO Creative City of Music, više puta proglašen najboljim gradom za gospodarstvo i kvalitetu života
- Zelena tranzicija: obnovljivi izvori energije, biciklističke staze, parkovna uređenja
- Digitalna transformacija: podatkovni centar DC North, besplatan Wi-Fi, interaktivne turističke karte

Ograničenja i izazovi:

- Nisu realizirani ključni infrastrukturni projekti poput kongresnog centra i ljetnog kampa za djecu
- Projekt valorizacije rijeke Drave je proveden samo djelomično – sezonski, bez cjelogodišnje ponude
- Prosječna duljina boravka se smanjila, što ukazuje na prevlast jednodnevnog turizma
- Neki razvojni projekti ostali su samo u fazi koncepta, poput Kuće leptira i proširene hotelske ponude
- Nema sustavne evaluacije učinka pojedinačnih mjera, što otežava optimizaciju budućih planova

Iako su kvantitativni ciljevi formalno djelomično ostvareni, Grad Varaždin je u proteklom razdoblju ostvario kvalitetne temelje za daljnji razvoj turizma temeljen na održivosti, digitalizaciji i kulturnoj izvrsnosti. U sklopu održivog razvoja, Grad Varaždin je u posljednjih nekoliko godina proveo niz projekata koji, iako primarno usmjereni na zelenu i digitalnu tranziciju, imaju izravan utjecaj na turizam. Razvoj biciklističkih i pješačkih staza te modernizacija javne rasvjete na prijelazima povećali su sigurnost i dostupnost prostora, čime je Varaždin dodatno ojačao svoju poziciju kao privlačna destinacija za cikloturiste i posjetitelje orijentirane na aktivni boravak.

Uređenje zelenih površina i osvajanje nagrade „European City of the Trees” 2024. godine doprinijeli su vizualnoj privlačnosti grada, što direktno utječe na doživljaj turista i kvalitetu boravka. Digitalizacija destinacije kroz podatkovnu infrastrukturu i pametne gradske sustave omogućava učinkovitije informiranje i usmjeravanje posjetitelja, što je osobito važno u kontekstu kratkoročnih boravaka i jednodnevnih izleta.

Posebno vrijedan doprinos turizmu donosi priznanje UNESCO-a kojim je Varaždin proglašen kreativnim gradom glazbe, čime se dodatno pozicionira na međunarodnoj sceni kao kulturna destinacija. Uspješno brendiranje kroz manifestacije poput Špancirfesta, Adventa i Varaždinskih baroknih večeri upotpunjuje sliku destinacije koja spaja održivost, kulturu i digitalnu dostupnost – temelje modernog urbanog turizma.

3. Resursna osnova

Resursna osnova grada Varaždina predstavlja temeljni preduvjet za planiranje održivog i integriranog razvoja turizma na razini destinacije. Uključuje ukupnost prirodnih i kulturnih dobara, nematerijalne baštine, manifestacijskih sadržaja te turističke infrastrukture i suprastrukture koja čini okvir za oblikovanje konkurentne i raznolike turističke ponude. Sustavno prepoznavanje i vrednovanje ovih elemenata omogućuje usmjereno i učinkovito strateško upravljanje razvojem destinacije u skladu s načelima održivosti, identiteta i tržišne diferencijacije.

U procesu analize korišten je multidisciplinarni pristup koji obuhvaća desk istraživanje (službeni registri kulturnih i prirodnih dobara, prostorno-planska dokumentacija, turističke publikacije), terenske obilaske, kao i konzultacije s relevantnim lokalnim dionicima. Time je osigurana vjerodostojna i cjelovita evidencija postojećih turističkih resursa te njihova kategorizacija i valorizacija u skladu s metodološkim smjernicama za upravljanje destinacijom.

Sustavna kategorizacija provedena je prema funkcionalnoj klasifikaciji turističkih atrakcija prema Kušenu (2002.)⁷⁹, prilagođenoj specifičnostima grada Varaždina. U skladu s navedenom klasifikacijom, atrakcijska osnova podijeljena je u tri temeljne kategorije:

- Prirodna baština
- Antropogena baština
- Manifestacije i turistička infrastruktura

Atrakcije su, radi potrebe za daljnjom planskom valorizacijom i oblikovanjem prioritetnih razvojnih smjerova, ocijenjene u dvije dimenzije:

- Tržišna relevantnost: međunarodna (M), nacionalna (N), regionalna (R), lokalna (L)
- Stupanj spremnosti za turističko korištenje: spremne (S), djelomično spremne (DS), nespremne (NS)

Dobiveni rezultati pružaju uvid u prostornu i tematsku distribuciju ključnih atrakcija grada Varaždina te omogućuju jasno definiranje razvojnih prioriteta u okviru Plana razvoja održivog turizma grada Varaždina. Identificirana razina valorizacije pojedinih resursa ukazuje na visok potencijal Varaždina u segmentima kulturnog turizma, manifestacija, urbanog odmora i eno-gastronomije, uz dodatne mogućnosti za razvoj integriranih turističkih proizvoda u okviru zelene i digitalne tranzicije.

Priroda i okoliš

Grad Varaždin i njegova okolica obiluju prirodnim vrijednostima i zaštićenim područjima, koja predstavljaju značajan potencijal za razvoj održivog turizma, osobito u segmentima ekoturizma, rekreacije, edukacije i interpretacije prirodne baštine. Najvažniji prirodni sustav ovog prostora čini rijeka Drava, čije područje ima višestruku vrijednost – ekološku, krajobraznu, rekreacijsku i obrazovnu.

Rijeka Drava obuhvaćena je Regionalnim parkom Mura–Drava, zaštićenim u kategoriji regionalnog parka, te je sastavni dio europske ekološke mreže Natura 2000. U okviru te mreže, područje je registrirano kao:

- POVS – područje očuvanja značajno za vrste i stanišne tipove (HR2000916 – Donja Drava),
- POP – područje očuvanja značajno za ptice (HR1000011 – Podunavlje i donja Drava).

⁷⁹ Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija / Eduard Kušen

Uz tok rijeke nalazi se i Dravska šuma, službeno zaštićena kao park-šuma, te Topole u Dravskoj šumi, upisane kao spomenik prirode zbog svoje visoke dendrološke i krajobrazne vrijednosti. Osim navedenih, na području grada evidentirano je više perivoja i pojedinačnih objekata parkovne arhitekture od značaja za prirodnu i kulturnu baštinu.

Ključna zaštićena prirodna područja na području Varaždina uključuju⁸⁰:

- Regionalni park Mura–Drava – šire područje rijeke Drave s očuvanim riječnim i poplavnim ekosustavima, ključnim za bioraznolikost, krajobraznu vrijednost i edukaciju.
- Dravska šuma – zaštićena park-šuma pogodna za šetnje, biciklizam, rekreativne i edukativne sadržaje u prirodi.
- Topole u Dravskoj šumi – zaštićene kao spomenik prirode, s rijetkim i zaštićenim stablima.
- Jalkovec – park kraj dvorca – registriran kao spomenik parkovne arhitekture, s visokim estetskim i povijesnim značajem.
- Varaždinsko groblje – prepoznatljivo po hortikulturnom uređenju i vrijednosti kao spomenik parkovne arhitekture te primjer pejzažne arhitekture.
- Platana u Varaždinu – pojedinačno stablo značajne dendrološke vrijednosti, zaštićeno kao spomenik parkovne arhitekture.
- Perivoj Starog grada – iako nije naveden u službenoj tablici, smatra se jednim od najreprezentativnijih povijesnih perivoja u Hrvatskoj te važnim dijelom urbanog zelenila i kulturno-povijesne jezgre Varaždina.

Sva navedena područja upisana su u Registar zaštićenih dijelova prirode Republike Hrvatske, u skladu sa Zakonom o zaštiti prirode (NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19). Njihova zaštita, stručno upravljanje i održivo korištenje predstavljaju temelj za oblikovanje suvremenih turističkih sadržaja u skladu s načelima zelene tranzicije, očuvanja biološke raznolikosti i klimatske otpornosti. Integracijom prirodne baštine u turističku ponudu, Varaždin ima priliku dodatno ojačati svoju poziciju kao destinacija koja spaja visoke prirodne, kulturne i rekreativne vrijednosti.

Tablica 22. Pregled i vrednovanje prirodne baštine grada Varaždina

Atrakcija / Lokalitet	Vrsta	Značaj	Spremnost
Rijeka Drava (područje Donja Drava)	Vodni resurs / Natura 2000 (POVS/POP)	Nacionalna	Djelomično spremno
Regionalni park Mura–Drava	Zaštićeno područje / ekosustav	Međunarodna	Djelomično spremno
Dravska šuma	Park-šuma / rekreacijska i edukativna zona	Regionalna	Spremno
Topole u Dravskoj šumi	Spomenik prirode / dendrološka vrijednost	Lokalna	Spremno
Varaždinsko jezero (Aquacity)	Vodni resurs / rekreacijska infrastruktura	Regionalna	Spremno
Varaždinsko groblje	Spomenik parkovne arhitekture / pejzažni dizajn	Nacionalna	Spremno

⁸⁰Javna ustanova Priroda Varaždinske županije (bez godine). Zaštićena područja i prirodna baština Varaždinske županije. Dostupno na: <https://priroda-vz.hr/zasticena-podrucja/>

Platana u centru Varaždina	Zaštićeno pojedinačno stablo	Lokalna	Spremno
Perivoj Starog grada	Povijesni gradski park	Regionalna	Spremno
Park kraj dvorca u Jalkovcu	Spomenik parkovne arhitekture	Lokalna	Djelomično spremno
Aleje i drvoredi u gradskom središtu	Urbana priroda / estetska vrijednost	Lokalna	Spremno
Ornitoфаuna uz Dravu (npr. crna roda, vodomar)	Životinjski svijet / zaštićene ptice	Regionalna	Djelomično spremno
Biljne zajednice uz Dravu i u parkovima	Biljni svijet / šumske i riječne vrste	Lokalna	Spremno

Izvor: Upisnik zaštićenih područja⁸¹

Antropogena (Kulturna) baština

Grad Varaždin posjeduje iznimno vrijednu i očuvanu kulturnu baštinu koja čini temelj njegovog identiteta i prepoznatljivosti na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Povijesna jezgra Varaždina jedno je od najcjelovitijih urbanih ansambala barokne arhitekture u kontinentalnoj Hrvatskoj te nosi status kulturnog dobra upisanog u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske. Arhitektonska i urbanistička baština, sakralni objekti, muzejske institucije te očuvana nematerijalna tradicija, čine Varaždin središnjom kulturno-turističkom destinacijom sjeverne Hrvatske.

Središnje mjesto zauzima kompleks Starog grada Varaždina – renesansna fortifikacija s gotičko-baroknim elementima, danas sjedište Gradskog muzeja Varaždin. Povijesna jezgra obuhvaća niz reprezentativnih palača, crkava i javnih objekata iz razdoblja od 16. do 19. stoljeća, uključujući Palaču Sermage, Palaču Herzer, Župnu crkvu sv. Nikole, Franjevačku i Uršulinsku crkvu, Samostan i crkvu sv. Vida te Gradsku vijećnicu.

Osim arhitektonske baštine, Varaždin baštini i izrazitu nematerijalnu kulturnu tradiciju, uključujući Varaždinsku građansku gardu (Purgare), Varaždinske barokne večeri, tradicijske zanate i obrte te brojne lokalne običaje.

Varaždin također posjeduje snažno muzejsko-kulturno nasljeđe: Gradski muzej, Entomološki odjel, Galeriju starih i novih majstora, Muzej anđela, Muzej oldtimera i stare tehnike i Muzej hrvatskog vatrogastva – čime grad pruža visoku razinu kulturne interpretacije dostupnu posjetiteljima tijekom cijele godine.

Posebnu vrijednost predstavlja i Varaždinsko groblje, oblikovano prema konceptu parkovne arhitekture Hermana Hallera, što ga čini jednim od najljepših groblja u Europi i dijelom nacionalne spomeničke baštine.

Posebno treba istaknuti i arheološku baštinu. Na području grada zabilježeni su lokaliteti koji svjedoče o kontinuitetu života od prapovijesti do srednjeg vijeka. Među najznačajnijima su arheološko nalazište "Brezje", koje se veže uz ranosrednjovjekovnu fazu razvoja naselja, te lokalitet "Pod lipom", koji pokazuje tragove višeslojnih arheoloških horizonata. Oba su lokaliteta evidentirana kao kulturna dobra, ali još uvijek nisu adekvatno interpretirana niti uključena u širu kulturno-turističku ponudu. Njihov potencijal leži u

⁸¹ Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije (bez godine). Upisnik zaštićenih područja Republike Hrvatske. Središnja baza podataka o zaštićenim područjima.

moogućnostima razvoja edukacijskih i tematskih sadržaja, posebice u okviru projekata arheološkog parka, digitalne interpretacije i participativne baštine⁸².

Kulturna baština grada Varaždina aktivno se koristi i interpretira kroz kulturne manifestacije, obrazovne programe, vođene ture i digitalne platforme, čime postaje ključni resurs za razvoj kulturnog turizma visoke dodane vrijednosti.

Tablica 23. Pregled i vrednovanje antropogene (kulturne) baštine grada Varaždina

Atrakcija / Lokalitet	Vrsta	Značaj	Spremnost
Povijesna jezgra Varaždina	Urbanistički i arhitektonski ansambl	Nacionalna	Spremno
Stari grad Varaždin	Fortifikacija / Muzej	Nacionalna	Spremno
Palača Sermage (Galerija starih i novih majstora)	Kulturna ustanova	Regionalna	Spremno
Palača Herzer (Entomološki odjel GMV)	Muzejski prostor	Regionalna	Spremno
Palača Patačić	Barokna palača	Lokalna	Spremno
Crkva sv. Nikole	Sakralna arhitektura	Regionalna	Spremno
Crkva sv. Vida i Franjevački samostan	Sakralna baština	Regionalna	Spremno
Uršulinska crkva i samostan	Sakralna baština	Lokalna	Djelomično spremno
Varaždinska sinagoga	Kulturna i religijska baština	Lokalna	Djelomično spremno
Gradski toranj i Gradska vijećnica	Urbanistički simboli	Lokalna	Spremno
Varaždinsko groblje	Pejzažna i memorijalna baština	Nacionalna	Spremno
Židovsko groblje	Memorijalna građevina	Nacionalna	Spremno
Perivoj uz Stari grad	Povijesni perivoj	Regionalna	Spremno
Varaždinska građanska garda (Purgari)	Nematerijalna baština / povijesna postrojba	Regionalna	Spremno
Tradicijski obrti (svječarstvo, licitari...)	Nematerijalna baština	Lokalna	Djelomično spremno
Gradski muzej Varaždin (kompleks)	Kulturna ustanova	Nacionalna	Spremno
Muzej anđela	Privatni muzej	Lokalna	Spremno
Arheološko nalazište "Brezje"	Arheološko dobro (ranosrednjovjekovno)	Lokalna	Nespremno

⁸² Turistička zajednica Varaždinske županije (bez godine). Kulturna baština. Dostupno na: <https://www.turizam-vzz.hr/istrazite/kulturna-bastina>

Arheološko nalazište "Pod lipom"	Arheološko dobro (višeslojni horizont)	Lokalna	Nespremno
Dvorac u Jalkovcu	Povijesna arhitektura	Lokalna	Nespremno

Izvor: Web Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske⁸³

Manifestacije i ostale atrakcije

Grad Varaždin izdvaja se kao destinacija s jednom od najrazvijenijih i najraznovrsnijih manifestacijskih scena u kontinentalnoj Hrvatskoj. Kroz kontinuirano održavanje visokokvalitetnih kulturnih, glazbenih, tradicijskih i urbanih događanja, Varaždin se pozicionirao kao živo središte kulturnog i društvenog života, s potencijalom za cjelogodišnje turističke aktivnosti⁸⁴.

Najpoznatija i najposjećenija manifestacija je Špancirfest, međunarodni festival uličnih izvođača, glazbe, performansa, gastronomije i kreativnih industrija, koji se svake godine krajem kolovoza održava u povijesnoj jezgri grada. Špancirfest okuplja desetke tisuća posjetitelja i više od 100 izvođača iz Hrvatske i inozemstva, te čini ključan alat u promociji Varaždina kao urbane i otvorene destinacije.

Jednako važna manifestacija su Varaždinske barokne večeri, međunarodni festival klasične glazbe specijaliziran za barokni repertoar. Ovaj događaj ima dugu tradiciju, održava se od 1971. godine, a Varaždin time potvrđuje svoj identitet baroknog grada s visokom razinom kulturne produkcije.

Osim velikih manifestacija, grad njeguje i niz specijaliziranih i nišnih događanja: Trash Film Festival (alternativna filmska umjetnost i rock koncerti), VAFI & RAFI (festival animiranog filma za djecu i mlade), Kliker festival (suvremeni ples za djecu i mlade), KVART festival, KLIKER festival, Biergarten, Tjedan smijeha, novogodišnja utrka te Festival varaždinskih dvorišta, u sklopu kojeg se otvaraju dvorišta u povijesnoj jezgri za javnost te se u njima organiziraju razni tematski sadržaji za posjetitelje.

U zimskim mjesecima, Advent u Varaždinu profilirao se kao atraktivna blagdanska manifestacija, a kalendar događanja obogaćuju i različiti kulturni, umjetnički, glazbeni, zabavni i sportski programi objedinjeni u manifestacije Proljeće u Varaždinu i Ljeto u Varaždinu.

Uz kulturne, u Varaždinu se održavaju i brojne gastro-manifestacije, sportski događaji, vinski sajmovi, obrtnički i tradicijski sajmovi te manifestacije za djecu i obitelji, čime se osigurava široka ciljna publika i visoka razina participacije lokalne zajednice.

Razvijena manifestacijska scena Varaždina ima veliki potencijal za daljnju internacionalizaciju i stvaranje tematskih turističkih paketa. Ključno je osigurati njihovu prostornu i kalendarsku disperziju, povezivanje s kulturnom i prirodnom baštinom te jačanje interpretacijskih i digitalnih kapaciteta.

Tablica 24. Pregled i vrednovanje manifestacija grada Varaždina

Manifestacija	Vrsta / Tematika	Značaj	Spremnost
Špancirfest	Festival uličnih umjetnosti, glazbe, kreativnosti	Međunarodna	Spremna
Varaždinske barokne večeri	Klasična glazba, barokni repertoar	Međunarodna	Spremna

⁸³ Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>

⁸⁴ Najznačajnije manifestacije, dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/sto-raditi/festivali-i-dogadjanja/>

Advent u Varaždinu	Božićna manifestacija	Međunarodna	Spremna
Trash Film Festival	Festival žanrovskog filma i glazbe	Nacionalna	Spremna
Kliker festival	Suvremeni ples za djecu i mlade	Regionalna	Spremna
VAFI & RAFI	Animirani film za djecu i mlade	Međunarodna	Spremna
Festival varaždinskih dvorišta	Otvorena dvorišta, interpretacija baštine	Lokalna	Spremna
Ljeto u Varaždinu	Koncerti, kazalište, ljetno kino	Lokalna	Spremna
Koncerti u katedrali i crkvama	Duhovna glazba i sakralni repertoar	Regionalna	Spremna
Novogodišnja utrka	Sportsko-rekreativni događaj	Međunarodna	Spremna
Tjedan smijeha	Kazališni festival komedije	Nacionalna	Spremna
KVART festival	Open-air glazbeni festival, urbani sadržaji	Regionalna	Spremna
Varaždin Biergarten	Festival piva i urbane glazbe	Regionalna	Spremna

Izvor: Interni podaci i dokumentacija Turističke zajednice grada Varaždina

4. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

Kvaliteta turističkih proizvoda u Varaždinu temelji se na autentičnosti, dosljednoj usluzi, funkcionalnoj infrastrukturi, odgovornom korištenju resursa i sposobnosti stvaranja relevantnih, konkurentnih i tržišno prepoznatljivih doživljaja. Proizvodi moraju prenositi identitet mjesta; baroknu jezgru, glazbenu tradiciju, lokalne priče, zanate i gastronomiju, kroz narative koji uključuju suradnju s lokalnim proizvođačima, umjetnicima i kreativcima. Tematsko pakiranje u jasne ponude poput glazbenog vikenda, barokne rute, eno-gastro iskustva ili cikloturističkog paketa olakšava komercijalizaciju i motivira dulji boravak. Ponuda treba biti raznolika i komplementarna, povezivati manifestacije, kulturne sadržaje i rekreaciju uz Dravu te zadovoljavati profile od jednodnevnih izletnika do obitelji i sportskih rekreativaca, što smanjuje sezonalnost.

Profesionalnost izvođača ključna je za percepciju kvalitete: kontinuirane edukacije i certificiranje vodiča, ugostiteljskog i hotelskog osoblja, te standardizacija usluge i poznavanje stranih jezika moraju postati norma. Kvalitetu podržava funkcionalna javna infrastruktura; uredne info-točke i sanitarni čvorovi, označene pješačke i biciklističke rute, sigurne dolazne zone za autobuse te estetsko uređenje javnih prostora u jezgri i uz obalu rijeke Drave, jer prostor i njegova upotrebljivost izravno oblikuju doživljaj.

Svi proizvodi trebaju biti pristupačni i inkluzivni: fizička prilagodba objekata i ruta, informacijska pristupačnost, višejezični materijali i digitalni vodiči omogućuju korištenje sadržaja osobama s različitim potrebama. Digitalni alati su nužni za planiranje, rezervaciju i vođenje na licu mjesta; interaktivne karte, mobilne aplikacije, online prodaja paketa i digitalni vodiči povećavaju dostupnost, olakšavaju upravljanje tokovima posjetitelja i potiču veće prihode.

Održivost mora biti sastavni dio kvalitete: energetske učinkoviti objekti, sustavi gospodarenja otpadom, zelene prakse na događanjima i korištenje lokalnih namirnica smanjuju negativan utjecaj i povećavaju privlačnost kod održivo orijentiranih tržišta. Svaki proizvod treba imati jasne kriterije kvalitete (sadržaj, razina usluge, sigurnost, pristupačnost, održivost) i sustav povratne informacije kroz ankete i analitiku za kontinuirano unapređivanje. Prioritetno je razvijati prodajne tematske pakete, profesionalizirati uslugu, poboljšati javne prostore i infrastrukturu, digitalizirati ponudu te integrirati održive prakse i lokalne lance opskrbe.

S obzirom na atrakcijsku osnovu, sustav turističkih proizvoda Varaždina temelji se na sljedećim skupinama proizvoda:

Tablica 25. Sustav ključnih turističkih proizvoda grada Varaždina prema ulozi u destinacijskoj ponudi

Proizvod		Uloga
Kulturni i urbani turizam	Barokna arhitektura, muzeji, tematske rute, sakralna baština, obrtničke tradicije	Vodeći
Manifestacijski turizam	Špencirfest, Varaždinske barokne večeri, sezonski festivali	Vodeći
Gastronomski turizam	Fine dining, tradicijska kuhinja, gastro radionice, OPG integracija	Podrška
Poslovni turizam i MICE	Konferencije, skupovi, team building, kongresni sadržaji	Komplementarni

Tablica 26. Pregled trenutnog stanja i razvojnih mogućnosti turističke ponude i infrastrukture grada Varaždina

Turistički proizvod	Trenutno stanje	Razvojni potencijal/prijedlozi
Smještaj	- Dominira ponuda srednje kategorije (3★) - Nedostatak hotela visoke kategorije (4★ i 5★) - Ograničen broj boutique i tematskih smještaja - Nedostaje kamping i eko-smještaj	- Poticanje izgradnje hotela 4★ i 5★ - Razvoj boutique hotela u starim palačama - Tematski smještaji (heritage, wellness, pet-friendly) - Kamping uz Dravu - Potpore za ruralni i privatni smještaj
Ugostiteljstvo	- Oko 15 restorana, većinom u centru - Kvaliteta hrane i usluge visoka - Michelin preporuka (restoran Bedem) - Tradicionalne kavane prisutne	- Razvoj fine dining ponude - Gastro-turizam i događanja (OPG integracija) - Tematski bistroi i radionice tradicionalne kuhinje
Povijesna jezgra	- Izvrsno očuvana barokna arhitektura - Ograničene večernje aktivnosti izvan manifestacija	- Digitalna interpretacija (AR/VR) - Večernje ture i muzejski programi - Tematske rute (barok, obrti)
Varaždinsko groblje	- Hortikulturni i kulturni spomenik - Nedovoljno interpretirano	- Vođene ture i storytelling - Info-ploče, digitalni vodiči - Noćne ture
Rijeka Drava	- Nedovoljno iskorištena - Postoje staze, ali obala zapuštena	- Šetnice i sportske zone - Vođene aktivnosti (kajak, SUP) - Eko-edukacijski sadržaji
Kulturno-povijesna baština	- "Barokna prijestolnica" - Bogata arhitektura, povijesna uloga - Muzeji, obrtničke tradicije	- AR vodiči, multimedijalni centri - Obnova i restauracija uz EU fondove - Pristupačnost za OSI populaciju - Kandidatura za UNESCO

Stari grad	- Najposjećenija znamenitost - Ograničeni dodatni sadržaji	- Interaktivni i multimedijalni sadržaji, viteški turniri - Escape room, radionice za djecu
Palače i crkve	- Arhitektonsko bogatstvo - Nedovoljno uključene u turističke rute	- Sakralni turizam i digitalne ture - Bolja signalizacija i interpretacija
Događaji lokalnog/regionalnog značaja	- Manifestacije kroz godinu (npr. Špancirfest, VAFI) - Tradicionalne svečanosti	- Proširenje kalendara (zimski/proljetni festivali) - Interaktivni i digitalni sadržaji
Događaji međunarodnog značaja	- Špancirfest i Varaždinske barokne večeri s velikim dosegom	- Internacionalizacija i zelene prakse - Novi tematski festivali
Turističke usluge	- TIC dobro posjećen - Nedostatak paket-aranžmana i spec. agencija	- "Varaždin Card" s pogodnostima - Centralni online portal - Razvoj tematskih tura
Sakralna baština	- Velik broj objekata, visoka povijesna vrijednost	- Tematske rute i digitalna interpretacija
Prirodna baština	- Rijeka Drava i park-šuma - Područje u UNESCO rezervatu	- Eko-parkovi, edukativne table - Kajakaške i biciklističke ture - Promatranje ptica
Turistička infrastruktura	- Postoji šetnica, ali signalizacija i rute nisu dovoljno razvijene	- Proširenje biciklističke/pješačke infrastrukture - Pametne klupe, LED rasvjeta - "Park and Ride" sustavi
Komunalna infrastruktura	- Visoka razina usluge i čistoće	- Sanacija Brezja - Razvoj male zračne luke (čarteri, sportski letovi)
Digitalne tehnologije	- Osnovna web i društvena prisutnost - Slaba primjena AR/VR	- Digitalni vodiči, AR sadržaji - Mobilne aplikacije
Pristupačnost	- Dobro cestovno povezan - Nedostatak javnog prijevoza i OSI sadržaja	- Više pristupačnih sadržaja i vozila
Javne usluge	- Sigurnost i čistoća visoka	- Pametni otpadni sustavi - Volonteri "City host" - Pametna rasvjeta
Ljudski potencijali	- duga tradicija obrtništva, duga tradicija ugostiteljstva, ali prisutan odljev mladih	- Edukacije za turistički kadar - Poticaji za rad u turizmu
Komunikacija i promocija	- Aktivna web i društvena prisutnost	- Digitalne kampanje, storytelling - Influenceri, press ture, praćenje imidža

5. Pokazatelji za praćenje razvoja i održivosti turizma

Analiza pokazatelja razvoja pruža kvantitativni i kvalitativni pregled ključnih indikatora turističkog razvoja, uključujući broj turista, ostvarena noćenja, prihode, sezonalnost te specifične pokazatelje održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene, okolišne, ekonomske i prostorne aspekte destinacije.

Prema Zakonu o turizmu (NN156/23), Plan razvoja održivog turizma mora biti temeljen na pokazateljima održivosti destinacije. Pokazatelji održivosti pružaju strukturu i smjernice kako bi turističke destinacije mogle sustavno pratiti, ocjenjivati i poboljšavati svoje održivosti, što je ključno u eri kada su održivi pristupi postali ključni za dugoročni uspjeh turizma. Plan mora sadržavati obvezne pokazatelje održivosti destinacije, a može sadržavati i specifične pokazatelje održivosti destinacije, koji moraju biti utemeljeni na analizi stanja destinacije i povezani s razvojnim smjerom.

5.1. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti

Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Tablica 27. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone (ZL-1)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji u odnosu na stotinu stalnih stanovnika u vršnom mjesecu koji se smatra glavnom turističkom sezonom što ujedno podrazumijeva i najveće opterećenje kako u kontekstu infrastrukture tako i u društvenom.
	Opis	Ovim pokazateljem se nastoji procijeniti tzv. intenzitet turizma, odnosno razina objektivnog opterećenja koju turizam u periodu glavne turističke sezone stvara po lokalno stanovništvo, ali i prostor te infrastrukturu. Valja uočiti postojanje razlike između ovog pokazatelja, koji se može smatrati objektivnim, u odnosu na različite pokazatelje dojma koji lokalno stanovništvo ima o turizmu, koji se s druge strane mogu smatrati subjektivnim pokazateljima.
Metodologija izračuna pokazatelja	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika	

	pokazatelj $\frac{\text{ukupan broj noćenja turista u vršnom mjesecu}}{\text{broj dana u vršnom mjesecu} \times \text{broj stalnih stanovnika u destinaciji} / 100}$ Pod pojmom »vršni mjesec« misli se na mjesec u kojem je ostvaren najveći broj noćenja.		
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje		
Početna vrijednost (2024.)	2025.	2026.	2027.
1,01	1,08		

Tablica 28. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji su zadovoljni turizmom u destinaciji u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji.
	Opis	Zadovoljstvo stanovnika razvojem turizma bitan je cilj održivog upravljanja destinacijom, pri čemu je pozitivan stav stanovnika prema razvoju turizma jedan od ključnih elemenata njegove uspješnosti. Tamo gdje turizam nije podržan može se očekivati otpor stanovnika prema infrastrukturnim ulaganjima. Dodatno, gostoljubivi domaćini jedan su od ključnih faktora u formiranju cjelokupnog zadovoljstva turista posjetom.

	Podpokazatelji	Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom kod onih koji ostvaruju koristi od turizma – udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom kod onih koji ne ostvaruju koristi od turizma.	
Metodologija izračuna pokazatelja	Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom u destinaciji računa se kao omjer broja ispitanika zadovoljnih turizmom i ukupnog broja ispitanika. Pokazatelj se računa na ukupnom skupu te zasebno na skupu ispitanika koji ostvaruju koristi od turizma i na skupu ispitanika koji ne ostvaruju koristi od turizma. Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom i udio stanovnika koji ostvaruju koristi od turizma u destinaciji procjenjuje se pitanjima koja su definirana smjernicama za provođenje primarnih istraživanja.		
Učestalost mjerenja	svake 4 godine		
Početna vrijednost (2024)	2028	2032.	2036.
Ukupno zadovoljnih turizmom: 46,64 % Zadovoljni među onima koji ostvaruju prihode od turizma: 46,64 % Zadovoljni među onima koji ne ostvaruju prihode od turizma: 46,64 %			

Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

Tablica 29. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1)
------------------------------	--

Obilježja pokazatelja	Definicija	Procjena zadovoljstva turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i jednodnevnih posjetitelja cjelokupnim boravkom u destinaciji na skali od 0 do 100. Procjena neto spremnosti na preporuku na skali od 0 do 100, posebno za turiste koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i jednodnevne posjetitelje.
	Opis	Zadovoljni posjetitelji učinkovit su alat privlačenja novih gostiju te time i stvaranja novih radnih mjesta u destinaciji, a uz to često i dulje borave te generiraju veći prihod u odnosu na posjetitelje koji nisu zadovoljni svojim boravkom u destinaciji. Nadalje, praćenjem zadovoljstva posjetitelja mjere se i prate učinci aktivnosti na unapređenju turističkog proizvoda destinacije. Ne postoji jedinstveni standard za procjenu zadovoljstva kupaca. Zadovoljstvo je složeni pokazatelj koji se može mjeriti na različite načine, poput percepcije kvalitete, percepcije vrijednosti, i raskoraka između očekivanog i stvarnog iskustva. Primjenom različitih standarda mjerenja zadovoljstva (koji ujedno predstavljaju različite standarde na koje se kupci referiraju prilikom kupnje) i njihovim integriranjem u jedinstveni pokazatelj u skladu s validiranom metodologijom Američkog indeksa zadovoljstva klijenta (eng. American Customer Satisfaction Index – ACSI) postignut je sveobuhvatniji pristup mjerenju kvalitete cjelokupnog iskustva posjetitelja. Neto spremnost na preporuku smatra se jednim od glavnih standarda za vrednovanje iskustva korisnika proizvoda/usluga u različitim industrijama, a koristi se i za predviđanje lojalnosti kupaca. Zasniva se na pitanju o vjerojatnosti preporuke proizvoda/usluge rodbini, prijateljima i/ili kolegama. Preporuke rodbine i prijatelja (eng. word of mouth) ujedno su jedan od najvažnijih izvora informacija prilikom odabira destinacije putovanja, te u kombinaciji s pokazateljem o zadovoljstvu daje pravu sliku utiska same destinacije.
	Podpokazatelji	– Udio (%) turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i jednodnevnih posjetitelja koji su zadovoljni boravkom u destinaciji – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji u sezoni – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji u predsezoni ili posezoni – Neto spremnost na preporuku destinacije u sezoni – Neto spremnost na preporuku destinacije u predsezoni ili posezoni
Metodologija izračuna pokazatelja	Vrijednost pokazatelja ZT-1 – Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom sastoji se od: (i) vrijednosti indeksa zadovoljstva posjetitelja destinacijom i (ii) neto spremnosti na preporuku destinacije. Vrijednosti	

	pokazatelja mjere se pomoću varijabli/pitanja koja su definirana smjernicama za provođenje primarnih istraživanja, donesenih od strane Ministarstva nadležnog za poslove turizma.		
Učestalost mjerenja	svake 4 godine		
Početna vrijednost (2024.)	2028.	2032.	2036.
Index zadovoljstva: 71,2 / 100 Promotori (9–10): 6 osoba Pasivni (7–8): 5 osoba Kritičari (0–6): 4 osobe Neto rezultat (NPS): +13,3 / 100			

Pristupačnost destinacije

Tablica 30. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom PD-1	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj prikazuje udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom u odnosu na ukupan broj atrakcija u destinaciji prepoznatih Planom upravljanja.
	Opis	Atrakcije kao razlog dolaska u destinaciju mogu biti iznimno raznolike i različite dostupnosti, stoga je svrha ovog pokazatelja uvid u mogućnosti obilaska atrakcija i lokaliteta od interesa osobama s invaliditetom (osobama s tjelesnim, intelektualnim mentalnim i osjetilnim oštećenjem zdravlja), pri čemu se pristupačnost očituje u fizičkoj pristupačnosti i pristupačnosti informacija i komunikacija.

	Podpokazatelji	– Udio atrakcija (lokaliteta) fizički pristupačnih osobama s invaliditetom, – Udio atrakcija (lokaliteta) informacijski i komunikacijski pristupačnih osobama s invaliditetom.	
Metodologija izračuna pokazatelja	EA – broj svih evidentiranih atrakcija u destinaciji, EAP – broj atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom, Udio pristupačnih atrakcija = $EAP \times 100$		
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine		
Početna vrijednost (2024.)	2025.	2027.	2029.
0,5	0,5		

Sigurnost destinacije

Tablica 31. Broj organiziranih turističkih ambulanti

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Broj organiziranih turističkih ambulanti (SD-1)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj je broj organiziranih turističkih ambulanti u svrhu provođenja mjera zdravstvene zaštite za povećani broj korisnika zdravstvene zaštite koje se pružaju turistima.

	Opis	Sukladno posebnom zakonu kojim se uređuje zdravstvena zaštita turističku ambulantu može organizirati jedinica područne (regionalne) samouprave odnosno Grad Zagreb, jedinica lokalne samouprave, turistička zajednica, druga pravna i fizička osoba koja obavlja ugostiteljsku djelatnost i/ili pruža usluge u turizmu, zdravstvena ustanova, trgovačko društvo koje obavlja zdravstvenu djelatnost ili privatni zdravstveni radnik, koji su dužni utvrditi i razdoblje rada turističke ambulante tijekom godine. Turistička ambulanta organizira se izvan mreže javne zdravstvene službe. Posebnim propisom o normativima i standardima za turističku ambulantu određeni su minimalni normativi i standardi u pogledu prostora, radnika i medicinsko tehničke opreme koje mora ispunjavati turistička ambulanta. Zbog potrebe osiguranja provođenja mjera zdravstvene zaštite za povećani broj korisnika zdravstvene zaštite koje se pružaju turistima, jedinica područne (regionalne) samouprave odnosno Grad Zagreb, za svaku sljedeću turističku sezonu utvrđuje minimalni broj turističkih ambulanti za svoje područje na temelju broja dolazaka turista u prethodnoj godini.		
	Podpokazatelji	N/P		
Metodologija izračuna pokazatelja	Pokazatelj je informacija o broju ambulanti u destinaciji, te se broj izračuna pokazatelja direktno preuzima i služi kao pokazatelj.			
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje			
Početna vrijednost (2024.)	2025.	2026.	2027.	
Prema javno dostupnim informacijama, u gradu Varaždinu trenutno nema organizirane zasebne turističke ambulante izvan mreže javne zdravstvene službe (SD-1 pokazatelj = 0), budući da zdravstvenu zaštitu turista pokriva redovni sustav.	U gradu Varaždinu nema organizirane zasebne turističke ambulante izvan mreže javne zdravstvene službe (SD-1 pokazatelj = 0), budući da zdravstvenu zaštitu turista pokriva redovni sustav.	U gradu Varaždinu nema organizirane zasebne turističke ambulante izvan mreže javne zdravstvene službe (SD-1 pokazatelj = 0), budući da zdravstvenu zaštitu turista pokriva redovni sustav.		

turista pokriva redovni sustav.			
---------------------------------	--	--	--

5.2. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na okolišne aspekte održivosti

Upravljanje vodnim resursima

Tablica 32. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju) (UVR-1)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj je omjer ukupne količine vode isporučene u smještajnim objektima destinacije u odnosu na ukupnu potrošnju vode u destinaciji, koji daje uvid u opterećenje turizma na vodni resurs destinacije.
	Opis	Ograničavajući čimbenik razvoja turizma u pojedinim destinacijama je dostupnost vode, odnosno njena nepovoljna prostorna i vremenska raspodjela, osobito u Jadranskoj Hrvatskoj te u ljetnim mjesecima, kao i gubici vode u vodoopskrbnom sustavu. Vođenje evidencije o ukupnoj finalnoj potrošnji vode dužno je provoditi i osigurati nadležno tijelo za upravljanje vodnim resursima u jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave na temelju posebnog zakona kojim se uređuje upravljanje vodama.
	Podpokazatelji	N/P
Metodologija izračuna pokazatelja	Pokazatelj se izračunava kao omjer (%) finalne potrošnje vode po noćenju turista (m3) u smještajnim objektima destinacije i u odnosu na potrošnju vode po stanovniku destinacije (m3). $F1$ – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja $F2$ – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja $T1$ – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja $T2$ – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim	

	objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja N1 – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) N2 – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) S – broj stanovnika u destinaciji potrošnja vode po noćenju turista = $\frac{F2N1 - F1N2}{T2N1 - T1N2}$ potrošnja vode po noćenju stanovnika = $\frac{1}{S} x = T2F1 - T1F2$ 2a omjer potrošnje vode po noćenju turista i stanovnika = potrošnja vode po noćenju turista x 100 potrošnja vode po noćenju stanovnika		
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine		
Početna vrijednost (2024.)	2026.	2028.	2030.
Potrošnja vode po turističkom noćenju: 0,132 m³			
Dnevna potrošnja vode po stanovniku: 0,107 m³			
Omjer potrošnje turista u odnosu na stanovnika: 123,4 %			

Gospodarenje otpadom

Tablica 33. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone) (GO-1)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj prati omjer količina komunalnog otpada nastalog po noćenju turista u smještaju u usporedbi s količinama otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone po stanovniku, u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja)
	Opis	Pokazateljem se prati ostvarenje veze između proizvodnje otpada u turizmu i gospodarskog rasta te uspješnost sprečavanja nastanka otpada u destinaciji. Ukazuje na okolišni aspekt rizika u turističkim destinacijama gdje nedovoljno adekvatna infrastruktura gospodarenja

		otpadom u kombinaciji s povećanom turističkom aktivnosti može ugroziti konkurentnost turističke destinacije. Pokazatelj je važan za atraktivnost destinacije i u slučaju neuređenog ili preopterećenog (prekapacitiranog) sustava gospodarenja otpadom što predstavlja ograničavajući čimbenik razvoja destinacije. Noćenja turista jesu svaka registrirana noć osobe (turista) u objektu koji pruža uslugu smještaja (prijavljena noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u sustavu eVisitor). Komunalni otpad je miješani komunalni otpad i odvojeno sakupljeni otpad. Javna usluga sakupljanja komunalnog otpada podrazumijeva prikupljanje komunalnog otpada na području pružanja javne usluge putem spremnika od pojedinog korisnika i prijevoz i predaju tog otpada ovlaštenoj osobi za obradu takvoga otpada.
	Podpokazatelji	N/P
Metodologija izračuna pokazatelja	Pokazatelj se izračunava kao omjer količine otpada nastalog po noćenju turista u smještaju u odnosu na ukupne količine komunalnog otpada nastale u destinaciji u mjesecima s najnižom i najvišom turističkom aktivnosti F1 – ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (tone) F2 – ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja T1 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja T2 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja S – broj stanovnika u destinaciji N1 – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) N2 – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) WTN – količina otpada po turističkom noćenju, $WTN = \frac{F2N1 - F1N2}{T2N1 - T1N2}$ WRN – količina otpada po noćenju stanovnika, $WRN = \frac{1}{S} \left(\frac{T2F1 - T1F2}{T2N1 - T1N2} \right)$ WT – količina otpada nastalog zbog noćenja turista u vremenskom intervalu (mjesec s najvećim brojem noćenja). Izračunava se kao umnožak broja noćenja u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (T2) i količine otpada po turističkom noćenju (WTN), WT = T2 x WTN WR – količina otpada od lokalnog stanovništva u destinaciji u vremenskom intervalu (mjesec s najvećim brojem noćenja). Izračunava se kao umnožak broja	

	stanovnika (S), broja dana u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (N2) i količine otpada po noćenju stanovnika (WRN), WR = S x N2 x WRN omjer količine komunalnog otpada koji su proizveli turisti u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju i lokalno stanovništvo. (Za promatrani period) = $\frac{WT}{WR}$		
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine		
Početna vrijednost (2024.)	2026.	2028.	2030.
WTN : 0,01697 t/noć (≈ 16,97 kg/noć) WRN : 0,0007355 t/(stan·noć) (≈ 0,7355 kg/(stan·noć)) WT : 232,99 t WR : 998,22 t GO-1 omjer (WT/WR): 0,233 U vršnom mjesecu (kolovoz) turisti su generirali oko 23,3% količine otpada koju je generiralo lokalno stanovništvo			

Zaštita bioraznolikosti

Tablica 34. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite) (BR-1)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira udio zaštićenih prirodnih područja (dalje u tekstu: ZPP) (kopnenih i morskih) i područja ekološke mreže Natura 2000, u ukupnoj površini destinacije (jedan ili više JLS-ova), te njihova struktura prema kategoriji zaštite.

	Opis	Turizam zasnovan na prirodi brzo raste, a jedan od ključnih faktora za iskustvo posjetitelja je kvaliteta okoliša. Bioraznolikost područja privlače turiste, posebno ona s infrastrukturom koja omogućava pristupačnost. Očuvanje kopnene i morske bioraznolikosti ključno je za očuvanje značajnih ekonomskih koristi koje države ostvaruju od turizma. Udio zaštićenih područja ukazuje na aktivnosti vezane za očuvanje bioraznolikosti te na očuvanje, obnovu i održivu upotrebu ekosustava i njihovih usluga.		
	Podpokazatelji	– udio zaštićenih prirodnih područja i područja ekološke mreže Natura 2000 u ukupnoj površini destinacije – kategorije zaštićenih prirodnih područja u destinaciji		
Metodologija izračuna pokazatelja	Pokazatelj se izračunava kao udio površina zaštićenih područja u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije i prema kategorijama zaštite temeljem zakona kojim se uređuje zaštita 38 prirode.			
Učestalost mjerenja	Svake četiri godine			
Početna vrijednost (2024.)	2028.	2032.	2036.	
Udio zaštićenih prirodnih područja u ukupnoj površini grada Varaždina iznosi 18,11%				

Održivo upravljanje energijom

Tablica 35. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije (UEN-1)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj je omjer ukupne količine električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije, a temelji se na sezonalnosti potrošnje.
	Opis	Ovaj pokazatelj daje uvid u opterećenje energetske infrastrukture i potrebe implementacije održivih oblika energije. S obzirom na intenzivnu potrebu za energijom

		tijekom visoke sezone, posebice u Jadranskoj Hrvatskoj, važno je razmotriti stvarno opterećenje.	
	Podpokazatelji	N/P	
Metodologija izračuna pokazatelja	Pokazatelj se izračunava kao omjer finalne potrošnje el. energije po noćenju turista (kWh) u smještajnim objektima u odnosu na potrošnju el. energije po stanovniku destinacije (kWh). F1 – ukupna finalna potrošnja el. energije u kućanstvima i smještajnim objektima u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenim brojem noćenja F2 – ukupna finalna potrošnja el. energije kućanstvima i smještajnim objektima u destinaciji kalendarskom mjesecu s najviše ostvarenih noćenja T1 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim ostvarenim brojem noćenja T2 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja S – broj stanovnika u destinaciji N1 – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) N2 – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) potrošnja električne energije po noćenju turista $= \frac{F2N1 - F1N2}{T2N1 - T1N2}$ potrošnja električne energije po noćenju turista $= \frac{1}{S} \left(\frac{T2F1 - T1F2}{T2N1 - T1N2} \right)$ omjer potrošnje električne energije po noćenju turista i stanovnika $= \frac{\text{potrošnja el. energije po noćenju turista}}{\text{potrošnja el. energije po noćenju stanovnika}} \times 100$		
Učestalost mjerenja	Svake četiri godine		
Početna vrijednost (2024.)	2028.	2032.	2036.
Potrošnja el. energije po noćenju turista (E _t) ≈ 124,0 kWh / noćenju			
Potrošnja el. energije po stanovniku (E _s) ≈ 4,79 kWh / stanovniku			

Omjer (UEN-1) $\approx$ 2.591 %			
---------------------------------	--	--	--

Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama

Tablica 36. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika (UPK-1)		
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se utvrđuje postoji li u destinaciji sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika.	
	Opis	Članak 7. Pariškog sporazuma postavlja globalni cilj »poboljšanja sposobnosti prilagodbe, jačanja otpornosti i smanjenja ranjivosti na klimatske promjene«. Provedba nacionalnih i lokalnih planova prilagodbe, izgradnja kapaciteta i tehnologije te povećani financijski tokovi navedeni su kao ključni alati za provedbu aktivnosti prilagodbe. Sektor turizma je jedan od pet najranjivijih sektora na klimatske promjene. Stoga je uspostava sustava za procjenu izloženosti, otpornosti i rizika te provedbu mjera za prilagodbu klimatskim promjenama na svim razinama ključna za održivost turizma kao ključne gospodarske grane u Republici Hrvatskoj. Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu (NN 46/20) i Zakon o klimatskim promjenama i zaštiti ozonskog sloja (NN 127/19) reguliraju pitanje prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj.	
	Podpokazatelji	N/P	
Metodologija izračuna pokazatelja	Pokazatelj je informacija o tome je li destinacija donijela dokumente (strategiju i/ili plan i/ili program) te koji je napredak/udio mjera u provedbi i/ili implementiranih mjera za prilagodbu i ublažavanje klimatskih promjena i procjenu rizika – DA/NE/udio mjera u provedbi i/ili implementiranih		
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine		
Početna vrijednost (2024.)	2026.	2028.	2030.

DA	DA		
----	----	--	--

5.3. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na ekonomske aspekte održivosti

Turistički promet

Tablica 37. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)		
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj dolazaka turista u destinaciji u mjesecu koji se smatra glavnom turističkom sezonom temeljem broja ostvarenih noćenja što ujedno podrazumijeva i najveće opterećenje kako u kontekstu infrastrukture tako i u društvenom kontekstu.	
	Opis	Priljev posjetitelja u turističku destinaciju predstavlja obvezni uzrok potrebe za upravljanjem održivošću destinacije. S obzirom na činjenicu da turizam predstavlja uglavnom sezonalnu aktivnost, ovim pokazateljem svakako valja uzeti u obzir razlike u priljevu posjetitelja unutar i van turističke sezone, pri čemu je priljev posjetitelja u periodu glavne, odnosno visoke turističke sezone najrelevantniji podatak za upravljanje održivošću destinacije.	
	Podpokazatelji	N/P	
Metodologija izračuna pokazatelja	Pokazatelj je informacija o ukupnom broju dolazaka turista u destinaciji u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih noćenja, te se broj direktno preuzima iz sustava eVisitor i služi kao pokazatelj.		
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje		
Početna vrijednost (2024.)	2025.	2026.	2027.
7.315	7.720		

Tablica 38. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Pokazatelj	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)		
Obilježja	Definicija	Pokazateljem se definira prosječan broj noćenja koje jedan turist ostvari u destinaciji.	
	Opis	Duljina boravka, odnosno prosječan broj noćenja koje turisti ostvaruju u destinaciji se može smatrati relevantnom informacijom za upravljanje destinacijom, poglavito u kontekstu suvremenih trendova skraćivanja duljine boravka, ali i s aspekta upravljanja ljudskim potencijalima potrebnim za održavanje ujednačene razine pružanja sveobuhvatne turističke usluge što se posebno odnosi na segment smještaja.	
	Podpokazatelji	- Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja - Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem ostvarenih turističkih noćenja - Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u komercijalnom smještaju - Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u nekomercijalnom smještaju	
Metodologija izračuna pokazatelja	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji = ukupan broj registriranih noćenja u destinaciji / ukupan broj dolazaka turista u destinaciju		
Učestalost mjerenja	Svake godine		
2024.	2025.	2026.	2027.
1,84	1,95		

Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu

Tablica 39. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane" (PGS-1)		
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj zaposlenih na mjesečnoj razini u području I Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sukladno važećoj nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (dalje u tekstu: NKD).	
	Opis	Budući da rad predstavlja obvezni proizvodni čimbenik uslužnih djelatnosti, izravno povezan s isporukom turističkog proizvoda odnosno usluge, povećanje ili smanjenje ukupnog broja zaposlenih osoba u središnjim turističkim djelatnostima (pružanje smještaja te priprema i usluživanje hrane) može posredno ukazivati na poboljšanje odnosno pogoršanje poslovanja gospodarskih subjekata općenito u svim turističkim djelatnostima.	
	Podpokazatelji	– Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema satima rada – Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane po spolu, godišnji prosjek – Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%)	
Metodologija izračuna pokazatelja	Podaci se preuzimaju iz službenih administrativnih izvora - FINA Registar godišnjih financijskih izvještaja poduzetnika		
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje		
Početna vrijednost (2024.)	2025.	2026.	2027.
Broj zaposlenih u djelatnosti smještaj/ugostiteljstvo: 804	Broj zaposlenih u djelatnosti smještaj/ugostiteljstvo: 920		
Prosjeck udjela u ukupnom broju zaposlenih: 4 %	Prosjeck udjela u ukupnom broju zaposlenih: 4,5 %		

Tablica 40. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2)		
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira poslovni prihod gospodarskih subjekata ostvaren tijekom godine u području I Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sukladno važećem NKD-u.	
	Opis	Poslovni prihod izravno je povezan sa sposobnosti gospodarskih subjekata da isporuče turistički proizvod odnosno uslugu, pri čemu promjena u vremenu odnosno povećanje ili smanjenje poslovnog prihoda može ukazivati na poboljšanje odnosno pogoršanje poslovnog položaja gospodarskih subjekata uslijed internih ili eksternih razloga, ali i neizravno upućivati na položaj gospodarskih subjekata u svim turističkim djelatnostima na razini destinacije.	
	Podpokazatelji	– dodana vrijednost gospodarskih subjekata registriranih na području destinacije ostvarena tijekom godine – bruto dobit/gubitak gospodarskih djelatnosti registriranih na području destinacije ostvaren tijekom godine	
Metodologija izračuna pokazatelja	Podaci se preuzimaju iz službenih administrativnih izvora - FINA Registar godišnjih financijskih izvještaja poduzetnika		
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje		
Početna vrijednost (2024.)	2025.	2026.	2027.
41.999.000,00 EUR	48.883.000,00 EUR		

5.4. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na prostorne aspekte održivosti destinacije i organizaciju turizma

Turistička infrastruktura

Tablica 41. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se vrši identifikacija i kategorizacija turističkih resursa na području destinacije, uključujući prirodne (parkovi, rezervati, pejzaži) i kulturno-povijesne/antropogene atrakcije (povijesni lokaliteti, muzeji, spomenici, nematerijalna baština).
	Opis	Identifikacija i kategorizacija turističkih resursa ključna je za razvoj održivog turizma jer omogućava efikasno upravljanje i očuvanje prirodnih i kulturnih resursa. Pruža temelj za kreiranje ciljanih marketinških strategija koje ističu jedinstvene atribute destinacije, privlačeći time odgovarajuće turiste. Osim toga, pomaže lokalnim zajednicama da razumiju i vrednuju svoju baštinu, potičući lokalno sudjelovanje i osvještavanje važnosti očuvanja tih resursa za buduće generacije.
	Podpokazatelji	- popisi kulturnih dobara (opcionalno, uključujući procjenu i naznaku ranjivosti) - identifikacija i popisivanje nematerijalne kulturne baštine - popis lokaliteta i dobara prirodne baštine s naznakom vrste, stanja očuvanja i ranjivosti.
Metodologija izračuna pokazatelja		
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje	
Početna vrijednost (2024.)		

Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara	Arheološko nalazište „Pod lipom“ (Arheologija) Arheološko nalazište Brezje (Arheologija) Varaždinsko groblje (Kulturno-povijesna cjelina) Kulturno-povijesna cjelina grada Varaždina (Kulturno-povijesna cjelina) Tradicionalno lončarstvo SZ Hrvatske (Nematerijalna) Tradicije vezane uz Varaždinsku građansku gardu "Purgari" (Nematerijalna) Više nepokretnih pojedinačnih kulturnih dobara (zgrade, palače, crkve, sinagoga, mostovi, parkovi)
Popis i vrsta kulturnih dobara nacionalnog značaja	Stari grad (Nepokretno pojedinačna) Palača Patačić (Nepokretno pojedinačna) Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije (Nepokretna pojedinačna)
Popis i vrsta preventivno zaštićenih dobara	Jahaona vojarne u Optujskoj ulici u Varaždinu (Nepokretno pojedinačno)
Popis i kategorija zaštićenih prirodnih područja u RH	Mura - Drava (Regionalni park) Topole u Dravskoj šumi (Spomenik prirode) Dravska šuma (Park šuma) Jalkovec - park kraj dvorca (Spomenik parkovne arhitekture) Varaždinsko groblje (Spomenik parkovne arhitekture) Varaždin - platana (Spomenik parkovne arhitekture) Dravske akumulacije Područje uz rijeku Dravu u Varaždinskoj županiji (od granice sa Slovenijom do kraja akumulacijskog jezera HE Dubrava) sastavni je dio ekološke mreže Natura 2000. To je područje značajno za očuvanje brojnih vrsta ptica (vodomar, crna roda, crvenokljuna čigra, mala prutka, divlja guska i druge). POVS Dravske akumulacije Područje uz rijeku Dravu u Varaždinskoj županiji (od granice sa Slovenijom do kraja akumulacijskog jezera HE Dubrava) sastavni je dio ekološke mreže Natura 2000. To je područje značajno za očuvanje brojnih vrsta i stanišnih tipova (vidra, bolen, vijun, veliki potkovnjak, kebrač i druge).
2025.	
Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara	Arheološko nalazište „Pod lipom“ (Arheologija) Arheološko nalazište Brezje (Arheologija) Varaždinsko groblje (Kulturno-povijesna cjelina) Kulturno-povijesna cjelina grada Varaždina (Kulturno-povijesna cjelina)

	Tradicionalno lončarstvo SZ Hrvatske (Nematerijalna) Tradicije vezane uz Varaždinsku građansku gardu "Purgari" (Nematerijalna) Više nepokretnih pojedinačnih kulturnih dobara (zgrade, palače, crkve, sinagoga, mostovi, parkovi)
Popis i vrsta kulturnih dobara nacionalnog značaja	Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije (Nepokretna pojedinačna) Palača Patačić (Nepokretna pojedinačna) Stari grad (Nepokretna pojedinačna)
Popis i vrsta preventivno zaštićenih dobara	Jahaona vojarne u Optujskoj ulici u Varaždinu (Nepokretna pojedinačna)
Popis i kategorija zaštićenih prirodnih područja u RH	Mura - Drava (Regionalni park) Topole u Dravskoj šumi (Spomenik prirode) Dravska šuma (Park šuma) Jalkovec - park kraj dvorca (Spomenik parkovne arhitekture) Varaždinsko groblje (Spomenik parkovne arhitekture) Varaždin - platana (Spomenik parkovne arhitekture) Dravske akumulacije Područje uz rijeku Dravu u Varaždinskoj županiji (od granice sa Slovenijom do kraja akumulacijskog jezera HE Dubrava) sastavni je dio ekološke mreže Natura 2000. To je područje značajno za očuvanje brojnih vrsta ptica (vodomar, crna roda, crvenokljuna čigra, mala prutka, divlja guska i druge). POVS Dravske akumulacije Područje uz rijeku Dravu u Varaždinskoj županiji (od granice sa Slovenijom do kraja akumulacijskog jezera HE Dubrava) sastavni je dio ekološke mreže Natura 2000. To je područje značajno za očuvanje brojnih vrsta i stanišnih tipova (vidra, bolen, vijun, veliki potkovnjak, kebrač i druge).
2026.	
Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara	
Popis i vrsta kulturnih dobara nacionalnog značaja	
Popis i vrsta preventivno zaštićenih dobara	
Popis i kategorija zaštićenih prirodnih područja u RH	
2027.	

Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara	
Popis i vrsta kulturnih dobara nacionalnog značaja	
Popis i vrsta preventivno zaštićenih dobara	
Popis i kategorija zaštićenih prirodnih područja u RH	

Održivo upravljanje destinacijom

Tablica 42. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD-1)

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD -1)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj je definiran kao praćenje statusa implementacije Plana upravljanja, pri čemu je polazište terminski plan aktivnosti i njihove implementacije.
	Opis	Postojanje Plana upravljanja preduvjet je destinacijskog razvoja za sva odredišta u Hrvatskoj, stoga je uspješna implementacija aktivnosti iz Plana polazište za održivo upravljanje destinacijom, te praćenja stanja upravljačkih aktivnosti.
	Podpokazatelji	– Objavljeni dokument strategije i/ili akcijskog plana destinacije – Strategija/plan su jasno vidljivi i dostupni online – Udio implementiranih aktivnosti iz plana (Implementirana aktivnost je aktivnost koja je u potpunosti provedena, završena, te postoje informacije u učinku iste)
Metodologija izračuna pokazatelja		

	$\frac{\text{Omjer implementiranih aktivnosti}}{\text{ukupni broj aktivnosti definiranih Planom}} \times 100$ Implementirane aktivnosti su one koje su u potpunosti završene, te za njih postoje mjerljivi rezultati provedbe.		
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje		
Početna vrijednost (2026.)	2027.	2028.	2029.

Održivo upravljanje prostorom

Tablica 43. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS (OUP-1)	
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj ostvarenih noćenja u smještaju destinacije unutar godine dana po izgrađenom hektaru zona stambene i ugostiteljsko-turističke namjene.
	Opis	S obzirom da se turistička aktivnost može gotovo isključivo odvijati u zonama stanovanja (S) i zonama mješovite namjene (M1), te u zonama predviđenima za odvijanje ugostiteljsko-turističke namjene (T), sve druge građevinske zone nisu uključene u analizu. Nadalje, pritisak koji proizlazi iz korištenja prostora može se isključivo evidentirati kao pritisak na već izgrađena područja, te stoga u izračun ne ulaze planirana (neizgrađena) područja. U konačnici pritisak bi bilo poželjno evidentirati na godišnjoj razini, ali i na razini tromjesjeća, da bi se utvrdilo pritisak u najopterećenijem dijelu godine.
	Podpokazatelji	N/P
Metodologija		

izračuna pokazatelja	TN – broj turističkih noćenja unutar destinacije ostvarenih u jednoj godini PS – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama stanovanja (ha) PM – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama mješovite namjene (pretežito stambene namjene) (ha) PT – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama predviđenim za odvijanje ugostiteljsko-turističke aktivnosti – broj turističkih noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju po izgrađenoj građevinskoj površini $= \frac{TN}{PS + PM + PT}$		
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine		
Početna vrijednost (2024.)	2026.	2028.	2030.
1.0872,76			

5.5. Pregled pokazatelja održivosti s projekcijama do 2030. godine

Kako bi se provedba Plana upravljanja destinacijom Varaždin do 2030. godine mogla objektivno pratiti i vrednovati, potrebno je jasno definirati mjerljive pokazatelje. Oni omogućuju uvid u to koliko se ostvaruju postavljeni ciljevi i u kojoj mjeri planirane mjere donose konkretne rezultate za destinaciju, lokalnu zajednicu i posjetitelje.

Pokazatelji obuhvaćaju društvene, ekonomske, okolišne i upravljačke aspekte razvoja turizma te su usklađeni s važećim nacionalnim i europskim standardima održivosti. Pokazatelji su definirani na temelju prethodno provedene analize stanja u turizmu Varaždina, pri čemu su u obzir uzeti relevantni statistički podaci i terenska istraživanja. Istovremeno, oni su usklađeni s važećim zakonskim i strateškim okvirima (npr. Zakonom o turizmu te nacionalnim i EU smjernicama o održivom razvoju turizma). Time se osigurava da su odabrane mjere i indikatori u skladu s propisima i najboljim praksama u sektoru.

Sustav praćenja pokazatelja omogućuje kontinuirano operativno upravljanje i stratešku analizu. Prema važećim regulativama, uspostavlja se mehanizam za kvalitetno prikupljanje i analizu relevantnih podataka. Za svaki pokazatelj definirani su izvor podataka (npr. sustavi turističke evidencije, ankete među dionicima, izvješća službi) i učestalost mjerenja. Godišnjim praćenjem vrijednosti pokazatelja Grad će redovito pratiti dinamiku razvoja turizma i identificirati eventualna odstupanja od planiranih ciljeva. Rezultati mjerenja podupiru donošenje upravljačkih odluka i prilagodbu mjera – prikupljeni podaci analiziraju se kako bi se uzeli u obzir u budućim godišnjim i strateškim izvješćima o provedbi Plana. Ovakav okvir praćenja čini alate za vođenje Plana transparentnima i orijentiranim na rezultate.

U tablici su objedinjeni ključni kvantitativni pokazatelji praćenja realizacije Plana upravljanja destinacijom Varaždin za razdoblje 2024. – 2030. godine (npr. broj noćenja u destinaciji, prosječna duljina boravka, zadovoljstvo turista i građana, udio odvojeno prikupljenog otpada, indeksi pristupačnosti i dr.).

Tablica 44. Ključni pokazatelji održivog razvoja turizma s projekcijama za razdoblje 2024. – 2030. godine

Pokazatelj	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
Broj turističkih noćenja na 100 stalnih stanovnika	1,01	1,08	1,30	1,15	1,20	1,25	1,31
Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (%)	46,64	50,00	55,00	60,00	65,00	70,00	80,00
Zadovoljstvo turista i posjetitelja destinacijom – indeks (%)	71,20	73,00	75,00	80,00	85,00	90,00	95,00
Pristupačnost destinacije (indeks)	0,50	0,55	0,60	0,65	0,70	0,80	0,90
Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (%)	123,4 %	120,0%	115%	111%	107%	106%	105%
Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista (%)	16,97	16,00	15,50	15,00	14,50	14,00	13,57
Udio zaštićenih područja u destinaciji (%)	18,11	18,11	18,11	19,00	19,00	19,00	20,00
Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije (%)	2,59	2,07	1,66	1,33	1,06	0,85	0,68
Broj organiziranih turističkih ambulanti	0	0	0	0	0	0	0
Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama (da/ne)	1	1	1	1	1	1	1
Ukupan broj dolazaka u mjesecu s najvećim opterećenjem	7 315	7 720	7 766	7 813	7 860	7 907	7 954
Prosječna duljina boravka turista (dana)	1,84	1,95	2,00	2,05	2,15	2,25	2,35
Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja i pripreme hrane (% u odnosu na ukupan broj zaposlenih)	4,00	4,5	4,7	4,9	5,00	5,20	5,40
Broj ostvarenih noćenja po hektaru građevinskog područja (broj turističkih noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju po izgrađenoj građevinskoj površini)	1,087	1,120	1,153	1,188	1,224	1,260	1,298
Broj cjelogodišnjih turističkih programa	8	10	12	14	16	18	20

Izvor: Obrada autora na temelju početnih vrijednosti pokazatelja iz 2024. i 2025. godine, koristeći podatke Hrvatska turistička zajednica (eVisitor), Državni zavod za statistiku, Grad Varaždin i Turistička zajednica grada Varaždina, uz autorske projekcije za razdoblje do 2030. godine

6. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

Nakon provedene analize postojećeg stanja destinacije, uključujući prikupljene podatke, ocjenu njezine uspješnosti u lokalnom i širem okruženju te pregled pokazatelja održivosti na razini destinacije, potrebno je definirati razvojni smjer. On predstavlja ključni element plana upravljanja i mora biti usklađen s važećim strateškim dokumentima, prostornim planovima, planovima upravljanja kulturnom baštinom i ostalim relevantnim propisima.

U slučajevima kada strateški planovi ne predviđaju jasne ciljeve razvoja turizma, oni se postavljaju upravo kroz Plan upravljanja destinacijom, temeljem provedene analize. Razvojni smjer mora odražavati lokalne posebnosti i prioritete grada te uključivati mjere povezane s infrastrukturom, promocijom, upravljanjem resursima, digitalizacijom i održivim turizmom. Ciljevi trebaju biti realno ostvarivi u zadanom razdoblju, a provođenje moraju podupirati suvremeni trendovi: rast potražnje za autentičnim, lokalnim iskustvima, sve raširenija upotreba digitalnih alata u destinacijskom upravljanju i marketingu te sve veća potreba da turizam bude održiv i regenerativan, usmjeren na obnovu ekosustava i dobrobit zajednice.

6.1. Razvojne potrebe i prilike - SWOT analiza

Razvojni smjer predstavlja središnji provedbeni dio Plana upravljanja destinacijom i osigurava jasnu vezu između utvrđenih potreba i izazova (SWOT i analize), vizije i misije razvoja turizma do 2030. te konkretnih mjera i aktivnosti u razdoblju provedbe Plana 2026.–2030.

Polazište je da Varaždin već ima snažnu identitetsku osnovu (barokna jezgra, kultura i događanja, glazbena tradicija i ambijentalnost), ali za daljnji rast kvalitete i konkurentnosti treba:

- ojačati destinacijsko upravljanje i koordinaciju dionika (jasne uloge, kapaciteti, upravljanje temeljem podataka),
- pretvoriti identitet i kreativnost grada u cjelogodišnje proizvode više dodane vrijednosti (ne samo “više dolazaka”, nego dulji boravak i veća potrošnja),
- unaprijediti infrastrukturu, pristupačnost i kvalitetu javnog prostora kako bi iskustvo bilo ugodno i stanovnicima i posjetiteljima.

Razvoj turizma u Varaždinu u ovom Planu usmjeren je na održiv, uključiv i kvalitetan rast, pri čemu se uspješnost ne procjenjuje isključivo rastom turističkog prometa, nego i kroz: zadovoljstvo stanovnika i posjetitelja, dostupnost i sigurnost, utjecaj na okoliš (voda, energija, otpad), otpornost na klimatske rizike te kvalitetu upravljanja prostorom. Provedba mjera prati se kroz obvezne pokazatelje održivosti i godišnje izvještavanje.

6.2. SWOT analiza turizma Varaždina

Iz svih provedenih analiza i rezultata u okviru Plana upravljanja destinacijom Varaždin, u obliku SWOT analize identificirane su ključne unutarnje snage i slabosti, kao i vanjske prilike i prijetnje za daljnji razvoj i promociju destinacije.

Analiza je promatrana kroz prizmu turizma na lokalnoj (urbanoj) razini, ali s fokusom na pozicioniranje Varaždina kao konkurentne i održive urbane destinacije unutar šireg regionalnog i prekograničnog konteksta.

Definirane su zajedničke prednosti koje je potrebno očuvati i strateški iskoristiti, slabosti koje treba sustavno otklanjati, prilike koje se mogu kapitalizirati kroz ciljani razvoj proizvoda i marketinga, te prijetnje koje treba ublažiti kroz planiranje otpornosti i pametnog upravljanja.

Varaždin svoju budućnost kao turistička destinacija može graditi na načelima suradnje, održivosti i autentičnosti, koristeći svoju bogatu baštinu, kulturni identitet i kvalitetu života kao temelj za uključiv i cjelogodišnji turizam.

Tablica 45. SWOT matrica kroz prizmu razvoja turizma i marketinga na razini grada Varaždina

PREDNOSTI (S) = Održavamo i jačamo	SLABOSTI (W) = Uklanjamo i ublažavamo
1. Bogata kulturna baština i snažan kulturni identitet – barokna jezgra, ugodno ozračje, kulturno-povijesni spomenici, muzeji, koncertna i galerijska scena 2. Varaždin – Kreativni grad glazbe (UNESCO, brojna glazbena događanja) 3. Prepoznatljive manifestacije – Špancirfest, Advent, Varaždinske barokne večeri 4. Raznolika gastro ponuda i kulinarska baština – lokalni specijaliteti (varaždinsko zelje, klipč, bučino ulje, heljda...) 5. Prometna dostupnost – blizina autoceste, željezničke pruge i međunarodne zračne luke te pješački karakter grada 6. Kvaliteta života i sigurnost – ugodna urbana sredina, visoka sigurnost, dobra komunalna i zdravstvena infrastruktura 7. Green Destinations i proces ozelenjavanja destinacije – svijest o ekološkim standardima i uključivanje u zelene inicijative 8. Blizina prirodnih atrakcija – Dravska park-šuma, šetnice, biciklističke rute, parkovi	1. Trend pada prosječne duljine boravka – posjetitelji ostaju kratko, uglavnom za vrijeme manifestacija 2. Slaba popunjenost smještajnih objekata – nizak prosječan stupanj popunjenosti hotela, hostela i objekata u domaćinstvu 3. Fragmentiranost ponude i slabije povezivanje dionika – nedostatak krovne koordinacije i sustavne destinacijske menadžment funkcije 4. Nedovoljna interpretacija baštine i atrakcija – npr. nedostatak vođenih tura, interpretacijskih centara, multimedije 5. Niska razina korištenja turističkih podataka i analitike za upravljanje destinacijom 6. Koncentracija turističke aktivnosti na nekoliko manifestacija stvara pritisak na infrastrukturu i zajednicu te ograničava ravnomjerni razvoj ponude tijekom cijele godine
PRILIKE (O) = Iskorištavamo i aktiviramo	PRIJETNJE (T) = Smanjujemo utjecaj
1. Trendovi održivog, regenerativnog i zelenog turizma – potencijal za razvoj destinacije u skladu s EU smjernicama i fondovima 2. Rast interesa za autentična i lokalna iskustva – valorizacija tradicije, obrta, lokalne hrane i priča 3. Mogućnosti financiranja kroz EU fondove (npr. Interreg, LIFE, EUSAIR, Zeleni plan)	1. Ograničena suradnja među dionicima i oslonac na sredstva iz EU fondova, bez razvijenih lokalnih modela financiranja 2. Nedovoljna međunarodna vidljivost – manjak incoming agencija, slaba promocija na inozemnim tržištima

4. Porast potražnje za „city break“ i kratke boravke – trend kratkih gradskih posjeta (Slovenija, Austrija, Njemačka itd.) i rast domaćeg tržišta
5. Razvoj intermodalne mobilnosti i biciklističkog turizma – povezivanje s Dravskom rutom i europskim biciklističkim mrežama
6. Uporaba digitalnih alata za promociju i pametno upravljanje destinacijom – digitalizacija omogućuje upravljanje sezonalnim tokovima, razvoj inovativnih poslovnih modela te personalizirano iskustvo za posjetitelje
7. Uključivanje zajednice i poduzetnika u razvoj turističke ponude
3. Negativni demografski trendovi i iseljavanje mladih – oslabljuju lokalnu radnu snagu i dugoročnu otpornost destinacije
4. Konkurencija gradova s jačom ponudom i vidljivošću (npr. Zagreb, Ljubljana, Maribor, Graz)

Sažetak u obliku ključnih izazova

Tablica 46. Ključni izazovi za turistički razvoj Varaždina

1	BORAVAK GOSTIJU	Potrebno je osmisliti i učiniti dostupnim turističke usluge i sadržaje koji bi omogućili dulji boravak gostiju Turističku ponudu županije je potrebno integrirati u ponudu grada Varaždina te isto učiniti dostupnim turistima putem online servisa (npr. Tripadvisor, Getyourguide)
2	MEĐUSEKTORSKA SURADNJA I KOORDINACIJA	Potrebna je zajednička koordinacija dionika iz javnog, privatnog i civilnog sektora
3	USMJERAVANJE I UPRAVLJANJE TURISTIČKIM TOKOVIMA	Manifestacije i vikend posjete stvaraju pritisak na infrastrukturu i ljude koji žive u centru grada Potrebno je prostorno i vremensko usmjeravanje posjetitelja kroz digitalne alate i razvoj alternativnih atrakcija
4	OČUVANJE URBANOG IDENTITETA I KULTURNE AUTENTIČNOSTI	Varaždinska kulturna baština treba dodatnu interpretaciju i obnovu Lokalna zajednica mora biti uključena u očuvanje identiteta i prezentaciju kulturnih vrijednosti
5	JACANJE KONKURENTNOSTI NA TRŽIŠTU	Potrebno je jačanje brenda Varaždina kao urbane, kulturne i održive destinacije kroz ciljani marketing, storytelling i digitalnu promociju
6	POVEZIVANJE PROIZVODA I AKTERA NA RAZINI DESTINACIJE	Turistička ponuda mora biti tematski povezana – razvoj paketa, itinerara i suradnje među pružateljima usluga povećava vrijednost za gosta
7	RAZVOJ CJELOGODIŠNJE PONUDE I SMANJENJE SEZONALNOSTI	Potrebno je osmisliti ponudu izvan ljeta – kroz poslovni i edukativni turizam uz povezivanje s lokalnim ritmom života
8	INTEGRIRANI TRŽIŠNI NASTUP POD ZAJEDNIČKIM IDENTITETOM	Svi dionici trebaju djelovati pod jednim brendom uz koordinirane promotivne kanale
9	UBLAŽAVANJE NEGATIVNIH DEMOGRAFSKIH TRENDOVA	Turizam treba doprinositi zadržavanju mladih i privlačenju novih stanovnika kroz promociju visokog standarda života i mogućnosti zapošljavanja

SWOT analiza u TOWS matrici

Kako bi se rezultati SWOT analize pretvorili u praktične smjernice za djelovanje, koristi se TOWS matrica. Ona uspostavlja veze između unutarnjih čimbenika (snaga i slabosti) i vanjskih čimbenika (prilika i prijetnji) te na taj način definira razvojne strategije:

- S-O strategije (Maxi-Maxi): korištenje snaga destinacije za maksimalno iskorištavanje prilika
- W-O strategije (Mini-Maxi): smanjenje slabosti kroz aktivno korištenje dostupnih prilika

- S-T strategije (Maxi-Mini): upotreba snaga za ublažavanje rizika i prijetnji iz okruženja
- W-T strategije (Mini-Mini): smanjivanje slabosti kako bi se izbjegli ili umanjili negativni učinci prijetnji

Na ovaj način, TOWS matrica predstavlja most između analize i strategije: omogućuje da se identificirani izazovi pretoče u jasne, usmjerene i provedive mjere za održivi razvoj turizma u Varaždinu.

Tablica 47. TOWS matrica

SWOT → TOWS Od identificiranja unutarnjih snaga i slabosti, kao i vanjskih prilika i prijetnji, do identificiranja ključnih izazova i mogućih strategija za njihovo rješavanje	UNUTARNJE SNAGE (E) – jačamo 1. Bogata kulturna i povijesna baština te snažan kulturni identitet 2. Varaždin- UNESCO Kreativni grad glazbe 3. Prepoznatljive manifestacije 4. Bogata gastronomska ponuda i kulinarska baština 5. Visok stupanj prometne dostupnosti 6. Visoka kvaliteta života i sigurnost 7. Proces "Green Destinations" 8. Blizina prirodnih atrakcija	UNUTARNJE SLABOSTI (W) – uklanjamo 1. Trend pada duljine boravka gostiju 2. Niska popunjenost hotela, hostela i objekata u domaćinstvu 3. Fragmentiranost ponude i slabije povezivanje dionika – nedostatak krovne koordinacije i sustavne destinacijske menadžment funkcije 4. Nedovoljna interpretacija baštine i atrakcija – npr. nedostatak vođenih tura, interpretacijskih centara, multimedije 5. Niska razina korištenja turističkih podataka i analitike za upravljanje destinacijom 6. Koncentracija turističke aktivnosti na nekoliko manifestacija stvara pritisak na infrastrukturu i zajednicu te ograničava ravnomjerni razvoj ponude tijekom cijele godine
VANJSKE PRILIKE (O) – iskorištavamo 1. Trendovi održivog i regenerativnog i zelenog turizma – potencijal za razvoj destinacije u skladu s EU smjernicama i fondovima 2. Rast interesa za autentična i lokalna iskustva – valorizacija tradicije, obrta, lokalne hrane i priča 3. Mogućnosti financiranja kroz EU fondove (npr.	MAX-MAX strategija (S-O) Iskoristimo prednosti da iskoristimo prilike 1. Razviti tematske i cjelogodišnje proizvode (kulturni „city break“, zimski programi, kreativni turizam), koristeći postojeću manifestacijsku i kulturnu infrastrukturu → Izazov 3. 2. Iskoristiti aktivnu zajednicu i obrazovne institucije za uključivanje mladih u digitalnu promociju destinacije i razvoj inovativnih interpretacijskih alata (AR, storytelling) → Izazovi 5. i 6. 3. Iskoristiti kompaktnost i pješačku pristupačnost Varaždina (snaga) u kombinaciji s inicijativama za biciklistički turizam (prilika) kako bi se destinacija brendirala kao idealna za "sporija", održiva putovanja. Razviti i promovirati biciklističke ture, pješačke rute i korištenje javnog prijevoza unutar	MAX-MIN strategija (W-O) Kroz prilike uklanjamo slabosti 1. Korištenjem sredstava iz EU fondova (npr. ITU, Interreg, NPOO) modernizirati smještajne kapacitete, signalizaciju i info-infrastrukturu → Izazov 1. 2. Razviti digitalne alate (virtualne ture, pametne aplikacije) za interpretaciju kulturne baštine i bolju međunarodnu prisutnost → Izazovi 4. i 5. 3. Povezati obrazovne institucije s lokalnim dionicima turizma radi stvaranja kadrovske i organizacijske kapaciteta za destinacijsko upravljanje-

Interreg, LIFE, EUSAIR, Zeleni plan) 4. Povećanje potražnje za „city break“ i kratke boravke – domaći i regionalni gosti (Slovenija, Austrija) 5. Razvoj intermodalne mobilnosti i biciklističkog turizma – povezivanje s Dravskom rutom i europskim biciklističkim mrežama 6. Korištenje digitalnih alata za promociju i pametno upravljanje destinacijom 7. Uključivanje zajednice i poduzetnika u razvoj turističke ponude	grada i prema okolici. Takva ponuda istaknula bi „zeleni“ profil Varaždina i privukla posjetitelje zainteresirane za aktivan odmor bez automobila → Izazov 7. 4. Povezati gastronomiju i lokalne proizvode (npr. Varaždinsko zelje, klipič, bučino ulje, heljdu...) s eno-gastro rutama i ruralnim zaleđem. Time bi se proširila ponuda izvan gradskog središta, podržali lokalni proizvođači (kratki lanci opskrbe, 100% lokalno) i stvorili novi motivi dolaska turista → Izazovi 6. i 1.	Umrežavanje obrazovnih institucija i turističkog sektora → Izazov 2. i 8. 4. Stvoriti ponudu za loše vrijeme (muzeji, kreativne radionice, indoor atrakcije) temeljenu na postojećim sadržajima i suradnji s civilnim sektorom → Izazov 6. i 7.
VANJSKE PRIJETNJE (T) – smanjujemo utjecaj 1. Ograničena suradnja među dionicima i oslonac na sredstva iz EU fondova, bez razvijenih lokalnih modela financiranja 2. Ograničen doseg destinacije u inozemstvu, manjak incoming agencija i međunarodnih promotivnih aktivnosti 3. Negativni demografski trendovi i iseljavanje mladih – oslabljuju lokalnu radnu snagu i dugoročnu otpornost destinacije 4. Konkurencija gradova s jačom ponudom i vidljivosti (npr. Zagreb, Ljubljana, Maribor, Graz)	MAX-MIN strategija (S-T) Koristimo snage kako bismo izbjegli prijetnje 1. Korištenjem kulturne baštine i sigurnog urbanog identiteta pozicionirati Varaždin kao održivu i „low risk“ destinaciju u vrijeme globalnih nesigurnosti → Izazov 9. 2. Promocijom visoke kvalitete života i „živog grada“ privlačiti mlade posjetitelje i potencijalne stanovnike, ublažiti demografske trendove. Visoka kvaliteta života, bogat kulturni život i status „grada glazbe“ (snage Varaždina) mogu se iskoristiti za ciljano privlačenje mlađe populacije – kako turista, tako i potencijalnih novih stanovnika → Izazov 9. 3. Jačanjem lokalne gastro i kreativne scene razvijati autentične ponude koje nisu ovisne o masovnom turizmu i koje bolje odgovaraju trendovima održivosti → Izazov 1. i 5.	Strategija MIN-MIN (W-T) Minimiziramo slabosti kako bismo izbjegli prijetnje 1. Jačati destinacijsku koordinaciju i međusektorsku suradnju kako bi se smanjila ovisnost o pojedinačnim manifestacijama i vanjskom financiranju → Izazov 2. 2. Smanjiti sezonalnost uvođenjem cjelogodišnjih sadržaja te boljim upravljanjem turističkim tokovima (posebno tijekom Špancirfesta) → Izazov 3. 3. Sustavno educirati dionike o održivosti kako bi se izbjegao formalizam i postigla konkretna implementacija zelene tranzicije → Izazov 7. 4. Ulagati u jačanje kapaciteta za međunarodni marketing i dolazne agencije kako bi se smanjila ovisnost o domaćem i jednodnevnom turizmu → Izazovi 1. i 5.

6.3. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma

Pri identificiranju općih načela i ciljeva turizma grada Varaždina potrebno je odgovoriti na pitanja: „Koliko je turizam važan za lokalnu sredinu te što želimo od daljnjeg razvoja turizma na području grada Varaždina?“.

Turizam je za grad Varaždin jedan od pokretača razvoja i ima iznimno veliki značaj za lokalnu sredinu. Direktno doprinosi lokalnoj ekonomiji putem potrošnje turista na smještaj, ugostiteljstvo, atrakcije i suvenire, dok indirektno stvara dodatne vrijednosti poput otvaranja novih radnih mjesta, razvoja malih poduzeća te poboljšanja komunalne i prometne infrastrukture. Primjerice, turizam može uvesti održivi financijski prihod u lokalnu zajednicu i potaknuti ekonomsku stabilnost – profit ostvaren od turista često se ponovno ulaže u zajednicu, što vodi vidljivim poboljšanjima infrastrukture i lokalnih sadržaja. Osim gospodarskih koristi, turizam potiče očuvanje kulturne i prirodne baštine te tradicije, čime jača dugoročni identitet i ponos zajednice. Međunarodna promocija lokalnih kulturnih i prirodnih bogatstava putem turizma može dodatno osnažiti samopoštovanje stanovnika i potaknuti ih na aktivnije uključivanje u razvoj svojih vještina i usluga.

Kada se postavlja pitanje “Što želimo od daljnjeg razvoja turizma na području grada Varaždina?”, odgovor se ogleda u jasno definiranoj viziji i ciljevima održivog turističkog razvoja. Budući razvoj turizma usmjeren je na to da Varaždin nastavi rasti kao kvalitetna i održiva destinacija koja donosi dobrobit i posjetiteljima i stanovnicima. Ključni ciljevi obuhvaćaju osiguranje kontinuiranog rasta turističkog prometa, jačanje konkurentnosti lokalne ponude, daljnje unapređenje turističkih sadržaja, izgradnju pozitivnog imidža Varaždina kao nezaobilaznog turističkog odredišta, te podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Paralelno s time, Varaždin kao destinacija teži pozicioniranju među vodeće turističke destinacije kontinentalne Hrvatske, uz naglasak na dugoročnu održivost turističkog razvoja.

Vizija turističkog razvoja Varaždina može se ostvariti isključivo uz jasno definirana i dosljedno primjenjivana temeljna načela razvoja turizma, koja usmjeravaju planiranje, upravljanje i donošenje odluka na razini destinacije. Načela i ciljevi definirani u okviru Plana upravljanja destinacijom Varaždin utemeljeni su na principima održivog razvoja te usklađeni s ključnim strateškim i planskim dokumentima Grada Varaždina, uključujući Provedbeni program Grada Varaždina 2021.–2025., Akcijski plan energetski i klimatski održivog razvitka (SECAP), Strategiju razvoja urbanog područja Varaždin 2021.–2027., Strategiju zelene urbane obnove 2025.–2034., Plan razvoja održivog turizma grada Varaždina do 2030. godine te Strategiju upravljanja imovinom Grada Varaždina 2024.–2030. godine. Polazeći od navedenog strateškog okvira, za područje grada Varaždina definirano je pet temeljnih načela budućeg turističkog razvoja: održivost, kvaliteta, pristupačnost, zadovoljstvo i sigurnost.

Identifikacija općih načela vodi se sljedećim:

1. Načelom održivosti

Turistički razvoj destinacije temelji se na očuvanju i odgovornom upravljanju kulturnom i prirodnim baštinom. Grad Varaždin usmjerava razvoj turizma prema održivom korištenju resursa, zaštiti okoliša te očuvanju svojih povijesnih znamenitosti (primjerice jedinstvene barokne gradske jezgre) i prirodnih atrakcija (poput rijeke Drave i zaštićene park-šume uz Dravu). Time se osigurava da rast turizma ne ide na štetu baštine ili okoliša, već da se resursi destinacije koriste promišljeno i ostavljaju u naslijeđe budućim generacijama.

2. Načelom kvalitete

Dosljedno unapređenje kvalitete turističkih proizvoda i usluga ključ je za jačanje konkurentnosti destinacije. Ulaganjem u modernizaciju infrastrukture, podizanjem standarda smještajnih kapaciteta, unapređenjem uslužnih djelatnosti te razvojem kulturne i interpretacijske ponude, Varaždin teži pozicioniranju kao atraktivne i prepoznatljive destinacije. Takva destinacija posjetiteljima pruža autentična iskustva visoke

vrijednosti, a pritom stvara dodatnu vrijednost za lokalnu zajednicu kroz veću potrošnju i bolje poslovne prilike.

3. Načelom pristupačnosti

Razvoj turizma usmjerit će se na unapređenje fizičke i digitalne pristupačnosti destinacije, njenih atrakcija i usluga, kako bi iskustvo boravka u Varaždinu bilo što lakše i ugodnije za sve posjetitelje. To podrazumijeva poboljšanje prometne povezanosti, jasnu turističku signalizaciju, kao i primjenu inovativnih tehnologija (mobilne aplikacije, interaktivni vodiči) koje omogućuju bolje informiranje, jednostavniju navigaciju i personalizirane usluge za turiste. Posebna pažnja posvećuje se uklanjanju prepreka za osobe s invaliditetom i starije osobe, čime Varaždin postaje dostupnija i inkluzivnija destinacija za sve skupine posjetitelja.

4. Načelom zadovoljstva

U središtu turističkog razvoja je kreiranje autentičnih doživljaja za posjetitelje uz istovremeno unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva. Grad Varaždin će i dalje aktivno uključivati lokalnu zajednicu u turističke aktivnosti i projekte, poticati očuvanje običaja i tradicije te razvijati raznoliku kulturnu, zabavnu i sportsku ponudu koja koristi i turistima i građanima. Ovakav pristup osigurava da lokalno stanovništvo osjeti korist od turizma (npr. kroz nova radna mjesta, bolju infrastrukturu i sadržaje), dok posjetitelji istodobno uživaju u iskrenom gostoprimstvu i jedinstvenoj atmosferi grada. Povećanje turističke potrošnje i dulji boravak gostiju direktno doprinose ekonomskom rastu, što stvara pozitivnu povratnu spregu za cijelu zajednicu.

5. Načelom sigurnosti

Sigurnost posjetitelja i lokalnog stanovništva jedan je od glavnih prioriteta u daljnjem razvoju turizma. Implementacijom visokih sigurnosnih standarda u prometu, smještaju, ugostiteljskim objektima i javnim prostorima osigurat će se sigurno i ugodno okruženje za boravak i istraživanje grada. Ovo uključuje kontinuirano unapređenje javnog reda i čistoće, pouzdane zdravstvene i hitne službe za turiste, kao i primjenu pametnih rješenja (npr. video nadzor ključnih zona, sustavi obavješćivanja u slučaju hitnih situacija). Naglasak na sigurnosti doprinosi ukupnom doživljaju destinacije – posjetitelji se osjećaju opušteno i zaštićeno, a lokalna zajednica ima povjerenja u turistički razvoj koji ne ugrožava njihovu svakodnevicu.

U konačnici, identificirana načela i ciljevi razvoja turizma grada Varaždina jasno definiraju smjer daljnjeg djelovanja: održivi rast koji uspostavlja ravnotežu između povećanja turističkog prometa i očuvanja kulturne i prirodne baštine; visoku razinu kvalitete i pristupačnosti koja osigurava dugoročnu konkurentnost destinacije; te zadovoljstvo i sigurnost kao temeljnu vrijednost upravljanja, s naglaskom na dobrobit i posjetitelja i stanovnika.

Takav razvojni okvir omogućuje Varaždinu da svoju turističku viziju ostvari na način koji doprinosi gospodarskoj vitalnosti, društvenoj koheziji i očuvanju identiteta grada, pozicionirajući se pritom kao primjer uravnotežene i održive urbane destinacije u Hrvatskoj.

Vizija turizma oblikovana je u skladu s relevantnim europskim, nacionalnim, regionalnim i lokalnim strateškim dokumentima, čime je osigurana njezina razvojna utemeljenost, institucionalna provedivost i dugoročna održivost. Uvaženi su prioriteti definirani u nacionalnim i županijskim razvojnim strategijama, sektorskim dokumentima iz područja turizma, kulture i održivog razvoja te prostorno-planskoj dokumentaciji Grada.

Proces formuliranja vizije proveden je kroz strukturiran i participativan model upravljanja uz aktivno uključivanje stručnjaka, lokalnih dionika i građana. dugoročno održiva vizija mora biti inkluzivna, društveno legitimna i široko prihvaćena.

Ključni koraci u procesu oblikovanja vizije uključivali su:

- Strateške analize – provedena je sveobuhvatna analiza postojećih stručnih studija, razvojnih dokumenata i trendova u turizmu, čime je osigurana analitička podloga i usklađenost s višerazinskim razvojnim okvirima.
- Tematske radionice i okrugle stolove – tijekom lipnja 2025. organizirani su strukturirani dijalozi s predstavnicima sektora kulture, manifestacija, gastronomije, outdoor turizma i regionalnog pozicioniranja. Rasprave su rezultirale identificiranjem ključnih razvojnih pravaca i prioriteta područja intervencije.
- Savjetovanja s institucionalnim i gospodarskim dionicima – kontinuirana komunikacija s Turističkom zajednicom, kulturnim ustanovama, privatnim sektorom i gradskom upravom omogućila je usklađivanje razvojnih ambicija s realnim kapacitetima i potrebama lokalne zajednice.
- Vijeće građana – kao poseban oblik deliberativne demokracije, Vijeće građana okupilo je 29 nasumično odabranih stanovnika koji su tijekom siječnja i veljače 2025. raspravljali o budućem smjeru turizma. Rezultat procesa bile su 64 preporuke koje su obuhvatile razvoj ponude, brendiranje, infrastrukturu, eno-gastronomiju i održivost. Preporuke su u ožujku 2025. predane gradonačelniku, uz jasno istaknut prioritet: Varaždin mora ostati prije svega grad ugodan za život svojih stanovnika.

Ovakav integrirani i participativni pristup osigurao je da vizija turizma grada Varaždina bude utemeljena na stručnim analizama, ali i na vrijednostima i očekivanjima lokalne zajednice. Njezina uspješna provedba ovisit će o kontinuiranoj suradnji svih dionika te dosljednom usklađivanju razvojnih odluka s postavljenim načelima održivosti, kvalitete i društvene odgovornosti.

Vizija i misija upravljanja turizmom grada Varaždina

U okviru Plana upravljanja destinacijom, vizija i misija predstavljaju temeljni strateški okvir koji definira dugoročnu orijentaciju razvoja turizma grada Varaždina. One ne služe kao formalna izjava namjere, već kao operativni kompas koji usmjerava planiranje, ulaganja, razvoj proizvoda, upravljanje prostorom i donošenje odluka u razdoblju do 2030. godine.

Vizija opisuje željeno stanje destinacije u budućnosti – kakav Varaždin želi biti kao turistički grad, po čemu želi biti prepoznat te kakvu vrijednost želi stvarati za stanovnike i posjetitelje. Ona je rezultat analize resursa, tržišnih trendova, institucionalnih kapaciteta i društvenih očekivanja, ali istovremeno postavlja razvojni iskorak prema kvalitetnijem, održivijem i konkurentnijem modelu upravljanja turizmom.

Misija definira način djelovanja – određuje kako će Grad Varaždin, u suradnji s Turističkom zajednicom, javnim ustanovama, poduzetnicima i građanima, upravljati turizmom kako bi se postavljeni razvojni smjer ostvario. Dok vizija određuje krajnji cilj, misija razrađuje principe i model upravljanja koji vode prema tom cilju.

Vizija razvoja turizma grada Varaždina oblikovana je u skladu s višerazinskim strateškim okvirom. U njezinoj izradi uzeti su u obzir relevantni europski, nacionalni, regionalni i lokalni razvojni dokumenti, uključujući sektorske strategije turizma, dokumente održivog razvoja, prostorno-plansku dokumentaciju te razvojne prioritete definirane na razini grada i Varaždinske županije.

Posebna pozornost posvećena je usklađenosti s nacionalnim strateškim smjerovima razvoja turizma do 2030. godine, kao i s dokumentima koji definiraju održivi urbani razvoj, kulturnu politiku i zelenu tranziciju. Time je osigurano da vizija nije izolirani koncept, već dio šireg razvojno-političkog i institucionalnog okvira, što jamči njezinu provedivost i dugoročnu održivost.

Varaždin svoju budućnost vidi kao dinamičnu, održivu i identitetski snažnu urbanu destinaciju srednje veličine, u kojoj turizam nadopunjuje, a ne narušava kvalitetu života.

Ključne razvojne odrednice vizije uključuju:

Održivi i regenerativni pristup razvoju

Turizam se razvija uz poštivanje nosivog kapaciteta prostora i infrastrukturnih mogućnosti grada. Naglasak je na smanjenju negativnih utjecaja, ali i na aktivnom doprinosu obnovi i unapređenju javnih prostora, kulturnih sadržaja i okoliša. Razvoj zelenih rješenja u mobilnosti, energetici i upravljanju resursima dio je dugoročnog smjera prema klimatski odgovornom gradu.

1. Jačanje identiteta grada kulture i glazbe

Varaždin gradi svoju prepoznatljivost na kulturnoj baštini, festivalskoj tradiciji i snažnoj glazbenoj sceni. Manifestacije poput Špancirfesta i Varaždinskih baroknih večeri predstavljaju temelj, ali razvoj ide prema cjelogodišnjem kulturnom programu, snažnijem povezivanju kreativnih industrija i inovativnoj interpretaciji baštine.

2. Integracija prirodnih resursa u urbani identitet

Rijeka Drava i zeleni javni prostori predstavljaju važan potencijal za razvoj rekreativnih, edukativnih i doživljajnih sadržaja. Povezivanje povijesne jezgre s prirodnim okruženjem doprinosi stvaranju uravnotežene destinacije koja spaja urbanu kulturu i prirodnu baštinu.

3. Turizam u funkciji kvalitete života

Razvoj turizma temelji se na načelu „kvaliteta prije kvantitete“. Prioritet je privlačenje posjetitelja koji cijene kulturnu baštinu, autentičnost i mirniji ritam grada, uz izbjegavanje modela masovnosti koji bi dugoročno opteretili infrastrukturu i narušili svakodnevni život stanovnika.

4. Razvoj autentičnih i iskustveno orijentiranih proizvoda

Naglasak je na stvaranju doživljaja koji su u skladu s identitetom grada – interpretativne šetnje baroknom jezgrom, vrhunski glazbeni programi, lokalna gastronomija, male kreativne radionice i povezivanje s regionalnim sadržajima. Cilj je produljenje boravka i povećanje dodane vrijednosti, a ne isključivo rast broja dolazaka.

Vizija turizma grada Varaždina do 2030.

Živi grad kulture, glazbe, gastronomije i prirode uz Dravu, u kojem turizam kao održiva gospodarska i društvena snaga, utemeljena na zajednici, stvara dodanu vrijednost tijekom cijele godine te doprinosi kvaliteti života lokalnog stanovništva, očuvanju baštine i prepoznatljivosti Varaždina kao autentične urbane destinacije kontinentalne Hrvatske.

Kako bi se vizija ostvarila, misija upravljanja turizmom usmjerena je na odgovorno, koordinirano i participativno djelovanje svih dionika.

Do 2030. godine Varaždin želi:

- postati primjer dobre prakse u održivom, inovativnom i integriranom upravljanju turizmom,
- unaprijediti vidljivost i prepoznatljivost Varaždina kao grada kreativnosti, glazbe, kulturne baštine i ugodnog domaćeg ambijenta,
- integrirati načela održivosti u sve segmente planiranja i provedbe turističkih aktivnosti,
- osigurati da turizam doprinosi regeneraciji lokalne zajednice i urbanog prostora,
- obnoviti i razviti turističku infrastrukturu koja podiže kvalitetu boravka i iskustva posjetitelja, uz istodobno očuvanje nasljeđa za buduće generacije.

Misija definira način djelovanja: suradnjom, znanjem, odgovornošću i kontinuiranim unapređenjem sustava upravljanja.

Jasna vizija i misija ključan su korak, ali njihovo ostvarenje ovisi o konkretnim akcijama. Sljedeća faza za Varaždin jest prevođenje vizije i misije do 2030. u strateški plan s jasnim ciljevima, prioritetima i mjerama. Uspjeh zahtijeva da svi dionici – javni i privatni – koordiniraju svoje aktivnosti unutar ovog zajedničkog okvira. Sudjelovanje građana u kreiranju vizije stvorilo je osjećaj vlasništva nad procesom, što povećava spremnost za podršku politikama koje vode ostvarenju zajedničkog cilja.

6.4. Ciljevi razvoja turizma grada Varaždina

Razvoj turizma, ako se njime upravlja strateški, predstavlja snažan instrument gospodarskog razvoja, očuvanja kulturno-povijesne i prirodne baštine te unapređenja kvalitete života lokalnog stanovništva. Sustavno definiranje razvojnih ciljeva omogućuje Gradu Varaždinu, Turističkoj zajednici grada Varaždina i ostalim dionicima jasno usmjeravanje resursa, koordinirano djelovanje te mjerljivo praćenje napretka.

Polazeći od analize stanja, razvojnih potencijala i definiranih strateških prioriteta, do 2030. godine Varaždin se pozicionira kao živi grad kulture, glazbe, gastronomije i prirode uz Dravu, u kojem turizam kao održiva gospodarska i društvena snaga, utemeljena na zajednici, stvara dodanu vrijednost tijekom cijele godine te doprinosi kvaliteti prostora i života stanovnika.

Iz navedene vizije proizlaze tri međusobno povezana strateška cilja.

CILJ 1: Postati primjer dobre prakse za održivo, inovativno i cjelovito upravljanje turizmom

Ovaj cilj ima za svrhu izgraditi učinkovit destinacijski menadžment koji kombinira dobro koordinirane institucije, snažan brend, sustavnu primjenu principa održivosti, digitalnu transformaciju i aktivno uključivanje dionika. On proizlazi iz uočenih slabosti (nedovoljna koordinacija, ograničeni kapaciteti javnih institucija) i snaga (snažan identitet grada glazbe i kulture).

Do 2030. godine Varaždin će:

- ojačati institucionalne i ljudske kapacitete sustava (uloge, kompetencije, godišnje edukacije),
- standardizirati upravljanje destinacijskim brendom i komunikacijom (brand book, ključne poruke, koordiniran nastup),
- uvesti mjerljive održive standarde za manifestacije i dionike (kriteriji, CO₂ praćenje, poticanje certificiranja),
- uspostaviti redoviti ciklus praćenja zadovoljstva stanovnika i posjetitelja te godišnje izvještavanje o održivosti,
- digitalizirati upravljanje i komercijalizaciju doživljaja (platforme, karta, kartica, aplikacija, online prodaja).

Uspješnost se prati kroz: provedbu sustava pokazatelja održivosti, redovitost mjerenja zadovoljstva, primjenu standarda na događanjima te funkcionalnost digitalnih rješenja i koordinacije dionika.

CILJ 2 - Obogatiti imidž i turističku ponudu grada kreativnosti, glazbe, kulturne baštine i ugodnog domaćeg ambijenta

Drugi cilj adresira potrebe identitetno zasnovane ponude i rješava slabosti poput ograničenog broja sadržaja izvan sezonskih manifestacija. Fokus je na pretvaranju kulturne i glazbene tradicije, urbanog šarma i gastronomske baštine u iskustvene proizvode koji motiviraju dulji boravak i veću potrošnju.

Do 2030. godine Varaždin će:

- razviti portfelj proizvoda temeljenih na identitetu (narativi, tematske rute, autentični proizvodi/suveniri, oznaka “Autentično varaždinsko”),
- ojačati cjelogodišnji glazbeni i kulturni program kroz jasnu programsku logiku i korištenje javnih prostora,
- unaprijediti interpretaciju i doživljaj destinacije (samovodeće ture, QR/audio/AR sadržaji, interpretacija jezgre, tržnice i “ugodnosti”),
- potaknuti pakiranje i prodaju doživljaja (paketi, vikend programi, suradnja s ugostiteljima, OPG-ovima i DMC-ovima).

Uspješnost se prati kroz: promjene u strukturi i kvaliteti potražnje (duljina boravka, potrošnja gdje je dostupno), zadovoljstvo posjetitelja, disperziju aktivnosti kroz godinu te jačanje prepoznatljivosti ključnih narativa destinacije.

CILJ 3 - Unaprijediti turističku infrastrukturu i pristupačnost za kvalitetnije i ugodnije iskustvo posjetitelja

Treći cilj fokusira se na fizičke i digitalne preduvjete za kvalitetan doživljaj destinacije. Analiza je pokazala da dio turističke infrastrukture nedostaje ili je zastario te da pristupačnost za osobe smanjene pokretljivosti i digitalna informiranost zahtijevaju značajna poboljšanja. Ovaj cilj doprinosi i smanjenju sezonalnosti jer se poboljšana infrastruktura može koristiti tijekom cijele godine.

Do 2030. godine Varaždin će:

- mapirati i upravljački valorizirati turističku infrastrukturu (GIS baza, prioriteti, nosivi kapacitet ključnih lokacija),
- podići razinu pristupačnosti (ulazi, taktilne oznake, “točke susreta”, dostupnost muzeja i ključnih prostora),
- unaprijediti osnovnu komunalno-turističku infrastrukturu (signalizacija, javni sadržaji, informiranje, mikrolokacije),
- osigurati bolju dostupnost informacija i sadržaja “7 dana u tjednu” (digitalno i organizacijski),
- provoditi strateške infrastrukturne projekte koji nose doživljaj i identitet (npr. interpretacijski i kulturni projekti, javni prostori i rekreacijske zone).

Uspješnost se prati kroz: pokazatelje pristupačnosti i sigurnosti, zadovoljstvo posjetitelja i stanovnika, upravljanje pritiscima u prostoru te napredak realizacije prioritetnih projekata.

Tri strateška cilja međusobno su povezana i tvore integrirani okvir razvoja turizma do 2030. godine. Svaki cilj ima jasnu ulogu u sustavu:

- Cilj 1 uspostavlja upravljačke preduvjete: kapacitete, koordinaciju, brend, održive standarde i digitalne alate.
- Cilj 2 razvija sadržaj i tržišnu vrijednost: proizvode temeljene na identitetu, glazbi i kulturi, interpretaciju i cjelogodišnjost.
- Cilj 3 osigurava prostorne i funkcionalne preduvjete: infrastrukturu, pristupačnost, sigurnost i kvalitetu javnog prostora.

Time se izbjegava fragmentiran razvoj i osigurava da mjere nisu popis želja, nego povezani paket koji istodobno jača kvalitetu života i kvalitetu posjeta. Takav model omogućuje Varaždinu da turizam razvija odgovorno, inkluzivno i dugoročno održivo – u interesu posjetitelja, gospodarstva i lokalne zajednice.

6.5. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Polazeći od definirane vizije i triju strateških ciljeva razvoja turizma do 2030. godine, daljnja operacionalizacija provodi se kroz definiranje strateških prioriteta. Oni predstavljaju tematske razvojne

pravce koji osiguravaju usklađenost s nacionalnim smjernicama održivog turizma, europskim politikama zelene tranzicije te lokalnim razvojnim potrebama.

Strateški prioriteti međusobno su povezani i čine integrirani okvir: unapređenje iskustva posjetitelja mora biti usklađeno s očuvanjem baštine i prirodnih resursa, dok istodobno mora doprinositi kvaliteti života lokalne zajednice. Samo uravnotežen razvoj ova tri područja omogućuje dugoročnu održivost destinacije.

Unapređenje iskustva posjetitelja

Unapređenje iskustva posjetitelja podrazumijeva sustavno podizanje kvalitete turističkog doživljaja kroz razvoj sadržaja, infrastrukture, usluga i digitalnih rješenja. Cilj nije samo povećati broj dolazaka, već produžiti boravak, povećati zadovoljstvo i potaknuti ponovne posjete.

Prioriteti:

- Unapređenje turističke infrastrukture: Ulaganje u uređenje ključnih turističkih prostora i sadržaja (informacijski centri, turistička signalizacija, parkirališta, javni sanitarni čvorovi) radi veće udobnosti i pristupačnosti za posjetitelje.
- Diversifikacija i obogaćivanje ponude: Razvoj novih atrakcija, događanja i tematskih programa koji proširuju postojeću ponudu i motiviraju dulji boravak turista. Poseban fokus stavlja se na gastronomske i smještajne kapacitete – unapređenje restoranske ponude i prilagodba hotelskih usluga suvremenim očekivanjima posjetitelja.
- Podizanje kvalitete usluga: Kontinuirana edukacija i stručno usavršavanje pružatelja usluga u turizmu (hotelijerstvo, ugostiteljstvo, turističko vođenje) kako bi se osigurala visoka razina gostoljubivosti i profesionalnosti te ispunila ili nadmašila očekivanja gostiju.
- Digitalna transformacija doživljaja: Uvođenje pametnih rješenja i digitalnih alata za posjetitelje (npr. mobilne aplikacije, interaktivni vodiči, besplatan javni Wi-Fi) čime se omogućuje lakše informiranje, navigacija i personalizacija turističkog doživljaja grada.

Očuvanje prirodne i kulturne baštine

Očuvanje baštine i prirodnih resursa predstavlja temelj dugoročne održivosti turizma. Varaždin svoju konkurentsku prednost temelji na autentičnom povijesnom ambijentu, kulturnoj tradiciji i prirodnom okruženju uz Dravu. Upravljanje tim resursima mora biti odgovorno, plansko i participativno.

Prioriteti:

- Zaštita i obnova baštine: Provođenje programa očuvanja, restauracije i održavanja kulturno-povijesnih znamenitosti (poput gradske povijesne jezgre, muzeja i sakralnih objekata), kao i zaštita prirodnih atrakcija u okolici. Time se osigurava dugoročna dostupnost tih vrijednosti za buduće generacije turista i lokalnog stanovništva.
- Održivo upravljanje resursima: Ugradnja načela održivosti u sve projekte razvoja – od kontroliranja masovnosti posjeta osjetljivim atrakcijama do unapređenja sustava gospodarenja otpadom i energetske učinkovitosti. Cilj je minimizirati negativan utjecaj turizma na okoliš i poticati "zelene" prakse u destinaciji.
- Edukacija i podizanje svijesti: Pokretanje inicijativa za edukaciju posjetitelja / lokalnih dionika o važnosti očuvanja prirode i baštine. Kroz interpretacijske centre, informativne table, vođene ture i radionice jača se svijest o vrijednosti varaždinske baštine i potrebi njenog očuvanja.
- Partnerstvo s lokalnom zajednicom: Uključivanje lokalnih udruga, stanovnika i stručnjaka u projekte zaštite baštine i prirode. Participativnim pristupom osigurava se da očuvanje kulturnih i prirodnih dobara istovremeno donosi korist zajednici te jača njen osjećaj ponosa i odgovornosti za naslijeđe.

Poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice

Održivi turizam mora generirati konkretne koristi za lokalno stanovništvo. Razvoj turizma nije cilj sam po sebi, već sredstvo za jačanje gospodarske otpornosti, društvene kohezije i urbane kvalitete prostora.

Prioriteti:

- Gospodarske prilike za lokalne stanovnike: Poticanje zapošljavanja i poduzetništva u turizmu kroz programe obuke, poticaje za pokretanje poduzeća i promociju lokalnih proizvoda i usluga. Razvoj turizma trebao bi generirati nova radna mjesta i izvore prihoda za lokalno stanovništvo, smanjujući odlazak mladih i potičući njihov ostanak u zajednici.
- Unapređenje javne infrastrukture: Ulaganje u infrastrukturu koja služi i turistima i građanima – od uređenja prometnica, javnih površina i rasvjete do poboljšanja zdravstvene, komunalne i prometne infrastrukture. Kvalitetnija infrastruktura ne samo da stvara ugodnije iskustvo posjetitelja, nego izravno podiže kvalitetu svakodnevnog života građana.
- Očuvanje lokalnog identiteta i kulture: Njegovanje varaždinskih tradicija, običaja i kreativne scene kao sastavnog dijela turističke ponude. Podržavanjem lokalnih festivala, zanata, enogastronomije i umjetničkih događaja osigurava se da turistički razvoj ne narušava, nego afirmira autentični identitet sredine, čineći ga prepoznatljivim dijelom atrakcije destinacije.
- Uključenost zajednice u planiranje turizma: Uspostava stalnog dijaloga s lokalnom zajednicom pri odlučivanju o turističkim projektima. Kroz javne rasprave, ankete i savjetodavna tijela, stanovnici mogu izraziti svoje potrebe i zabrinutosti, što vodi boljim rješenjima i osjećaju suvlasništva nad razvojem destinacije. Tako se osigurava da rast turizma ide ruku pod ruku s očuvanjem kvalitete života i društvene kohezije unutar zajednice.

6.6. Mjere i aktivnosti

Na temelju strateških smjernica razvoja i vizije destinacije definirani su konkretni ciljevi, prioriteti, mjere i aktivnosti za razvoj turizma grada Varaždina. Strateški ciljevi integriraju ekonomske, ekološke i sociokulturne aspekte razvoja, postavljajući temelje za održivi turizam i omogućujući destinaciji ostvarenje punog potencijala. Destinacija Varaždin usmjerena je na razvoj održivog, kvalitetnog i cjelogodišnjeg turizma kroz tri ključna cilja, sedam prioriteta, dvadeset i jednu mjeru te oko osamdeset aktivnosti. U okviru svakog od ciljeva, definirani prioriteti operacionaliziraju se kroz odgovarajuće mjere i prateće aktivnosti.

Razvojni cilj 1:

Postati primjer dobre prakse za održivo, inovativno i cjelovito upravljanje turizmom.

Tablica 48. Pregled mjera, aktivnosti i ključnih projekata razvoja turizma 1

MJERA	AKTIVNOSTI	KLJUČNI PROJEKTI
MJERA 1. Jačanje institucionalnih i upravljačkih kapaciteta	1.1. Provedba organizacijske analize i redefiniranje uloga unutar sustava (Grad Varaždin – Turistička zajednica grada Varaždina – Javne ustanove).	Osnaživanje kapaciteta dionika u turizmu (edukacije, mentorstva, jačanje kompetencija Turističke zajednice grada Varaždina i Grada Varaždina)
	1.2. Izrada plana razvoja ljudskih resursa (kompetencijski okvir). 1.3. Provedba godišnjih edukacijskih programa (održivost, digitalni marketing, interpretacija baštine, upravljanje doživljajem). 1.4. Razvoj kompetencija za strateško upravljanje destinacijskim brendom.	Unapređenje održivosti grada Varaždina (uspostava indikatora, izvještavanje – zahtijeva dodatne kapacitete)

	1.5. Uvođenje internih procedura za planiranje temeljeno na podacima (data-driven management).	
MJERA 2. Sustavno upravljanje destinacijskim brendom	2.1. Izrada komunikacijske strategije destinacije. 2.2. Razvoj brand booka (vizualni identitet, ton komunikacije, narativ). 2.3. Definiranje ključnih poruka prema ciljanim tržištima. 2.4. Standardizacija vizualne komunikacije svih javnih turističkih subjekata. 2.5. Sustavna digitalna promocija (SEO, društvene mreže, storytelling). 2.6. Koordiniran nastup na međunarodnim sajmovima i B2B događanjima.	Brendiranje destinacije UNESCO – Grad glazbe (kao identitetski narativ brenda)
MJERA 3. Uspostava modela održivog upravljanja turizmom	3.1. Razvoj kriterija održivosti za gradske manifestacije (uključujući ozelenjavanje Špancirfesta i Adventa u Varaždinu). 3.2. Uvođenje sustava mjerenja emisija CO ₂ za ključne događaje. 3.3. Poticanje certificiranja poduzetnika prema relevantnim održivim standardima (EU Ecolabel, Green Key i dr.). 3.4. Provedba godišnjeg istraživanja zadovoljstva posjetitelja i stanovnika. 3.5. Izrada i javna objava Godišnjeg izvještaja o održivosti destinacije. 3.6. Uspostava destinacijskog sustava pokazatelja (ekonomski, društveni, okolišni)	Unapređenje održivosti grada Varaždina (kriteriji, ankete, CO ₂ , izvještaji) Unapređenje manifestacija od nacionalnog značaja (veže se uz Špancirfest/Advent – održivi standardi)
MJERA 4. Razvoj partnerstava i participativnog upravljanja	4.1. Formalizacija suradnje s Varaždinskom županijom i ključnim institucijama. 4.2. Uspostava Savjeta za turizam kao savjetodavnog tijela. 4.3. Razvoj zajedničkih projekata s akademskom zajednicom i poduzetničkim institucijama. 4.4. Organizacija godišnjih destinacijskih foruma i participativnih radionica. 4.5. Razvoj modela uključivanja građana u planiranje manifestacija i javnih prostora.	UNESCO – Grad glazbe (mreža partnera, međunarodna suradnja) Osnaživanje kapaciteta dionika u turizmu (partnerske radionice, mentorstva) Unapređenje održivosti grada Varaždina (Savjet za turizam, forumi, uključivanje građana)
MJERA 5. Digitalizacija i komercijalizacija turističke ponude	5.1. Razvoj interaktivne digitalne karte grada. 5.2. Uvođenje integrirane destinacijske kartice (Varaždinska kartica). 5.3. Izrada mobilne aplikacije Visit Varaždin s AI funkcionalnostima (personalizirane preporuke, chatbot vodič). 5.4. Uspostava centralne digitalne platforme za upravljanje događanjima. 5.5. Razvoj modela suradnje s incoming agencijama i DMC-ovima.	Komercijalizacija i digitalizacija turističke ponude (karta, aplikacija/AI, kalendar, incoming model, online prodaja) Varaždinska kuća (fizička "točka" i prodaja/booking/info u centru)

Razvojni cilj 2:

Obogatiti imidž i turističku ponudu grada kreativnosti, glazbe, kulturne baštine i ugodnog domaćeg ambijenta.

Tablica 49. Pregled mjera, aktivnosti i ključnih projekata razvoja turizma 2

MJERA	AKTIVNOSTI	KLJUČNI PROJEKTI
MJERA 6. Razvoj proizvoda temeljenih na identitetu Varaždina	6.1. Provedba stručnog istraživanja identitetske osnove grada (kulturna baština, glazbena tradicija, urbani karakter, gastronomija, percepcija stanovnika). 6.2. Razvoj linije autentičnih kulturnih proizvoda i suvenira (u suradnji s lokalnim dizajnerima i kreativnim sektorom). 6.3. Oblikovanje tematskih (glazbenih, kulturnih, gastronomskih) narativa 6.4. Razvoj koncepta „Varaždinski doručak uz glazbu i lokalnu gastronomiju“ kao interpretacijskog i doživljajnog proizvoda (vikend program, suradnja s ugostiteljima, glazbenicima i OPG-ovima). 6.5. Standardizacija oznake „Autentično varaždinsko“ za proizvode i doživljaje.	UNESCO – Grad glazbe (identitetska osnova, narativi, proizvodi, suveniri) Gastro HUB (pozicionirati kao platformu za “autentično varaždinsko”, lokalne proizvode i doručak-koncept) Varaždinska kuća (prezentacija identiteta i suvenirnica)
MJERA 7. Razvoj cjelogodišnjeg glazbenog programa	7.1. Uspostava kalendara s minimalno 150 dana glazbenih događanja godišnje (različiti formati – koncerti, komorni nastupi, jazz večeri, open stage). 7.2. Razvoj open-stage programa za mlade glazbenike i međunarodne goste. 7.3. Organizacija interaktivnih radionica i glazbenih susreta (edukativni i participativni karakter). 7.4. Korištenje parkova i javnih prostora (Stari grad, Kapucinski trg, parkovi, dvorišta palača) za manja, ambijentalna događanja. 7.5. Integracija glazbenog programa u postojeće manifestacije poput Špancirfesta i drugih gradskih festivala	UNESCO – Grad glazbe (150 dana glazbenih programa, gostovanja, open-stage) Kuća glazbe (kao buduće središte programa i identiteta)
MJERA 8. Unapređenje doživljaja i interpretacije destinacije	8.1. Razvoj samovodećih interpretacijskih tura (QR kodovi, audio vodiči, video sadržaji, AR elementi). 8.2. Razvoj tematskih ruta (barokna ruta, glazbena ruta, ruta varaždinske fine kuhinje).	Muzej na otvorenom (interpretacija povijesne jezgre kroz sadržaje) Varaždinska kuća (interpretacijski i prezentacijski centar, polazište tura)

	8.3. Turistifikacija Gradske tržnice Varaždin kroz: interpretacijske table gastro-evente „doručak s proizvođačima“ promociju lokalnih proizvoda 8.4. Edukacija ugostitelja i iznajmljivača o njegovanju „izvorne ugodnosti“ (servisna kultura, storytelling, prezentacija lokalnih proizvoda). 8.5. Razvoj standarda doživljajne kvalitete za ugostiteljski i smještajni sektor.	Komercijalizacija i digitalizacija turističke ponude (QR/audio/AR, samovodeće ture)
--	---	---

Razvojni cilj 3:

Unaprijediti turističku infrastrukturu i pristupačnost za kvalitetnije i ugodnije iskustvo posjetitelja.

Tablica 50. Pregled mjera, aktivnosti i ključnih projekata razvoja turizma 3

MJERA	AKTIVNOSTI	KLJUČNI PROJEKTI
MJERA 9. Sustavna analiza i planiranje turističke infrastrukture	9.1. Mapiranje postojeće javne i privatne turističke infrastrukture (kulturni objekti, smještaj, javni prostori, sportski sadržaji, interpretacijske točke). 9.2. Izrada GIS baze podataka turističke infrastrukture. 9.3. Identifikacija prioritetnih lokacija za razvoj novih turističkih sadržaja (brownfield i underused prostori). 9.4. Procjena nosivog kapaciteta ključnih lokacija i javnih prostora.	Osnovna komunalno-turistička infrastruktura (kao "paket" potreba koji proizlazi iz mapiranja) Sportsko-rekreacijski centar Aquacity / Kamp (u fazi planiranja i uključuju lokacijske/kapacitetske analize)
MJERA 10. Unapređenje pristupačnosti i funkcionalnosti destinacije	10.1. Ugradnja rampi, taktilnih oznaka i pristupačnih ulaza u javnim objektima i turističkim atrakcijama. 10.2. Prilagodba muzeja i kulturnih objekata osobama smanjene pokretljivosti (fizička i digitalna pristupačnost). 10.3. Uspostava sigurnih zona za parkiranje turističkih autobusa i organiziranih grupa. 10.4. Uređenje „točaka susreta“ (meeting points) u povijesnoj jezgri. 10.5. Razvoj integrirane digitalne informacijske platforme (info-točke, mobilna rješenja). 10.6. Edukacija pružatelja usluga o pristupačnosti i inkluzivnom turizmu.	Osnovna komunalno-turistička infrastruktura (javni WC; parking autobusa; meeting points; digitalno informiranje; rampe/taktilne oznake; pristupačni ulazi) Energetski učinkovit javni prijevoz / punionice / autobusni kolodvori (mobilnost i dostupnost)
MJERA 11. Realizacija strateških infrastrukturnih projekata	11.1. Implementacija projekta Kuća glazbe Varaždin kao središta identiteta „Grada glazbe“.	Kuća glazbe Varaždinska kuća

11.2. Razvoj projekta Varaždinska kuća kao interpretacijskog i doživljajnog centra.	Sinagoga
11.3. Revitalizacija Sinagoge Varaždin kroz kulturno-turističku funkciju.	Muzej na otvorenom
11.4. Razvoj koncepta Muzeja na otvorenom u povijesnoj jezgri.	Sportsko-rekreacijski centar Aquacity
11.5. Daljnji razvoj Aquacity Varaždin kao obiteljskog, rekreacijskog i sportskog središta s cjelogodišnjim sadržajem.	Kamp
11.6. Prenamjena objekta Mrtvačnice u interpretacijski centar (tematski i identitetski utemeljen koncept).	Mrtvačnica – interpretacijski centar
	Gradski bazeni – proširenje i obnova (infrastruktura s turističkim potencijalom)
	Razvoj outdoor aktivnosti na Dravi (turistička infrastruktura i sadržaji)

7. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

Plan upravljanja destinacijom mora sadržavati prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unapređenje destinacije u skladu s definiranim ciljevima, pokazateljima održivosti i razvojnim smjerom, za dionike u sustavu turizma i dionike u sustavu upravljanja turizmom. Smjernice trebaju prikazati zajednički koordinirani rad i aktivnosti svih uključenih dionika u razvoj turizma u smjeru održivosti.

Važno je napomenuti da je reforma turizma bazirana na Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine, Zakonu o turizmu te osiguravanju financijskih sredstava za realizaciju ciljeva. Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine određeno je da se razvoj turizma usmjeri prema cjelogodišnjem i održivom turizmu, za koji je neophodna zelena i digitalna tranzicija.

Ove smjernice definiraju ključne ciljeve i mjere koje će doprinijeti stvaranju prepoznatljive i atraktivne turističke destinacije, povećanju kvalitete turističke ponude te podizanju svijesti o važnosti turizma kao generatora gospodarskog rasta i društvenog razvoja. Kroz strateške preporuke, potiče se održivo upravljanje resursima, razvoj inovativnih turističkih proizvoda te jačanje suradnje između javnog i privatnog sektora.

Njihova implementacija omogućit će ravnomjerniji razvoj turizma u skladu s potrebama lokalnog stanovništva, očuvanjem okoliša te suvremenim trendovima u globalnom turističkom sektoru. Smjernice su stoga ključan alat za stvaranje otpornog, održivog i konkurentnog turističkog ekosustava u gradu Varaždinu.

7.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave

Jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave imaju ključnu ulogu u oblikovanju održivog turističkog okruženja kroz razvoj infrastrukture, zaštitu baštine i jačanje lokalne zajednice. Njihova uloga nije samo u financiranju i provođenju projekata, već i u stvaranju poticajnog okruženja za razvoj turizma kroz strateško planiranje, izradu regulativa i koordinaciju dionika.

U skladu s nacionalnim smjernicama i ciljevima Plana upravljanja destinacijom, preporuke za JLS usmjerene su na jačanje upravljačkih kapaciteta, uspostavu održivih modela upravljanja, razvoj javne infrastrukture te poticanje identitetskih i cjelogodišnjih sadržaja.

Grad Varaždin je nositelj mnogih operativnih mjera unutar Plana. Preporuke za lokalnu vlast obuhvaćaju sljedeće zadatke:

1. Jačanje upravljačkog okvira

Osigurati stabilan model destinacijskog upravljanja (DMO), jasno razgraničiti nadležnosti između Grada i Turističke zajednice te ojačati stručne kapacitete i međuresornu suradnju. U upravljanje je potrebno uključiti predstavnike privatnog i civilnog sektora kroz savjetodavna tijela.

2. Integracija održivosti

Ugraditi kriterije održivosti u lokalne odluke, osobito u organizaciju manifestacija i korištenje javnih prostora. Poticati poduzetnike na uvođenje certificiranih standarda održivosti te uspostaviti sustav praćenja pokazatelja održivosti na razini destinacije.

3. Infrastruktura i digitalizacija

Planirati i realizirati ulaganja u javnu turističku infrastrukturu (parkirališta, sanitarije, info-točke, pristupačnost), razviti GIS alat za prostorno planiranje te osigurati usklađenost svih većih projekata s prostorno-planskom dokumentacijom i klimatskim ciljevima. Paralelno poticati digitalnu transformaciju javnih i turističkih usluga.

4. Razvoj identiteta i cjelogodišnje ponude

Podržati revitalizaciju povijesnih objekata i razvoj kulturnih i glazbenih programa tijekom cijele godine, uz pojednostavljenje procedura za korištenje javnih prostora i poticanje kreativnih industrija.

Horizontalno, nužno je osigurati kontinuiranu koordinaciju između JLS i Turističke zajednice, planirati stabilna proračunska sredstva te aktivno pripremati projekte za nacionalne i EU fondove.

Provedbom navedenih smjernica turizam se razvija kao integrirani dio ukupnog lokalnog razvoja, utemeljen na održivosti, partnerstvu i odgovornom upravljanju prostorom.

7.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Varaždina

Turistička zajednica ima operativnu i razvojnu ulogu u provedbi Plana upravljanja destinacijom. Kao ključni koordinator destinacijskog menadžmenta, odgovorna je za povezivanje dionika, razvoj i promociju turističkih proizvoda te praćenje učinaka turističkog razvoja. Te njene aktivnosti trebaju biti usmjerene na stvaranje prepoznatljivog imidža destinacije i povezivanje svih turističkih aktera u zajedničku ponudu. Preporučuje se jačanje digitalne promocije i brendiranja destinacije, suradnja s lokalnim proizvođačima i organizacija manifestacija koje promoviraju autentične proizvode.

Turistička zajednica također treba preuzeti aktivniju ulogu u edukaciji lokalne zajednice o važnosti turizma i mogućnostima razvoja održivih oblika turizma. Sljedeći zadatak je poticanje sinergije među poduzetnicima, kulturnim institucijama i sportskim udrugama kako bi destinacija ponudila što kvalitetniji turistički proizvod.

U tom kontekstu preporučuju se sljedeće smjernice:

1. Jačanje destinacijskog menadžmenta

Aktivno koordinirati provedbu Plana, redovito izvještavati o napretku i inicirati suradnju između javnog, privatnog i civilnog sektora. Razvijati kompetencije zaposlenika kroz edukacije iz područja održivog turizma, digitalnog marketinga i upravljanja projektima.

2. Razvoj i upravljanje turističkim proizvodima

Sustavno razvijati identitetske proizvode destinacije (kultura, glazba, baština, eno-gastro, kreativne industrije) te poticati njihovu integraciju u cjelogodišnje programe. Povezivati manifestacije, atrakcije i lokalne proizvođače u tematske pakete i rute radi produljenja boravka i povećanja potrošnje.

3. Održivi turizam i kvaliteta

Promicati načela održivosti među pružateljima usluga kroz edukacije, smjernice i primjere dobre prakse. Poticati uvođenje certifikata kvalitete i održivosti te surađivati s JLS na implementaciji kriterija za „zelena” događanja.

4. Digitalna transformacija i promocija

Unaprijediti digitalnu prisutnost destinacije kroz suvremene online kanale, razvoj funkcionalne web platforme i analitiku podataka. Koristiti digitalne alate za upravljanje posjetiteljima, personaliziranu komunikaciju i promociju specifičnih proizvoda i iskustava.

5. Praćenje pokazatelja i tržišno usmjerenje

Redovito analizirati turistički promet, strukturu gostiju i zadovoljstvo posjetitelja te prilagođavati promotivne aktivnosti i razvoj proizvoda u skladu s tržišnim trendovima. Poseban naglasak staviti na ciljne segmente koji doprinose održivom i cjelogodišnjem turizmu.

Horizontalno, Turistička zajednica treba djelovati kao platforma suradnje i komunikacije – poticati partnerstva, osigurati transparentnost rada i aktivno sudjelovati u pripremi projekata za nacionalne i EU izvore financiranja.

7.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Uz lokalnu vlast i Turističku zajednicu grada Varaždina, održivi razvoj turizma ovisi o aktivnom sudjelovanju ostalih aktera – pružatelja usluga, poduzetnika, civilnog sektora, kulturnih ustanova i samih stanovnika. Uz aktivnu suradnju svih uključenih strana, destinacija može postići uravnotežen razvoj turizma koji pridonosi ekonomskom rastu, očuvanju prirodne i kulturne baštine te poboljšanju kvalitete života lokalnog stanovništva.

U tom kontekstu preporučuju se sljedeće smjernice:

1. Privatni sektor (smještaj, ugostiteljstvo, agencije, organizatori događanja)

Kontinuirano unaprjeđivati kvalitetu usluge i prilagođavati ponudu ciljnim tržišnim segmentima.

Uvoditi standarde održivosti (smanjenje otpada, energetska učinkovitost, lokalni dobavljači) te težiti certificiranju prema priznatim sustavima kvalitete.

Aktivno sudjelovati u zajedničkim promotivnim kampanjama i razvoju tematskih proizvoda destinacije.

Razvijati integrirane pakete usluga u suradnji s drugim dionicima radi produljenja boravka gostiju.

2. Kulturne i obrazovne institucije

Razvijati programe i interpretacijske sadržaje koji valoriziraju lokalnu baštinu i suvremenu kreativnu produkciju.

Suradnjom s Turističkom zajednicom i privatnim sektorom oblikovati edukativne i tematske programe za različite ciljne skupine.

Poticati uključivanje mladih u projekte povezane s turizmom, baštinom i kreativnim industrijama.

3. Organizacije civilnog društva i lokalne inicijative

Aktivno sudjelovati u savjetodavnim tijelima i javnim raspravama o razvoju turizma.

Predlagati i provoditi projekte koji doprinose očuvanju okoliša, kulturne baštine i društvene kohezije.

Promicati odgovorno ponašanje posjetitelja i lokalnog stanovništva.

4. Lokalni proizvođači i OPG-ovi

Povezivati svoje proizvode s turističkom ponudom kroz degustacije, radionice i tematske rute.

Naglašavati autentičnost, lokalno podrijetlo i održive proizvodne prakse.

Uključivati se u zajedničke marketinške aktivnosti i razvoj brenda destinacije.

5. Građani kao domaćini destinacije

Aktivno sudjelovati u kreiranju vizije i davanju prijedloga za unapređenje turističkog razvoja.

Razvijati kulturu gostoljubivosti i svijest o važnosti očuvanja prostora i baštine.

Prepoznavati turizam kao priliku za gospodarski i društveni razvoj, uz očuvanje kvalitete života.

Horizontalno, svi dionici trebaju graditi kulturu partnerstva, otvorene komunikacije i zajedničkog planiranja. Umrežavanje, razmjena znanja i sudjelovanje u zajedničkim projektima ključni su preduvjeti za stvaranje konkurentne i održive destinacije.

8. Popis projekata

Plan upravljanja destinacijom sadrži popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije, od kojih su neki ujedno i projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije. Popis obuhvaća i projekte koji su identificirani kao projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije, sukladno zakonskoj definiciji. Prema odredbama Zakona o turizmu (ZOT), popis svih projekata iz plana upravljanja destinacijom dostavlja se nadležnom tijelu državne uprave za turizam radi upisa u službeni bazu projekata.

Kako bi se osiguralo transparentno i učinkovito praćenje realizacije projekata, za svaki projekt navode se minimalno sljedeći podaci: Naziv projekta – puni naziv projekta. Kratki opis – kratak opis predmeta i svrhe projekta. Status značaja – naznaka radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije. Doprinos održivosti – način na koji projekt doprinosi ostvarivanju pokazatelja održivosti destinacije (a za projekte od posebnog značaja i doprinos ostvarenju relevantnog strateškog ili posebnog cilja). Nositelj provedbe i lokacija – podaci o nositelju provedbe projekta i lokaciji provedbe. Vremenski okvir – planirani rok početka i završetka provedbe projekta. Ključne točke/milestone – ključne etape ostvarenja projekta s planiranim rokovima. Procijenjena vrijednost i izvori – ukupna procijenjena vrijednost projekta te vlastito financiranje i/ili mogući izvori financiranja. Status dokumentacije – status izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije za projekt.

U nastavku su prikazane dvije skupine projekata: prvo projekti koji pridonose provedbi mjera za ostvarenje pokazatelja održivosti destinacije, a zatim projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije. Većina navedenih projekata trenutačno se nalazi u fazi projektne ideje ili ranog planiranja.

U tablicama projekata uvedena je oznaka prioriteta (I–III) radi jasnog utvrđivanja važnosti i redoslijeda provedbe projekata. Prioritet I odnosi se na projekte od najveće važnosti za razvoj destinacije, koji izravno doprinose ostvarenju strateških ciljeva Plana te ključnih pokazatelja održivosti, odnosno projekte s najvećim očekivanim razvojnim, ekonomskim i društvenim učinkom. Prioritet II obuhvaća projekte srednje važnosti koji doprinose provedbi mjera Plana i unapređenju održivosti i kvalitete turističke ponude, ali imaju manju hitnost provedbe, zahtijevaju složeniju pripremu ili se planiraju provoditi fazno. Prioritet III odnosi se na projekte dugoročnijeg karaktera ili manjeg intenziteta učinka, koji su korisni za destinaciju i usklađeni s ciljevima Plana, ali se planiraju nakon provedbe projekata višeg prioriteta ili po ispunjenju potrebnih preduvjeta, uključujući izradu dokumentacije, osiguranje financiranja i partnerskih kapaciteta.

8.1. Projekti koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti

Ovo poglavlje obuhvaća sve projekte koji provode mjere definirane razvojnim smjerom destinacije i izravno doprinose postizanju pokazatelja održivosti na razini destinacije. Takvi projekti usmjereni su na očuvanje prirodne i kulturne baštine, jačanje lokalnih kapaciteta, edukaciju i izgradnju održivog turističkog okruženja. Projekti opisani u nastavku jasno navode svoju svrhu i doprinos održivom razvoju destinacije te navode nositelje i rokove provedbe, čime se osigurava usklađenost lokalne i regionalne razine planiranja. Pojedini od ovih projekata mogu dobiti status “projekta od posebnog značaja” ako ispune dodatne kriterije propisane ZOT-om.

Ovi projekti razvijaju temelju infrastrukturu, educiraju dionike, digitaliziraju ponudu i jačaju destinacijski brend. Većina ih je još u fazi ideje ili koncepta, ali postavljaju smjernice za smanjenje sezonalnosti i veće uključivanje lokalne zajednice:

- Osnovna komunalno-turistička infrastruktura – izgradnja javnih sanitarija, uređenje sigurnih zona za autobusne dolaske, postavljanje “točaka susreta” s informacijama o pristupačnosti, pitkim fontanama i drop-off zonama te prilagodba javnih prostora rampama i taktilnim oznakama.
- UNESCO – Grad glazbe – razvoj kulturnih proizvoda i suvenira koji povezuju glazbu, gastronomiju i vizualne umjetnosti, organizacija glazbenih radionica i cjelogodišnjeg programa te koncept „Varaždinski doručak uz glazbu i lokalnu gastronomiju“. Projekt jača brend grada glazbe i otvara prilike lokalnom kreativnom i gastronomskom sektoru.
- Brendiranje destinacije – izrada komunikacijskog rješenja, brand booka i jasnog vizualnog identiteta uz promociju na društvenim mrežama i sajmovima.
- Osnajivanje kapaciteta dionika – edukacije poduzetnika, ugostitelja i organizatora manifestacija o održivom poslovanju, razvoju proizvoda, digitalnom marketingu i interpretaciji.
- Unapređenje održivosti grada Varaždina – uvođenje zelenih kriterija za manifestacije, potpora certificiranju poduzetnika, praćenje pokazatelja održivosti i izrada godišnjih izvješća. Projekt potiče participativno upravljanje i jačanje suradnje s akademskom zajednicom i lokalnim poduzetnicima.
- Unapređenje manifestacija od nacionalnog značaja
- Komercijalizacija i digitalizacija turističke ponude – izrada interaktivne mape i mobilne aplikacije Visit Varaždin, razvoj „Varaždinske kartice“, uspostava centralne platforme za objavu događanja i model suradnje s incoming agencijama.
- Gastro HUB
- Sportsko-rekreacijski centar Aquacity

Tablica 51. Pregled projekta: Osnovna komunalno-turistička infrastruktura

Naziv projekta	Osnovna komunalno-turistička infrastruktura
Kratki opis	PRENAMJENA CIKLOTURISTIČKE TOČKE U JAVNI WC Postojeća cikloturistička točka smještena na parkiralištu u Ulici Ratimira Hercega koristila se u ograničenom opsegu te nije u potpunosti zaživjela u skladu s prvotno planiranom

	namjenom. Donesena je odluka o prenamjeni objekta u javni sanitarni čvor (javni WC), koji će biti na raspolaganju građanima te brojnim turistima koji posjećuju obližnje groblje. JAVNI WC NA LOKACIJI KUKULJEVIĆEVA 3, VARAŽDIN Planira se preuređenje postojećeg poslovnog prostora u prizemlju zgrade mješovite namjene na adresi Ulica Ivana Kukuljevića Sakcinskog 3 u Varaždinu u javni sanitarni čvor (javni WC). Projekt uključuje uređenje sanitarija za muškarce i žene, WC-a prilagođenog osobama s invaliditetom, prostorije za prematanje novorođenčadi, ulaznog prostora te spremišta za osoblje. MODERNIZACIJA KOMUNALNOG LINIJSKOG PRIJEVOZA PUTNIKA U GRADU VARAŽDINU Cilj projekta je modernizacija, povećanje održivosti i dostupnosti komunalnog linijskog prijevoza putnika u gradu Varaždinu kroz uvođenje novih, ekološki prihvatljivih autobusa. Projektom se planira nabava 7 niskopodnih električnih autobusa i uvođenje 2 nove linije. ELEKTROMOBILNOST VARAŽDIN: IZGRADNJA PUNIONICA ZA ELEKTRIČNE AUTOBUSE Projektom je predviđena izgradnja postaja za punjenje na dvije lokacije s ukupno 8 mjesta za punjenje (Remiza na Belim Kipima i gradski kolodvor na Trgu kralja Petra Svačića). UREĐENJE AUTOBUSNIH STAJALIŠTA NA PODRUČJU GRADA VARAŽDINA Analiza i modernizacija postojećih autobusnih stajališta, prijedlog novih lokacija te definiranje prioriteta lokacija za modernizaciju i opremanje. Osiguravanje sigurnih i kontroliranih zona za parkiranje autobusa, postavljanje "točki susreta" s informacijama o gradu, digitalno informiranje posjetitelja o pristupačnosti, pristupačnost javnih prostora instalacijom rampi, klupa, taktilnih oznaka.
Doprinos održivosti	Poboljšanje pristupačnosti, smanjenje emisija CO ₂ , podizanje kvalitete boravka, inkluzivnost, uređenje i povećanje dostupnosti infrastrukture u skladu s potrebama građana i turista; racionalno korištenje postojećih objekata; povećanje pristupačnosti i kvalitete javnih usluga; smanjenje emisija štetnih plinova, povećanje energetske učinkovitosti i dostupnosti javnog prijevoza, poticanje održive mobilnosti.
Nositelj	Grad Varaždin; Čistoća d.o.o. (javni operater) – za projekte javnog prijevoza
Dionici	Turistička zajednica grada Varaždina, Parkovi d.o.o., Gradska tržnica d.o.o., Sveučilište Sjever, Ministarstvo unutarnjih poslova
Lokacija	Šire urbano područje, Ulica Ratimira Hercega, k.č.br. 17558/1 k.o. Varaždin; Ulica Ivana Kukuljevića Sakcinskog 3, Varaždin; Grad Varaždin
Vremenski horizont	2026. – 2028.
Ključne točke	• Prenamjena cikloturističke točke u javni WC • Prenamjena poslovnog prostora u javni WC – Kukuljevićeva 3 • Nabava 7 električnih niskopodnih autobusa • Uvođenje 2 nove linije javnog gradskog prijevoza • Izgradnja 8 mjesta za punjenje električnih autobusa • Uređenje i modernizacija autobusnih stajališta • Povećanje sigurnosti u prometu i pristupačnosti
Vrijednost	• Javni WC (R.Hercega): 229.165,00 EUR • Javni WC (Kukuljevićeva): nije poznata • Električni autobusi: 4.134.608,80 EUR • Punionice: 483.385,35 EUR • Autobusna stajališta: –
Okvirni izvori financiranja	Grad Varaždin; Mehanizam za oporavak i otpornost u okviru NPOO; proračun Grada Varaždina, EU fondovi, nacionalna sredstva (MUP)

Status	• Javni WC (R.Hercega): Izrađeni idejno rješenje i glavni projekt; građevinska dozvola pravomoćna 25. 3. 2025.; radovi u tijeku od listopada 2025. • Javni WC (Kukuljevićeva): Idejni projekt izrađen 2025.; ishođena lokacijska dozvola; u tijeku rješavanje imovinsko-pravnih odnosa. • Električni autobusi: izrađena studija izvodljivosti s CBA, sklopljen Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava. • Punionice: 2025. izrađena idejna rješenja i glavni projekti, sklopljen Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava. • Autobusna stajališta: u tijeku izrada Prometnog elaborata.
Prioritet	Visoki

Tablica 52. Pregled projekta: Razvoj outdoor aktivnosti na Dravi

Naziv projekta	Razvoj outdoor aktivnosti na Dravi
Kratki opis	Projekt uređenja kupališta Drava predviđa izradu detaljne projektne dokumentacije koja će omogućiti transformaciju postojećeg prostora u sigurni i ekološki prihvatljivi sustav bioloških bazena, u potpunom skladu s višestruko zaštićenom prirodom područja. Uz to planira se obnova i dogradnja restoranskog objekta te uređenje ograde i proširenje dječjeg igrališta kako bi kupalište postalo privlačno i sigurno za obitelji. Realizacija radova bit će provedena prema mogućnostima financiranja, a paralelno s tim projekt uključuje aktivnu promociju i potporu outdoor aktivnosti na Dravi s ciljem poticanja rekreacije, edukacije o prirodi i održivog korištenja riječnog okoliša.
Doprinos održivosti	Zaštita prirode i bioraznolikost, upravljanje vodom, energetska učinkovitost, upravljanje posjetiteljima i sigurnost, lokalni ekonomski učinak
Nositelj	JU "Gradski bazeni Varaždin"
Ostali dionici	Grad Varaždin, Turistička zajednica grada Varaždina
Lokacija provedbe	k.č. br. 11806 k.o. Varaždin
Vremenski horizont	2026. - 2030.
Ključne točke	- Projektiranje - Uređenje dječjeg igrališta
Vrijednost	6.000.000 EUR
Okvirni izvori financiranja	EU sredstva, vlastita sredstva i kredit
Status	U pripremi
Prioritet	Srednji

Tablica 53. Pregled projekta: UNESCO – Grad glazbe

Naziv projekta	UNESCO – Grad glazbe
Kratki opis	Strateško usmjerenje statusa UNESCO kreativnoga grada glazbe je promocija i razvoj turističkih proizvoda, jačanje kulturnoga i glazbenoga ekosustava, stvaranje cjelogodišnje ponude te međunarodno pozicioniranje Varaždina kao grada kreativnosti i glazbe. Upravljački i operativni okvir UNESCO statusa obuhvaća godišnje planiranje, koordinaciju partnera, praćenje pokazatelja, pripremu izvještajnih i projektnih podloga. U okviru ovog projekta predviđene su sljedeće aktivnosti: • Istraživanje: Suradnja sa stručnjacima i akademskom zajednicom na istraživanju povijesti glazbe u Varaždinu. • Interpretacijske rute: Razvoj tematskih ruta koje povezuju povijesne lokacije, važne osobe i suvremene glazbene točke putem interaktivnih karata i audio-vodiča. • Zvučne instalacije u javnom prostoru: Postavljanje suvremenih elemenata koji u svakodnevni život grada unose glazbu. • Inovativni suveniri UNESCO kreativnog grada glazbe: Razvoj linije proizvoda koji reflektiraju titulu grada glazbe. • Cjelogodišnji glazbeni program: Razvoj cjelogodišnjeg glazbenog programa s ciljem ravnomjernije raspodjele sadržaja tijekom godine; open-stage formati, ljetni koncerti u parkovima. • Međunarodna suradnja unutar UNESCO Mreže kreativnih gradova. • Interpretacija i razvoj integriranih kulturno-turističkih proizvoda: Varaždinski doručak uz glazbu i lokalnu gastronomiju; Slušam Varaždin – glazba kroz cijeli grad; Subotom u Varaždinu. • Glazbeni paviljon / Kreativni glazbeni centar.
Doprinos održivosti	Društvena kohezija, jačanje identiteta grada, kulturna valorizacija, jačanje lokalnog identiteta i ponosa zajednice, participacija i suradnja, ekonomska održivost i multiplikativni učinci na ugostiteljstvo, smještaj i kreativne industrije
Nositelj	Grad Varaždin, Turistička zajednica grada Varaždina
Ostali dionici	Glazbena škola Varaždin, Koncertni ured Varaždin, Turistička zajednica Varaždinske županije, Pučko otvoreno učilište Varaždin, ostali relevantni kulturni, obrazovni i turistički dionici
Lokacija provedbe	Područje grada Varaždina, nacionalno i međunarodno
Vremenski horizont	Kontinuirano
Ključne točke	• Jačanje nacionalne i međunarodne prepoznatljivosti Varaždina kao UNESCO kreativnog grada glazbe • Razvoj glazbene infrastrukture • Upravljački i operativni okvir UNESCO statusa • Interpretacijske rute i digitalni glazbeni vodič • Zvučne instalacije, suveniri i kulturno-turistički proizvodi • Cjelogodišnji glazbeni program (min. 150 dana godišnje) • Međunarodna suradnja i mobilnost unutar UNESCO Mreže kreativnih gradova
Vrijednost	25.500,00 EUR (za pojedine aktivnosti)
Okvirni izvori financiranja	Sredstva proračuna Grada Varaždina, proračunska sredstva partnera, potpore Ministarstva kulture i medija RH, potpore HTZ-a i Turističke zajednice Varaždinske županije, sredstva iz nacionalnih i europskih programa i fondova, sponzorstva, donacije i drugi dopušteni izvori

Status	U provedbi, godišnji operativni plan
Prioritet	Visoki

Tablica 54. Pregled projekta: Brendiranje destinacije

Naziv projekta	Brendiranje destinacije
Kratki opis	Projekt brendiranja destinacije Varaždin predstavlja stratešku inicijativu usmjerenu na razvoj i implementaciju integriranog identiteta destinacije, utemeljenog na njezinim ključnim komparativnim prednostima, kulturnoj baštini i suvremenim turističkim trendovima. Aktivnosti uključuju: - Izraditi komunikacijsko rješenje za brendiranje Varaždina, temeljeno na identitetu grada glazbe, bogatoj kulturnoj baštini i autentičnom ambijentu. - Uspostaviti sustav upravljanja brendom koji uključuje: razvoj komunikacijskih poruka, narativa i vizualnog identiteta, izradu komunikacijskog priručnika (brand book) s jasnim smjernicama za korištenje brenda. - Osigurati promociju na društvenim mrežama i međunarodnim sajmovima, uz dosljedno isticanje identiteta destinacije.
Doprinos održivosti	Projekt doprinosi održivom upravljanju destinacijom kroz valorizaciju i očuvanje kulturne i povijesne baštine kao temeljnih elemenata identiteta. Razvojem snažnog destinacijskog identiteta omogućuje se usmjeravanje turističkih tokova, smanjenje sezonalnosti te poticanje kvalitetnijeg i odgovornijeg turističkog razvoja.
Nositelj	Grad Varaždin, Turistička zajednica grada Varaždina
Ostali dionici	Vanjski suradnici
Lokacija provedbe	Varaždin
Vremenski horizont	2026. - 2028.
Ključne točke	- Razvoj narativa i brand booka - Izrada komunikacijskog priručnika - Promocija na društvenim mrežama i međunarodnim sajmovima - Edukacije o brendu za dionike
Vrijednost	60.000 EUR
Okvirni izvori financiranja	Vlastita sredstva, EU fondovi
Status	Trenutno ne postoji formalna dokumentacija; predstoji definiranje sadržaja i priprema.
Prioritet	Visoki

Tablica 55. Pregled projekta: Osnaživanje kapaciteta dionika u turizmu

Naziv projekta	Osnaživanje kapaciteta dionika u turizmu
Kratki opis	Projekt osnaživanja kapaciteta dionika u turizmu u gradu Varaždinu ima za cilj unaprijediti znanja, vještine i kompetencije ključnih sudionika turističkog sustava — poduzetnika, ugostitelja, organizatora manifestacija i ostalih pružatelja turističkih usluga. Ključne aktivnosti: • Edukacije za poduzetnike: održivo poslovanje i razvoj turističkih proizvoda temeljenih na lokalnom identitetu. • Edukacije o održivosti, primjeni digitalnih alata i razvoju proizvoda. • Edukacije za ugostitelje: unapređenje i promocija gastro baštine. • Edukacije za organizatore manifestacija: optimizacija logistike, upravljanje posjetiteljima te održivo planiranje i provedba događanja. • Kontinuirana edukacija lokalnih turističkih djelatnika, vodiča i organizatora događanja o održivosti, digitalnim alatima, interpretaciji i pričama vezanim uz destinacijski brend. • Osnaživanje kapaciteta Turističke zajednice za strateško upravljanje brendom.
Doprinos održivosti	Projekt izravno doprinosi održivom razvoju turizma kroz edukaciju dionika o odgovornom upravljanju resursima, očuvanju kulturne i prirodne baštine te primjeni ekološki prihvatljivih i društveno odgovornih praksi.
Nositelj	Grad Varaždin, Turistička zajednica grada Varaždina
Ostali dionici	Vanjski suradnici, nacionalni i međunarodni stručnjaci
Lokacija provedbe	Varaždin
Vremenski horizont	2026. - 2030.
Ključne točke	• Organizacija edukacija i radionica za poduzetnike, ugostitelje i organizatore manifestacija • Teme: održivi turizam, kvaliteta usluge, digitalni marketing, razvoj turističkih proizvoda • Uključivanje domaćih i međunarodnih stručnjaka • Razmjena primjera dobre prakse • Poticanje umrežavanja i suradnje među dionicima • Integracija principa održivosti u poslovanje dionika
Vrijednost	20.000,00 EUR
Okvirni izvori financiranja	Vlastita sredstva, HTZ, EU fondovi
Status	U pripremi
Prioritet	Srednji

Tablica 56. Pregled projekta: Unapređenje održivosti grada Varaždina

Naziv projekta	Unapređenje održivosti grada Varaždina
Kratki opis	Projekt obuhvaća sustavno unapređenje održivog upravljanja turizmom u Varaždinu kroz implementaciju kriterija održivosti u turističkim događanjima, posebno kroz

	ozelenjavanje manifestacija poput Špancirfesta i Adventa. Planira se poticanje certificiranja turističkih poduzetnika prema relevantnim održivim standardima, kontinuirano praćenje pokazatelja održivosti destinacije (uključujući emisije CO ₂ , utjecaj turizma i ponašanje posjetitelja) te provođenje redovitih anketa zadovoljstva posjetitelja. Projekt također uključuje izradu godišnjih izvještaja o održivosti destinacije, razvoj novih održivih turističkih projekata te jačanje suradnje između Grada Varaždina, Turističke zajednice, Varaždinske županije, akademske zajednice i lokalnih poduzetnika s ciljem jačanja identiteta i međunarodne vidljivosti destinacije.
Doprinos održivosti	Projekt osigurava sustavno upravljanje održivošću destinacije kroz praćenje okolišnih, društvenih i ekonomskih pokazatelja turizma. Doprinosi smanjenju negativnih utjecaja turizma na okoliš, jača transparentnost upravljanja destinacijom te potiče aktivno sudjelovanje lokalne zajednice i turističkih dionika u razvoju održivog turizma.
Nositelj	Grad Varaždin
Ostali dionici	Turistička zajednica grada Varaždina, Varaždinska županija, Turistička zajednica Varaždinske županije, akademska zajednica, Tehnološki park Varaždin, Centar kreativnih industrija, turistički poduzetnici i organizatori događanja
Lokacija provedbe	Grad Varaždin
Vremenski horizont	Kontinuirano (2026. – 2030.)
Ključne točke projekta	Uvođenje kriterija održivosti u manifestacije; ozelenjavanje velikih događanja; certificiranje turističkih subjekata; praćenje pokazatelja održivosti i emisija CO ₂ ; ankete zadovoljstva posjetitelja; izrada godišnjih izvještaja o održivosti; razvoj novih održivih turističkih projekata; jačanje suradnje s regionalnim i međunarodnim partnerima
Vrijednost	Procjenjuje se kroz godišnje programe i projekte
Okvirni izvori financiranja	Proračun Grada Varaždina, EU fondovi, nacionalni programi održivog turizma, partnerski projekti
Status	Planirana kontinuirana provedba u okviru upravljanja destinacijom
Prioritet	Visoki

Tablica 57. Pregled projekta: Komercijalizacija i digitalizacija turističke ponude

Naziv projekta	Komercijalizacija i digitalizacija turističke ponude
Kratki opis	Projekt je usmjeren na digitalizaciju i tržišnu integraciju turističke ponude Varaždina kroz razvoj digitalnih alata i komercijalnih turističkih proizvoda. Planira se izrada jedinstvene interaktivne karte grada s prikazom ključnih točaka interesa, gastronomske ponude, događanja i tematskih narativa. U suradnji s ugostiteljima i kulturnim institucijama razvila bi se Varaždinska kartica koja uključuje jednodnevne i dvodnevne turističke programe s vođenim turama, gastronomijom i glazbenim sadržajima. Projekt uključuje i razvoj mobilne aplikacije Visit Varaždin s mogućnostima kupnje turističkih paketa, ulaznica, kartice i lokalnih proizvoda, uz primjenu naprednih digitalnih funkcionalnosti. Predviđa se uspostava centralne platforme za prijavu i pregled događanja te razvoj modela suradnje s incoming agencijama radi kreiranja i prodaje integriranih turističkih paket-aranžmana.
Doprinos održivosti	Projekt doprinosi održivom upravljanju destinacijom kroz bolju integraciju turističke ponude, povećanje dostupnosti informacija i razvoj digitalnih alata za upravljanje posjetiteljima. Digitalizacija omogućuje učinkovitiju promociju lokalnih proizvoda i

	iskustava, potiče lokalno gospodarstvo te doprinosi ravnomjernijoj distribuciji posjetitelja kroz različite sadržaje i događanja tijekom cijele godine.
Nositelj provedbe	Turistička zajednica grada Varaždina
Partneri / dionici	Grad Varaždin, ugostitelji i turistički poduzetnici, kulturne ustanove, incoming turističke agencije, IT sektor i tehnološki partneri
Lokacija provedbe	Grad Varaždin
Vremenski horizont	2026. – 2030.
Ključne točke	Izrada interaktivne turističke karte grada; razvoj mobilne aplikacije Visit Varaždin; uspostava centralne platforme za događanja; razvoj Varaždinske kartice; razvoj i promocija turističkih paket-aranžmana
Procijenjena vrijednost	40.000, 00 EUR
Izvori financiranja	EU fondovi (digitalna tranzicija i turizam), proračun Grada Varaždina, proračun Turističke zajednice grada Varaždina, partnerski projekti
Status projekta	Konceptualna faza / planirani projekt u okviru digitalne transformacije turističke ponude
Prioritet	Srednji

Tablica 58. Pregled projekta: Gastro HUB

Naziv projekta	Gastro HUB
Kratki opis	Projekt obuhvaća uspostavu Gastro hub-a kao mjesta promocije lokalne gastronomije, edukacije i međunarodne suradnje u području kulinarstva i turizma. Gastro hub će djelovati kao multifunkcionalni prostor koji povezuje lokalne proizvođače, ugostitelje, obrazovne institucije i posjetitelje kroz organizaciju kulinarskih radionica, edukacijskih programa, degustacija i tematskih događanja. Poseban naglasak stavlja se na valorizaciju lokalnih namirnica, tradicijskih recepata i suvremenih gastronomskih pristupa. Gastro hub doprinosi pozicioniranju Varaždina kao destinacije autentične kontinentalne gastronomije, uz integraciju s kulturnim i turističkim sadržajima grada.
Doprinosi održivosti	Promocija lokalnih i sezonskih namirnica; poticanje kratkih lanaca opskrbe; očuvanje gastronomske baštine; edukacija o održivoj prehrani i smanjenju otpada hrane; smanjenje ekološkog otiska; jačanje društvene uključenosti; razvoj održivih turističkih proizvoda.
Nositelj	Grad Varaždin
Ostali dionici	Gradska tržnica Varaždin, lokalni OPG-ovi i proizvođači hrane i pića, ugostitelji i chefovi, obrazovne institucije (srednje škole, Sveučilište Sjever, FOI), Varaždinska županija i Turistička zajednica Varaždinske županije, međunarodni partneri, Turistička zajednica grada Varaždina
Lokacija provedbe	Grad Varaždin (centralna gradska lokacija ili revitalizirani prostor s javnom funkcijom)
Vremenski horizont	2027. - 2030.

Ključne točke	• Uspostava Gastro hub prostora (show kitchen, edukacijska kuhinja, degustacijski prostor) • Organizacija radionica kuhanja za građane i turiste • Edukacije za profesionalce u gastronomiji • Promocija lokalnih proizvoda i proizvođača • Organizacija tematskih gastro događanja i festivala • Međunarodna suradnja i razmjena • Razvoj turističkih gastro programa (doživljaji, ture, radionice) • Povezivanje s kulturnim i festivalskim programima grada
Vrijednost	300.000,00 EUR
Okvirni izvori financiranja	EU fondovi (ERDF, Interreg, Creative Europe, Erasmus+), Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo poljoprivrede, ITU mehanizam, proračun Grada Varaždina, javno-privatna partnerstva
Status	Projekt je u fazi razrade; potrebno je definirati lokaciju, operativni model i programske aktivnosti.
Prioritet	Srednji

Tablica 59. Pregled projekta: Unapređenje manifestacija od nacionalnog značaja

Naziv projekta	Unapređenje manifestacija od nacionalnog značaja
Kratki opis	Projekt unapređenja manifestacija od nacionalnog značaja usmjeren je na daljnji razvoj, podizanje kvalitete i međunarodne prepoznatljivosti ključnih događanja destinacije – Špancirfesta, Varaždinskih baroknih večeri i Adventa u Varaždinu – kao glavnih motiva dolaska posjetitelja u grad. Špancirfest i Advent u Varaždinu – Projekt obuhvaća kontinuirano unapređenje programskih sadržaja, produkcijskih standarda i cjelokupnog doživljaja posjetitelja, uz razvoj novih atrakcija, tematskih zona i inovativnih koncepata. Poseban naglasak stavlja se na integraciju kulturnih, umjetničkih, glazbenih i gastro sadržaja. Varaždinske barokne večeri – Projekt se fokusira na unapređenje dugogodišnje tradicije kroz modernizaciju programa, digitalnu promociju, povećanje kvalitete izvedbi i uključivanje održivih praksi u organizaciju manifestacije.
Doprinosi održivosti	Projekt doprinosi održivom razvoju turizma kroz unapređenje organizacije manifestacija u skladu s principima održivosti, uključujući racionalno upravljanje resursima, smanjenje negativnih utjecaja na okoliš te poticanje odgovornog ponašanja posjetitelja i organizatora.
Nositelj	Turistička zajednica grada Varaždina, Koncertni ured Varaždin
Ostali dionici	Grad Varaždin, Varaždinska županija, Turistička zajednica Varaždinske županije, vanjski suradnici, sponzori
Lokacija provedbe	Povijesna jezgra Varaždina – ulice, trgovi, dvorišta, sakralni objekti; Grad Varaždin i Varaždinska županija – HNK, crkve, muzeji, dvorci; susjedne županije (Međimurska, Koprivničko-križevačka, Krapinsko-zagorska)
Vremenski horizont	kontinuirano
Ključne točke	• Razvoj i unapređenje programskih koncepata Špancirfesta, Varaždinskih baroknih večeri i Adventa • Uvođenje novih atrakcija, tematskih zona i inovativnih sadržaja

	• Podizanje produkcijskih i tehničkih standarda manifestacija • Jačanje međunarodne promocije i vidljivosti • Razvoj suradnje s domaćim i stranim izvođačima i partnerima • Integracija kulturnih, umjetničkih, glazbenih i gastro sadržaja • Unapređenje upravljanja posjetiteljskim tokovima • Primjena održivih praksi u organizaciji događanja • Modernizacija i digitalizacija promocije manifestacija • Edukacija i uključivanje mladih glazbenika
Vrijednost	100.000,00 EUR
Okvirni izvori financiranja	Vlastita sredstva, EU fondovi, HTZ
Status	U pripremi
Prioritet	Srednji

Tablica 60. Pregled projekta: Sportsko-rekreacijski centar Aquacity

Naziv projekta	Sportsko-rekreacijski centar Aquacity
Kratki opis	Planira se izrada dokumentacije za cjelovito uređenje prostora, kojim će se sagledati optimalne mogućnosti njegova oblikovanja i funkcionalnog rasporeda. Dokumentacija će obuhvatiti analizu postojećeg stanja, identifikaciju potreba korisnika te sagledavanje prostornih i tehničkih uvjeta, kako bi se predložila učinkovita, održiva i estetski usklađena rješenja.
Doprinos održivosti	Plansko i odgovorno korištenje prostora, primjena energetski učinkovitih i okolišno prihvatljivih rješenja, očuvanje prirodnih resursa te poticanje zdravog načina života i rekreacije.
Nositelj provedbe	Grad Varaždin, Aquacity d.o.o.
Ostali dionici	Turistička zajednica grada Varaždina, Javna ustanova Gradski bazeni Varaždin, sportske udruge i klubovi, gospodarski subjekti u ugostiteljstvu, privatni investitori
Lokacija provedbe	Sportsko-rekreacijski centar Aquacity Varaždin, Trnovec Bartolovečki
Vremenski horizont	2026.–2028.
Ključne točke	• Izrada projektno-planske dokumentacije za cjelovito uređenje centra • Analiza postojećeg stanja i prostornih kapaciteta • Definiranje funkcionalnog rasporeda i zona korištenja • Prijedlog uređenja prostora s naglaskom na sportske, rekreacijske i prateće sadržaje • Primjena održivih, energetski učinkovitih i okolišno prihvatljivih rješenja
Ukupna procijenjena vrijednost	–
Okvirni izvori financiranja	Proračun Grada Varaždina, EU fondovi, Ministarstvo turizma i sporta, ostali javni i privatni izvori
Status dokumentacije	–

8.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije

Projekti od posebnog značaja jesu oni koje Plan upravljanja destinacijom označi kao strateški važnu investiciju i koji izravno pridonose provedbi plana i strateškim ciljevima održivog razvoja turizma. Takav projekt mora ispuniti nekoliko uvjeta: doprinositi strateškom i/ili posebnom cilju, osiguravati mjerljiv pozitivni financijski učinak na turizam i povezane sektore, započeti provedbu u razdoblju važenja plana, imati najmanje izrađenu studijsku/projektnu dokumentaciju te vrijediti najmanje 1.000.000 eura. Nositelj može biti Turistička zajednica, jedinica lokalne ili regionalne samouprave, javna ustanova ili trgovačko društvo u većinskom javnom vlasništvu. Projekti od posebnog značaja imaju prednost pri sufinanciranju iz Fonda za turizam i ostalih namjenskih izvora ako ispunjavaju uvjete javnog poziva.

Ovo su strateške investicije:

- Muzej na otvorenom – interaktivni prostor koji povezuje muzejske zbirke s otvorenim programima. Vrijednost se procjenjuje na 0,7–1,25 mil. €, a financiranje se planira kombinirati iz lokalnih proračuna, EU fondova te sponzorstava.
- Gradski bazeni – proširenje i obnova – modernizacija postojećeg kompleksa i dodavanje wellness sadržaja vrijedna oko 10 mil. €; financiranje kroz Urbani razvojni fond u suradnji s HBOR-om.
- Varaždinska kuća – turistički informativni centar – rekonstrukcija zaštićene zgrade u Gajevoj ulici u multimedijalni informativni i prezentacijski centar sa suvenirnicom. Vrijednost projekta je oko 2,26 mil. €, financirana iz ITU mehanizma i gradskog proračuna.
- Sinagoga – multifunkcionalni kulturni centar – obnova i prenamjena Sinagoge u koncertno-izložbeni prostor uz očuvanje povijesnih elemenata. Investicija od oko 3 mil. € financirat će se kroz EU fondove, ITU mehanizme i programe zaštite baštine.
- Centar kreativnih industrija – regionalna platforma koja uključuje prenamjenu brownfield lokacije u središtu Varaždina i mrežu razvojnih točaka u okolnim općinama. Projekt vrijednosti oko 5,57 mil. € pruža infrastrukturu i mentorsku podršku kreativnim poduzetnicima, potiče samozapošljavanje i razvoj novih turističkih proizvoda.
- Posjetiteljska infrastruktura na Gradskom groblju – procijenjena vrijednost projekta 1,1 mil. €

Tablica 61. Pregled projekta: Muzej na otvorenom

Naziv projekta	Muzej na otvorenom
Kratki opis	Projekt „Muzej na otvorenom Varaždin“ obuhvaća uspostavu osmišljene mreže javnih umjetničkih intervencija u prostoru grada, s naglaskom na velike zidne slike, manje likovne intervencije, interpretacijske točke i digitalno vođene umjetničke rute. Projekt je zamišljen kao spoj kulture, urbanog identiteta, turizma i održive regeneracije prostora, a provodio bi se fazno, kroz odabrane gradske zone s visokim vizualnim, društvenim i turističkim potencijalom. Cilj je aktivirati javni prostor, povećati atraktivnost grada za stanovnike i posjetitelje te stvoriti prepoznatljiv kulturno-turistički proizvod.
Doprinos održivosti	Projekt doprinosi održivosti kroz regeneraciju postojećih urbanih prostora bez nove gradnje, aktivaciju zapostavljenih fasada i prolaza, povećanje kvalitete javnog prostora te

	razvoj kulturnog turizma temeljenog na lokalnom identitetu. Potiče pješačenje i bicikliranje kroz umjetničke rute, jača društvenu uključenost kroz participaciju građana i lokalnih, nacionalnih i međunarodnih umjetnika.
Nositelj	Grad Varaždin
Ostali dionici	Ministarstvo kulture i medija RH, Turistička zajednica grada Varaždina, Lokalne kulturne institucije: Gradski muzej Varaždin, Hrvatsko narodno kazalište Varaždin, te druge kulturne organizacije bit će partneri u kreiranju i održavanju sadržaja. Umjetnici i kreativci; Obrazovne institucije
Lokacija provedbe	Grad Varaždin: kreativno-industrijska zona, prostori između centra i gradskih sadržaja, javni prolazi, dvorišta, odabrane lokacije uz pješačke i biciklističke pravce
Vremenski horizont	2026. – 2029.: 2026.: priprema modela upravljanja, katastar lokacija, projektna dokumentacija, pilot-poziv 2027.: provedba pilot-zone i digitalne rute 2028.–2029.: širenje na dodatne zone, međunarodna suradnja, turistička integracija
Ključne točke	• Izrada baze zidova i prostora pogodnih za umjetničke intervencije • Definiranje kriterija za odabir lokacija i umjetničkih radova • Uspostava modela (umjetnički odabir) • Pribavljanje suglasnosti vlasnika i nadležnih tijela • Raspisivanje javnog poziva za umjetnike • Izvedba pilot-kolekcije javnih umjetničkih radova • Izrada digitalne karte i interpretacijskog sustava s QR oznakama • Oblikovanje vođenih i samostalnih ruta • Promocija projekta kao kulturno-turističkog proizvoda
Vrijednost	~1 milijun EUR
Okvirni izvori financiranja	Proračun Grada Varaždina i Ministarstva kulture RH EU fondovi (Kreativna Europa, Europski fond za regionalni razvoj) Sponzorstva i donacije iz privatnog sektora Prilozi od posjetitelja kroz vođene ture i specijalne događaje
Status	U pripremi: koncept projekta i sadržaja, katastar potencijalnih lokacija, model upravljanja, kriteriji i pravilnik za provedbu, komunikacijski i interpretacijski plan, prijedlog financijskog modela.
Prioritet	Srednji

Tablica 62. Pregled projekta: Gradski bazeni Varaždin - proširenje i obnova

Naziv projekta	Gradski bazeni Varaždin - proširenje i obnova
Kratki opis	Projekt uključuje proširenje i obnovu postojeće zgrade. • Proširenje – Izgradnja nove zgrade Gradskih bazena Varaždin na neizgrađenoj čestici k.č. br. 3919/6 k.o. Varaždin, sjeverno od postojeće zgrade. Novi kompleks bazena osmišljen je kao rekreativno-zabavni centar s unutarnjim i vanjskim bazenima, dječjom splash zonom, toboganima i ugostiteljskim prostorom. • Obnova – Rekonstrukcija i energetska obnova postojeće zgrade Gradskih bazena Varaždin koja osim energetske obnove zgrade (fasada, stolarija, fotonaponska elektrana, toplinska pumpa i dr.) uključuje preuređenje postojećih sauni te uređenje dodatnih wellness sadržaja.
Doprinos održivosti	Energetska učinkovitost, smanjenje emisija CO ₂ , socijalna održivost, ekonomska održivost, održivo upravljanje vodama, produljenje turističke sezone

Nositelj	Javna ustanova Gradski bazeni Varaždin, Grad Varaždin
Ostali dionici	Grad Varaždin, sportske udruge
Lokacija provedbe	Proširenje – k.č. br. 3919/6 k.o. Varaždin Obnova – k.č. br. 3919/1 k.o. Varaždin
Vremenski horizont	Proširenje – odmah po odobrenju kredita od strane HBOR-a i poslovne banke Obnova – nakon odobrenja financiranja na temelju Poziva na dodjelu bespovratnih sredstava „Energetska obnova zgrada javnog sektora“
Ključne točke	• Proširenje • Obnova
Vrijednost	Proširenje – 15.866.160,35 EUR bez PDV-a Obnova – 11.474.069,21 EUR bez PDV-a
Okvirni izvori financiranja	Proširenje – Kreditno zaduženje kod HBOR-a (linija Urbani razvojni fond) u iznosu 10.000.000,00 EUR; kreditno zaduženje kod poslovne banke za preostali iznos od 5.866.160,35 EUR Obnova – Bespovratna sredstva Ministarstva prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine; preostala sredstva iz kredita poslovne banke
Status	Proširenje – Izrađen je Glavni projekt i ishođena je građevinska dozvola. Zahtjev za financiranje kredita u iznosu od 10.000.000,00 EUR predan je i u obradi je od strane HBOR-a. Obnova – Izrađen je Glavni projekt i ishođena je građevinska dozvola; u tijeku je priprema prijave na Poziv „Energetska obnova zgrada javnog sektora“.
Prioritet	Visoki

Tablica 63. Pregled projekta: Varaždinska kuća – interpretacijski i turistički prezentacijski centar

Naziv projekta	Varaždinska kuća – interpretacijski i turistički prezentacijski centar
Kratki opis	Projekt obuhvaća rekonstrukciju i opremanje Varaždinske kuće, zaštićenog kulturnog dobra u Gajevoj ulici, u suvremeni turistički informativni i interpretacijski centar. Centar će kroz multimedijalne sadržaje, interpretacijski postav i edukativne programe predstavljati glazbenu, kulturnu i turističku baštinu Varaždina. Planirano je uređenje prezentacijskih prostora, multimedijalne dvorane, prostora za manje koncerte i radionice te suvenirnice s proizvodima lokalnih proizvođača i jedinica lokalne samouprave Urbanog područja Varaždin. Centrom će upravljati Turistička zajednica grada Varaždina. Projekt se prijavljuje na financiranje kroz ITU mehanizam u okviru financijske perspektive 2021.–2027.
Doprinos održivosti	Projekt doprinosi očuvanju i valorizaciji kulturne baštine kroz revitalizaciju zaštićenog objekta te jača kulturni identitet grada. Razvija cjelogodišnju turističku ponudu, povećava dostupnost turističkih informacija i uključuje lokalne dionike i proizvođače kroz prezentaciju i prodaju lokalnih proizvoda. Time potiče održivi gospodarski razvoj, jača turističku ponudu povijesne jezgre i doprinosi društvenoj i kulturnoj održivosti destinacije.
Nositelj provedbe	Grad Varaždin
Partneri / dionici	Turistička zajednica grada Varaždina, Glazbena škola Varaždin, Koncertni ured Varaždin, jedinice lokalne samouprave Urbanog područja Varaždin, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova EU

Lokacija provedbe	Varaždinska kuća, Gajeva i Uska ulica, Varaždin
Vremenski horizont	2026. – 2028.
Ključne točke	Rekonstrukcija i obnova Varaždinske kuće; opremanje multimedijalnom i interpretacijskom opremom; uspostava turističkog informativnog centra; razvoj interpretacijskog postava; uređenje suvenirnice s lokalnim proizvodima; razvoj edukativnih i kulturnih programa
Procijenjena vrijednost	~2,26 mil. EUR
Izvori financiranja	ITU mehanizam – Europski fond za regionalni razvoj (EFRR), proračun Grada Varaždina, potencijalni doprinos partnera
Status projekta	Projekt je u završnoj fazi pripreme i prijave na javni poziv Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova EU. Građevinska dozvola je izdana te je projekt spreman za realizaciju nakon odobrenja financiranja.
Prioritet	Visoki

Tablica 64. Pregled projekta: Obnova i prenamjena Varaždinske sinagoge

Naziv projekta	Obnova i prenamjena Varaždinske sinagoge
Kratki opis	Projektom je planirana rekonstrukcija, dogradnja i prenamjena građevine bivše sinagoge, često zvane „Varaždinska sinagoga“, u multifunkcionalni objekt za potrebe kulturne i prezentacijske namjene. Riječ je o građevini koja je zaštićeno kulturno dobro smješteno u povijesnoj jezgri grada Varaždina, koja već duže vrijeme nije primjereno održavana. Projekt je planiran u dvije faze: I. faza obuhvaća rekonstrukciju objekta i stavljanje u funkciju, dok II. faza predviđa opremanje objekta.
Doprinos održivosti	Projekt doprinosi očuvanju i revitalizaciji kulturne baštine te jača kulturni identitet grada. Uspostavom multifunkcionalnog prostora potiče se razvoj kulturnog turizma i produženje turističke sezone kroz cjelogodišnje programe. Projekt također doprinosi društvenoj održivosti kroz dostupne kulturne sadržaje i uključivanje lokalne zajednice u kulturni život grada.
Nositelj provedbe	Grad Varaždin
Partneri / dionici	Ministarstvo kulture i medija RH, Turistička zajednica grada Varaždina, kulturne ustanove i udruge, stručni konzervatorski i arhitektonski timovi
Lokacija provedbe	Povijesna jezgra Varaždina – objekt Varaždinske sinagoge, Augusta Cesarca 16a
Vremenski horizont	2021. – 2027.
Ključne točke	Obnova i unutrašnja sanacija postojećeg objekta Dogradnja prema potrebama kulturne namjene Prenamjena u multifunkcionalni kulturni centar (koncertna i izložbena dvorana) Očuvanje povijesnih arhitektonskih elemenata uz modernu prilagodbu Uključivanje aktivnosti kulturnog turizma i lokalne kulturne scene
Procijenjena vrijednost	7.650.000,00 EUR
Izvori financiranja	EU fondovi i ITU mehanizam, proračun Grada Varaždina, nacionalni programi zaštite kulturne baštine, potencijalna sponzorstva i donacije

Status projekta	Izrađena projektna dokumentacija (glavni projekt, instalacije, arhitektura i konzervatorski zahvati). Projekt se provodi kroz faze obnove uz daljnju pripremu provedbenih i konzervatorskih akata.
Prioritet	Visoki

Tablica 65. Pregled projekta: Centar kreativnih industrija

Naziv projekta	Centar kreativnih industrija
Kratki opis	Centar kreativnih i kulturnih industrija UPVŽ uspostavlja se kao regionalna razvojna platforma za poticanje kreativnog poduzetništva i industrija temeljenih na znanju, inovacijama i umjetničkom stvaralaštvu. Projekt uključuje obnovu i prenamjenu brownfield lokacije u Varaždinu te uspostavu mreže lokalnih razvojnih točaka u Ludbregu, Varaždinskim Toplicama, Maruševcu, Trnovcu Bartolovečkom i Vinici. Cilj je razvijati inovativne poduzetničke ideje, primjenu pametnih tehnologija, digitalizaciju poslovanja te poticati cjeloživotno obrazovanje i osposobljavanje za poslove budućnosti. Centar će pružati infrastrukturnu i mentorsku podršku poduzetnicima, umjetnicima i kreativcima te poticati razvoj novih proizvoda i usluga.
Doprinos održivosti	• Povećava konkurentnost gospodarstva i neizravno podupire razvoj novih turističkih proizvoda kroz inovacije. • Povećanje konkurentnosti i inovativnosti regionalnog gospodarstva • Poticanje samozapošljavanja i poduzetništva u sektoru kreativnih i kulturnih industrija • Razvoj zelenog i društveno odgovornog poslovanja • Jačanje kompetencija za tržište rada budućnosti • Neizravna potpora razvoju novih turističkih proizvoda kroz inovacije, kulturne sadržaje i kreativne usluge
Nositelj	Pučko otvoreno učilište Varaždin Projektni partneri: Grad Varaždin, Grad Ludbreg, Grad Varaždinske Toplice, Općina Maruševac, Općina Trnovec Bartolovečki, Općina Vinica
Ostali dionici	Poduzetnici i obrtnici iz sektora kreativnih i kulturnih industrija, umjetničke organizacije i kreativni pojedinci, obrazovne institucije, razvojne agencije, udruge i civilni sektor
Lokacija provedbe	Grad Varaždin (središnjica) te Ludbreg, Varaždinske Toplice, Maruševac, Trnovec Bartolovečki i Vinica (lokalne podružnice).
Vremenski horizont	2020. - 2027.
Ključne točke	• Rekonstrukcija i prenamjena brownfield lokacije u Varaždinu • Opremanje centralnog Centra • Uspostava i opremanje 5 lokalnih podružnica • Razvoj modularnih programa za poduzetnike • Provedba programa cjeloživotnog obrazovanja • Mentoriranje i podrška startupovima • Poticanje umrežavanja i klasterizacije kreativnih industrija • Razvoj digitalnih i inovativnih rješenja
Vrijednost	5.570.398,19 €
Okvirni izvori financiranja	Europski fond za regionalni razvoj (EFRR) Drugi EU fondovi Nacionalni izvori sufinanciranja Proračuni jedinica lokalne samouprave
Status	Projekt neposredne realizacije. Izrađena dokumentacija: • Glavni projekt • Izvedbeni projekt s troškovnicima

	• Pravomoćna građevinska dozvola
Prioritet	Visoki

Tablica 66. Pregled projekta: Posjetiteljska infrastruktura na Gradskom groblju u Varaždinu

Naziv projekta	Posjetiteljska infrastruktura na Gradskom groblju u Varaždinu
Kratki opis	Projekt obuhvaća prenamjenu postojeće stare mrtvačnice u suvremeni interpretacijsko-posjetiteljski centar te razvoj integrirane posjetiteljske infrastrukture na Gradskom groblju u Varaždinu. Središnja ideja projekta temelji se na interpretaciji povijesti Varaždina kroz osobne priče i biografije ljudi pokopanih na groblju, koristeći suvremene muzeološke metode – digitalne i multimedijalne sadržaje te interaktivne i doživljajne sadržaje. Projekt uključuje razvoj: – interpretacijskog centra (multimedija, izložbe, storytelling) – digitalnih rješenja (AR/VR, mobilne aplikacije, pametna signalizacija) – edukativnih i tematskih programa – održivih infrastrukturnih rješenja – novih turističkih proizvoda i prihoda (vođene ture, suveniri, događanja).
Doprinos održivosti	Energetski učinkovita obnova zaštićenog objekta, pametno upravljanje posjetiteljskim tokovima, edukacija posjetitelja, aktivno sudjelovanje lokalne zajednice i škola, razvoj novih izvora prihoda (ulaznice, vođene ture, suvenirnica), produženje boravka turista.
Nositelj provedbe	Grad Varaždin, Parkovi d.o.o.
Partneri / dionici	Turistička zajednica grada Varaždina, Gradski muzej Varaždin, kulturne institucije i povjesničari, lokalni vodiči, Ministarstvo kulture i medija – konzervatori u Varaždinu, Javna ustanova Priroda Varaždinske županije, FOI
Lokacija provedbe	Varaždinsko groblje
Vremenski horizont	2026. – 2030.
Ključne točke	- Interpretacijski centar i komercijalni sadržaji: – multimedijalni postav, „immersive room“ (svjetlo, zvuk, narativ) – suvenirnica, mali „concept store“ – prostor za radionice, predavanja i edukaciju - Digitalna transformacija: – mobilna aplikacija s interaktivnom kartom i samostalnim turama – audio vodiči na više jezika, AI vodič / chatbot, AR sadržaj – GPS navigacija, QR kodovi, 360° pregled, personalizirane rute - Održiva mobilnost i infrastruktura: – električna vozila za prijevoz turista – biciklistička povezanost s gradom – uređenje parkirališta za autobuse s „green design“ pristupom

4. Pametno upravljanje posjetiteljima	
Procijenjena vrijednost	1.100.000 Eur
Izvori financiranja	EU fondovi (kulturna baština i turizam), proračun Grada Varaždina, nacionalni programi zaštite baštine
Status projekta	Idejna faza
Prioritet	Visoki

9. Mjerenje napretka i izvješće o provedbi

9.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom Varaždin izrađen je u suradnji s ključnim dionicima lokalnog turističkog sustava – predstavnicima javnog sektora, kulturnih i obrazovnih institucija, poduzetnika, organizatora manifestacija, udruga i građana. Takav participativni pristup osigurava da Plan odražava specifičnosti Varaždina kao grada kulturne baštine, glazbe, manifestacija i urbane kvalitete života, te da razvoj turizma bude usklađen s interesima lokalne zajednice.

Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23) i pripadajućem pravilniku, Plan upravljanja destinacijom donosi predstavničko tijelo Grada Varaždina, čime on stječe formalno-pravno uporište i obvezujući karakter. Njegovo usvajanje omogućuje sustavnu provedbu definiranih ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti kroz djelovanje Turističke zajednice grada Varaždina, gradskih upravnih odjela i ostalih dionika.

Implementacija Plana temelji se na:

- jasnoj podjeli odgovornosti između Grada Varaždina i Turističke zajednice grada Varaždina,
- uključivanju Savjeta za turizam i drugih savjetodavnih tijela u praćenje provedbe,
- osiguravanju proračunskih i projektnih izvora financiranja,
- integraciji mjera Plana u druge strateške i operativne dokumente Grada (prostorni planovi, programi javnih potreba, razvojni projekti).

Time se osigurava da Plan ne ostane deklarativni dokument, već operativni alat za usmjeravanje razvoja turizma u skladu s načelima održivosti i dugoročne konkurentnosti destinacije.

9.2. Izvješće o provedbi

Provedba Plana upravljanja destinacijom Varaždin podrazumijeva kontinuirano praćenje napretka, mjerenje ostvarenja pokazatelja i redovito izvještavanje. Sustav praćenja temelji se na unaprijed definiranim pokazateljima uspješnosti (kvantitativnim i kvalitativnim), uključujući podatke o turističkom prometu, zadovoljstvu posjetitelja i stanovnika, razini održivosti, realizaciji projekata i financijskoj provedbi mjera.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Varaždina dužno je do 31. ožujka tekuće godine dostaviti predstavničkom tijelu Grada Varaždina izvješće o provedbi Plana za prethodnu godinu. Izvješće treba sadržavati:

- pregled realiziranih mjera i aktivnosti,
- analizu ostvarenih pokazatelja,
- identifikaciju izazova i eventualnih odstupanja od planiranog,
- prijedlog korektivnih mjera ili izmjena Plana, ukoliko je to potrebno.

U slučaju uočavanja prepreka, neželjenih učinaka ili promjena u okruženju (tržišni trendovi, zakonske izmjene, klimatski rizici i sl.), o istome se pravodobno izvještava predstavničko tijelo Grada kako bi se, prema potrebi, pristupilo izmjenama i dopunama Plana.

Na taj način osigurava se transparentnost, odgovornost i prilagodljivost sustava upravljanja turizmom, čime se omogućuje kontinuirano unapređenje razvoja destinacije u skladu s vizijom održivog i cjelogodišnjeg turizma grada Varaždina.

U izradu Plana upravljanja destinacijom Turistička zajednica dužna je uključiti dionike u sustavu turizma i dionike u sustavu upravljanja turizmom koji su zainteresirani za razvoj turističke destinacije i/ili mogu utjecati na njen razvoj, radi prepoznavanja i koordinacije različitih funkcija s ciljem upravljanja razvojem destinacije u smjeru održivosti, a sve kako bi Plan upravljanja destinacijom obuhvatio interese i razvojni smjer koji je specifičan za svaku pojedinu destinaciju. Plan upravljanja koji se usvojio na predstavničkom tijelu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave ima zakonsko uporište te je obveza njegovog donošenja propisana prvenstveno ZOT-om i pripadajućem Pravilniku. Kad se donese odluka o usvajanju Plana upravljanja na predstavničkom tijelu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave ona ima obvezujući učinak, odnosno omogućena je primjena i implementacija odredbi Plana upravljanja u sam sustav.

Popis izvora

Zakon o turizmu, Narodne novine br. 156/2023.

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Narodne novine br. 52/2019, 42/2020.

Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine br. 130/2017.

Zakon o sustavu strateškog planiranja i upravljanja razvojem Republike Hrvatske, Narodne novine br. 123/2017, 151/2022.

Zakon o zaštiti prirode, Narodne novine br. 80/2013 (s izmjenama i dopunama).

Pravilnik o metodologiji izrade Plana upravljanja destinacijom, Narodne novine br. 112/2024.

Pravilnik o javnoj turističkoj infrastrukturi, Narodne novine br. 126/2021.

Pravilnik o osiguranju pristupačnosti građevina osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti, Narodne novine br. 78/2013.

Europska komisija, European Green Deal (COM(2019) 640 final), 2019.

Europska komisija, Transition Pathway for Tourism, 2022.

Europska komisija, European Agenda for Tourism 2030, 2022.

Vijeće Europske unije, Teritorijalna agenda EU 2030, 2020.

UNESCO, Rezervat biosfere Mura–Drava–Dunav – službena dokumentacija.

Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine, Narodne novine br. 13/2021.

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Narodne novine br. 2/2023.

Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj do 2040. godine s pogledom na 2070., Narodne novine br. 46/2020.

Plan razvoja Varaždinske županije za razdoblje 2021.–2027., Varaždinska županija, 2021.

Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015.–2025., Varaždinska županija.

Plan gospodarenja otpadom Varaždinske županije 2024.–2029., Varaždinska županija, 2023.

Strategija razvoja Grada Varaždina do 2020. godine, Grad Varaždin, 2016.

Strategija razvoja urbanog područja Varaždin 2021.–2027., Grad Varaždin, 2021.

Strategija razvoja kulture Grada Varaždina do 2030. godine, Grad Varaždin, 2023.

Strategija razvoja sporta Grada Varaždina 2020.–2028., Grad Varaždin.

Strategija upravljanja imovinom Grada Varaždina 2024.–2030., Grad Varaždin.

Provedbeni program Grada Varaždina 2021.–2025., Grad Varaždin.

Akcijski plan energetske učinkovitosti Grada Varaždina 2022.–2024.

Akcijski plan energetske učinkovitosti Grada Varaždina 2025.–2027.

Akcijski plan energetski i klimatski održivog razvitka (SECAP), Grad Varaždin.

Plan održive urbane mobilnosti (SUMP), Grad Varaždin.

Strategija zelene urbane obnove Grada Varaždina.

Strateški plan razvoja turizma Grada Varaždina do 2020. – Razvojni projekti, Turistička zajednica grada Varaždina, 2013.

Plan razvoja Grada Varaždina 2021.–2030., Grad Varaždin (u izradi).

Prostorni plan uređenja Grada Varaždina, Službeni vjesnik Grada Varaždina.

Generalni urbanistički plan Grada Varaždina (GUP), Službeni vjesnik Grada Varaždina.

Prostorni plan Varaždinske županije.

Kušen, E., Turizam i prostor – Klasifikacija turističkih atrakcija, Prostor, 9(1), 2001.

Žnidarić, J. i Čuka, A., Perception of Varaždin County as a Tourist Destination and its Potentials for Tourism Development, Podravina, 15(30), 2016.

Srpak, M., Zeman, S., Bojanić Morandini, M., “Holiday Homes with a Story” – A Good Driver of Tourism Development in the Varaždin County, 53rd International Scientific Conference on Economic and Social Development, 2020.

Institut za turizam, Indeks turističke razvijenosti za 2024. godinu, Zagreb, 2024.

Državni zavod za statistiku (DZS) – Popis stanovništva 2021.; turistički promet; demografski pokazatelji.

Sustav eVisitor – Turistička zajednica grada Varaždina.

Ministarstvo unutarnjih poslova – statistika prelazaka granica.

Financijska agencija (FINA) – financijski pokazatelji poslovanja.

Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ).

Hrvatska elektroprivreda (HEP).

Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM).

Hrvatske ceste d.o.o.

Evidencija lokacija odbačenog otpada (ELOO), Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja.

Geostat – GIS i kartografski prikazi.

Bike Routes Varaždinske županije. Dostupno na: <https://www.vzz.hr/hr/biciklisticke-rute/>

Državni zavod za statistiku (DZS) – Popis stanovništva 2021. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/>

Državni zavod za statistiku (DZS) – Turizam u 2023., Statistički izvještaji br. 1731. Zagreb: DZS. Dostupno na: https://podaci.dzs.hr/media/pt0dpwn5/si-1731_turizam-u-2023.pdf

Državni zavod za statistiku (DZS) – Smještajni kapaciteti, dolasci i noćenja turista (NUTS 2021, županije, gradovi i općine po mjesecima)

Institut za turizam (IZTZG) – Indeks turističke razvijenosti za 2024. godinu po JLS, Zagreb, 2024. Dostupno na: <https://www.itzzg.hr/hr/itr/>

Institut za turizam – Istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023., Konačni rezultati istraživanja, Zagreb, listopad 2023.

Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ) – Područni ured Varaždin, statistički podaci o nezaposlenosti. Dostupno na: <https://statistika.hzz.hr>

Turistička zajednica grada Varaždina (TZGV) – Izvješće o izvršenju programa rada TZGV za 2024. godinu. Dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/wp-content/uploads/2025/03/izvjesce-o-izvrsenju-programa-rada-tzgv-2024.pdf>

Turistička zajednica grada Varaždina – Statut TZGV (2020.). Dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/wp-content/uploads/2022/05/statut-tzgv-2020.pdf>

Sustav eVisitor – Informacijski sustav za prijavu i odjavu turista, Hrvatska turistička zajednica (HTZ). Interni podaci o dolascima i noćenjima, 2024.

Turistička zajednica grada Varaždina – Servisne informacije. Dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/servisne-informacije/>

Turistička zajednica grada Varaždina – Službena web stranica (destinacijska stranica za posjetitelje). Dostupno na: <https://visitvarazdin.hr>

Grad Varaždin – Razvoj Varaždina kroz povijest. Dostupno na: <https://varazdin.hr/povijest-gradski-grb/>

Grad Varaždin – Zemljopisni položaj Varaždina. Dostupno na: <https://varazdin.hr/zemljopisni-polozaj-varazdina/>

Grad Varaždin – Službene stranice za turizam i digitalne usluge. Dostupno na: <https://varazdin.hr/turizam/>

Grad Varaždin – Strateški dokumenti Grada Varaždina. Dostupno na: <https://varazdin.hr/strateski-dokumenti-grada-varazdina/>

Grad Varaždin – Projekt modernizacije javne rasvjete (rekonstrukcija LED sustava). Dostupno na: <https://varazdin.hr/novosti/grad-varazdin-imat-ce-najmoderniju-led-javnu-rasvjetu-krece-projekt-rekonstrukcije-11454/>

Grad Varaždin – Projekt InterACT Green (revitalizacija Dravske park-šume). Dostupno na: <https://www.varazdin.hr/interact-green/>

Grad Varaždin – Službeno glasilo Grada Varaždina, br. 623/2023. Dostupno na: https://glasila.hr/upload_data/site_files/svgv623.pdf

Grad Varaždin – Odlučivanje o parkiralištima: Best in Parking. Dostupno na: <https://www.bestinparking.com/hr/hr/garage/varazdin>

Grad Varaždin – WiFi4EU: U Varaždinu besplatni internet na javnim prostorima. Dostupno na: <https://varazdin.hr/novosti/u-varazdinu-besplatni-internet-na-javnim-prostorima-preko-inicijative-wifi4eu-8563/>

Grad Varaždin – Obrazovna struktura stanovništva. Dostupno na: <https://varazdin.hr/novosti/najnovija-obrazovna-struktura-varazdinki-i-varazdinaca-1317/>

Generalni urbanistički plan Grada Varaždina (GUP), Službeni vjesnik Grada Varaždina 9/22.

Varkom d.o.o. – Projekt „Sustav odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda aglomeracije Varaždin”. Dostupno na: <https://www.varkom.hr/stranica/sustav-odvodnje>

Varkom d.d. – Službeni upravitelj javne vodoopskrbe grada Varaždina. Dostupno na: <https://www.varkom.hr/>

HEP ODS – Desetogodišnji (2018.–2027.) plan razvoja distribucijske mreže HEP ODS-a. Hrvatska elektroprivreda.

Financijska agencija (FINA) – Financijski pokazatelji poslovanja. Dostupno na: <https://www.fina.hr/>

Ministarstvo unutarnjih poslova (MUP) – Statistika prelazaka granica.

Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM). Dostupno na: <https://www.hakom.hr/>

A1 Hrvatska – Karta pokrivenosti mobilnom mrežom. Dostupno na: <https://www.a1.hr/privatni/mobilne-usluge/pokrivenost>

Hrvatski Telekom – Press centar, objave za medije. Dostupno na: <https://www.hrvatskitelekom.hr/press-centar/objave-za-medije>

Opća bolnica Varaždin – Kontakti i kapaciteti. Dostupno na: <https://obv.hr/kontakti/>

Varaždinska biskupija – Povijest biskupije. Dostupno na: <https://www.biskupija-varazdinska.hr/biskupija/povijest-biskupije/16>

Prometni elaborat – Revizija Plana javnih parkirališta i garaža na kojima se obavlja naplata na području grada Varaždina.

Grad Varaždin i Infrastruktura d.o.o. – Smart City Varaždin (optička infrastruktura). Dostupno na: https://varazdin.hr/upload/2018/10/varazdinetz_letak_w_5bd8d9085c511.pdf

Špancirfest – Službena web stranica. Dostupno na: <https://www.spancirfest.com/>

Špancirfest – Green Streets of Europe. Dostupno na: <https://www.spancirfest.com/green-streets-of-europe-na-spancirfestu/>

Varaždinske barokne večeri – Službena web stranica. Dostupno na: <https://vbv.hr/>

UNESCO Creative Cities Network – Grad glazbe Varaždin. Dostupno na: <https://visitvarazdin.hr/>

UNESCO – Rezervat biosfere Mura–Drava–Dunav (Man and the Biosphere Programme). Dostupno na: <https://en.unesco.org/biosphere/eu-na/mura-drava-danube>

Varaždinsko groblje – JU Priroda Varaždinske županije. Dostupno na: <https://priroda-vz.hr/podrucja/varazdinsko-groblje/>

Javna ustanova Priroda Varaždinske županije – Zaštićena područja i prirodna baština. Dostupno na: <https://priroda-vz.hr/zasticena-podrucja/>

Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije – Upisnik zaštićenih područja Republike Hrvatske.

Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske. Dostupno na: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>

Turistička zajednica Varaždinske županije – Kulturna baština. Dostupno na: <https://www.turizam-vzz.hr/istrazite/kulturna-bastina>

Okusi varaždinskoga kraja – Gastro brend. Dostupno na: <https://www.okusi.hr/okusi-varazdinskog-kraja/partneri.html>

Grad Varaždin – Otvoreno novo Reciklažno dvorište 2 (Motičnjak), siječanj 2024. Dostupno na: <https://www.ekovjesnik.hr/clanak/6963/u-varazdinu-otvoreno-reciklazno-dvoriste-2>

Varaždinska županija – Županija u brojkama. Dostupno na: <https://www.varazdinska-zupanija.hr/o-nama/zupanija-u-brojkama.html>

Evidencija lokacija odbačenog otpada (ELOO), Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, prosinac 2023. Dostupno na: <https://eloo.haop.hr/public/>

Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2025. (NKD)

Geostat – GIS i kartografski prikazi. Dostupno na: <https://geostat.dzs.hr/>

Korištene kratice

DZS	Državni zavod za statistiku
EU	Europska unija
FINA	Financijska agencija
HEP	Hrvatska elektroprivreda
HZZ	Hrvatski zavod za zapošljavanje
JLS	Jedinica lokalne samouprave
UP	Urbano područje
NN	Narodne novine (službeni državni glasnik RH)
RH	Republika Hrvatska
DVD	Dobrovoljno vatrogasno društvo
REA	Regionalna energetska agencija Sjever
JU	Javna ustanova (npr. JU Priroda Varaždinske županije)
HGK	Hrvatska gospodarska komora
HAKOM	Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti
FOI	Fakultet organizacije i informatike (Sveučilište u Zagrebu)
UNESCO	Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu
EUSAIR	EU strategija za jadransko-jonsku regiju (EU Strategy for the Adriatic and Ionian Region)
SECAP	Akcijski plan održive energije i klimatskih promjena (Sustainable Energy and Climate Action Plan)
DMO	Destination Management Organization (organizacija za upravljanje destinacijom, npr. lokalna turistička zajednica)
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (strateški alat, analiza snage, slabosti, prilike, prijetnje)
TOWS	strateška matrica sučeljavanja elemenata SWOT analize (Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths)
WiFi4EU	inicijativa Europske komisije WiFi4EU (besplatan Wi-Fi na javnim prostorima)
TZGV	Turistička zajednica grada Varaždina
HTZ	Hrvatska turistička zajednica (nacionalna turistička organizacija)
ICCA	International Congress and Convention Association (Međunarodno udruženje kongresa i konvencija)

ECTN	European Cultural Tourism Network (Europska mreža kulturnog turizma)
UCCN	UNESCO Creative Cities Network (UNESCO-ova Mreža kreativnih gradova)
ITU	Integrirana teritorijalna ulaganja (ITU mehanizam za urbana područja)
eVisitor	centralni informacijski sustav za evidenciju turističkog prometa (HTZ)
TIC	Turistički informativni centar
OPG	Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo
MUP	Ministarstvo unutarnjih poslova

Legenda kodova obveznih pokazatelja održivosti

Radi lakšeg praćenja, u nastavku se donosi legenda kodova obveznih pokazatelja održivosti koji se koriste u naslovima tablica ovog poglavlja, zajedno s njihovim punim nazivom prema Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24):

Kod pokazatelja	Naziv pokazatelja (prema Pravilniku NN 112/24)	Tablica u Planu
ZL-1	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	Tablica 27
ZL-2	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	Tablica 28
ZT-1	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	Tablica 29
PD-1	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	Tablica 30
SD-1	Broj organiziranih turističkih ambulanti	Tablica 31
UVR-1	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije	Tablica 32
GO-1	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji	Tablica 33
BR-1	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije	Tablica 34
UEN-1	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije	Tablica 35
UPK-1	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	Tablica 36
TP-1	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	Tablica 37
TP-2	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	Tablica 38
PGS-1	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Tablica 39

PGS-2	Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Tablica 40
TI-1	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	Tablica 41
ODU-1	Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom	Tablica 42
OUP-1	Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS	Tablica 43

Izvor: Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24), Prilog III.

Popis tablica

Tablica 1. Ključni dionici i njihove uloge u upravljanju destinacijom Varaždin
 Tablica 2. Profil odredišta: Varaždin
 Tablica 3. Kretanje broja stanovnika po naseljima (2001.–2021.)
 Tablica 4. Prirodno kretanje u Varaždinu (2020.–2024.)
 Tablica 5. Primarna turistička infrastruktura
 Tablica 6. Sekundarna turistička infrastruktura
 Tablica 7. Mreža linija Gradskih busa u Varaždinu
 Tablica 8. Ključna energetska infrastruktura grada Varaždina
 Tablica 9. Tvrtke i subjekti koji prikupljaju i/ili obrađuju otpad na području grada Varaždina
 Tablica 10. Kretanja turista na području grada Varaždina od 2022. do 2025. godine
 Tablica 11. Motivi dolaska prema TOMAS istraživanju za Jadransku i Kontinentalnu Hrvatsku
 Tablica 12. Interesne skupine grada Varaždina
 Tablica 13. Usporedba broja ostvarenih dolazaka i noćenja turista s konkurentskim destinacijama (2023. do 2024.)
 Tablica 14. Usporedba Varaždina, Maribora i Graza
 Tablica 15. Osnovna pozicija i identitet destinacije
 Tablica 16. Turistička ponuda i niše
 Tablica 17. Digitalna strategija i komunikacijski alati
 Tablica 18. Turistička infrastruktura i kapaciteti
 Tablica 19. Upravljanje destinacijom i partnerstva
 Tablica 20. Sažetak realizacije ključnih ciljeva i pokazatelja
 Tablica 21. Ostvarenost ključnih projekata do 2025.
 Tablica 22. Pregled i vrednovanje prirodne baštine grada Varaždina
 Tablica 23. Pregled i vrednovanje antropogene (kulturne) baštine grada Varaždina
 Tablica 24. Pregled i vrednovanje manifestacija grada Varaždina
 Tablica 25. Sustav ključnih turističkih proizvoda grada Varaždina prema ulozi u destinacijskoj ponudi
 Tablica 26. Pregled trenutnog stanja i razvojnih mogućnosti turističke ponude i infrastrukture grada Varaždina
 Tablica 27. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone
 Tablica 28. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
 Tablica 29. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji
 Tablica 30. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom
 Tablica 31. Broj organiziranih turističkih ambulant
 Tablica 32. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije

Tablica 33. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji

Tablica 34. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije

Tablica 35. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Tablica 36. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Tablica 37. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem

Tablica 38. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Tablica 39. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Tablica 40. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Tablica 41. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Tablica 42. Status implementacije aktivnosti iz Plana upravljanja destinacijom (OUD-1)

Tablica 43. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS

Tablica 44. Ključni pokazatelji održivog razvoja turizma s projekcijama za razdoblje 2024. – 2030. godine

Tablica 45. SWOT matrica kroz prizmu razvoja turizma i marketinga na razini grada Varaždina

Tablica 46. Ključni izazovi za turistički razvoj Varaždina

Tablica 47. TOWS matrica

Tablica 48. Pregled mjera, aktivnosti i ključnih projekata razvoja turizma 1

Tablica 49. Pregled mjera, aktivnosti i ključnih projekata razvoja turizma 2

Tablica 50. Pregled mjera, aktivnosti i ključnih projekata razvoja turizma 3

Tablica 51. Pregled projekta: Osnovna komunalno-turistička infrastruktura

Tablica 52. Pregled projekta: Razvoj outdoor aktivnosti na Dravi

Tablica 53. Pregled projekta: UNESCO – Grad glazbe

Tablica 54. Pregled projekta: Brendiranje destinacije

Tablica 55. Pregled projekta: Osnaživanje kapaciteta dionika u turizmu

Tablica 56. Pregled projekta: Unapređenje održivosti grada Varaždina

Tablica 57. Pregled projekta: Komercijalizacija i digitalizacija turističke ponude

Tablica 58. Pregled projekta: Gastro HUB

Tablica 59. Pregled projekta: Unapređenje manifestacija od nacionalnog značaja

Tablica 60. Pregled projekta: Sportsko-rekreacijski centar Aquacity

Tablica 61. Pregled projekta: Muzej na otvorenom

Tablica 62. Pregled projekta: Gradski bazeni Varaždin – proširenje i obnova

Tablica 63. Pregled projekta: Varaždinska kuća – interpretacijski i turistički prezentacijski centar

Tablica 64. Pregled projekta: Obnova i prenamjena Varaždinske sinagoge

Tablica 65. Pregled projekta: Centar kreativnih industrija

Popis slika

Slika 1. Shematski prikaz postupka izrade i usvajanja Plana upravljanja destinacijom Varaždin 3

Slika 2. Shematski prikaz strukture dokumenta 6

Slika 3. Položaj grada Varaždina u Varaždinskoj županiji 10

Slika 4. Gustoća naseljenosti po jedinicama lokalne samouprave (2021.) 12

Slika 5. Stalni smještajni kapaciteti tijekom cijele godine (2025.) 31

Slika 6. Kategorija smještajnih objekata u gradu Varaždinu za 2024. godinu 32

Slika 7. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista, 2022.–2025. 35

Slika 8. Prosječno trajanje boravka svih gostiju 35

Slika 9. Usporedba dolazaka i noćenja turista iz vodećih emitivnih tržišta 36

Slika 10. Besplatne WiFi4EU pristupne točke postavljene su na frekventnim javnim lokacijama u Varaždinu 47

Slika 11. Trend prosječnog broja nezaposlenih osoba u Gradu Varaždinu (2013.–2024.) 54