



**IZVJEŠTAJ O RADU
TURISTIČKE ORGANIZACIJE GLAVNOG GRADA - PODGORICE
ZA 2019. GODINU**

*Podgorica
april, 2020. godine*

SADRŽAJ

I UVOD	3
II TURISTIČKI PROMET U 2019. GODINI	4
III FINANSIJSKI POKAZATELJI	5
IV SARADNJA	6
1. sa privredom i drugim institucijama	6
2. sa stranim organizacijama i asocijacijama	7
V EU PROJEKTI	7
VI MANIFESTACIJE	9
VIII PROMOTIVNE AKTIVNOSTI	11
1. Sajamski nastupi	11
2. Studijske posjete i promotivni izleti	11
3. Video i internet promocija	12
4. Društvene mreže	12
5. Promotivni materijal	13
6. Rad info punktova	13
7. PR i medijsko oglašavanje	13
IX NEDOSTACI I IZAZOVI	14

I Uvod

Aktivnosti Turističke organizacije Podgorice tokom 2019. godine bile su usmjerene na promociju i unapređenje ukupne turističke ponude, te pozicioniranje Glavnog grada kao turističke destinacije kroz manifestacione, projektne, propagandne, sajamske i druge aktivnosti.

Prema posljednjim podacima, u ukupnom broju turista Podgorice najveći broj dolazi iz zemalja Regiona, zatim Turske, Italije, Njemačke i drugih zemalja EU, dok se iz godine u godinu bilježi veliki rast broja turista iz Kine. Vodećih pet tržišta ostvaruje tek oko trećine ukupnog prometa, što govori da turizam Podgorice ne zavisi pretjerano od pojedinih tržišta, te da je i dalje pretežno MICE destinacija.

U protekloj godini oko 90% ukupnih noćenja realizovalo se u hotelskom smještaju, gdje su većinom gosti bili stranci (u ukupnoj strukturi noćenja 88% je inostranih i 12% domaćih noćenja). Hotelijerstvo Podgorice koncentrisano je u kategoriji 4* sa 62,4%, dok je u kategoriji 5* 16%. Ipak, najbrže rastuća kategorija je 3*, koja je od 2016. godina povećala udio sa 15,3% na 18,3% u ukupnim hotelskim kapacitetima Podgorice.

U hotelskoj ponudi grada nalazi se ukupno 45 objekata, sa 1.384 smještajne jedinice i 2.792 kreveta. Prosječan smještajni objekat u Podgorici je mali hotel, s oko 30 smještajnih jedinica, a tri hotela imaju više od 100 smještajnih jedinica.

U Podgorici se nalazi 60 kategorisanih restorana, od čega nešto manje od dvije trećine u kategorijama 3* i 4*, i pet tržnih centara.

Podgorica, kao glavni grad Crne Gore sa prirodnim i stvorenim resursima ima osnovu za disperziju razvoja raznovrsnih turističkih proizvoda i za kvalitetan dalji turistički razvoj, a sve buduće aktivnosti u tom cilju će se uglavnom oslanjati na smjernice iz Strategije razvoja turizma Glavnog grada – Podgorice do 2025. godine.

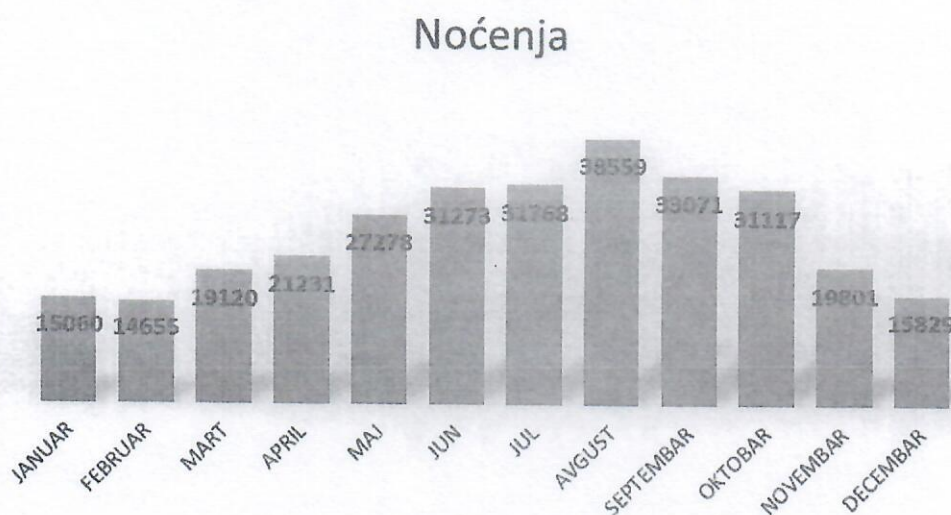
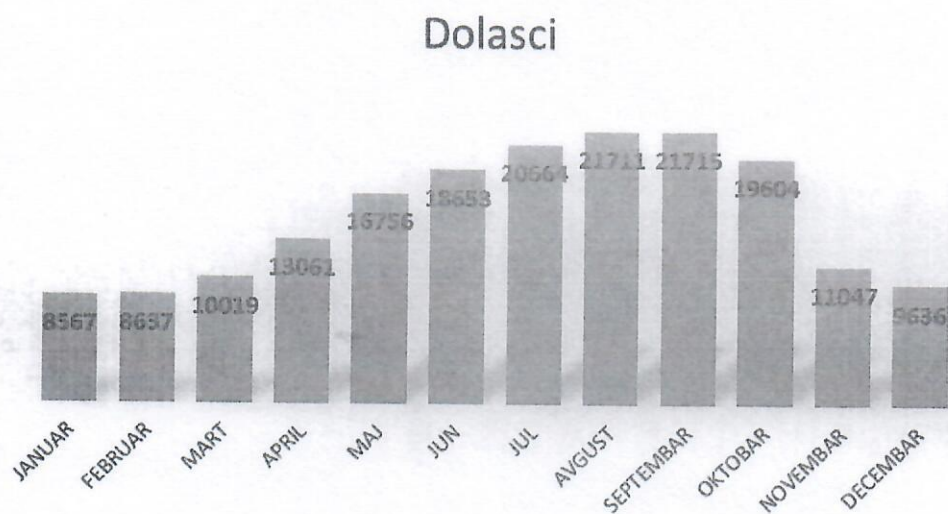
II Turistički promet u 2019. godini

Prema zvaničnim podacima MONSTAT-a, za 11 mjeseci 2019. godine, Glavni grad posjetilo je **170.434 turista**, što je za **9% više** u odnosu na isti period prošle godine, a ostvareno je **282.933 noćenja**, ili za **10% više** u odnosu na uporedni period 2018. godine.

Ukupan broj dolazaka turista i ostvarenih noćenja u Podgorici				
Period	Dolasci	Ostvarena noćenja	Indeks dolasci	Indeks noćenja
Januar	8.567	15.060	109	108
Februar	8.637	14.655	98	102
Mart	10.019	19.120	92	111
April	13.061	21.231	104	113
Maj	16.756	27.278	116	125
Jun	18.653	31.273	109	117
Jul	20.664	31.768	108	102
Avgust	21.711	38.559	113	106
Septembar	21.715	33.071	119	115
Oktobar	19.604	31.117	117	111
Novembar	11.047	19.801	108	105
Decembar	9.636	15.829	113	113
Ukupno	180.070	298.762	110	111

Podgorica u odnosu na druge gradove u Crnoj Gori ima u značajno manjoj mjeri izražen sezonalni karakter, a kao i ranijih godina, tako i u 2019. godini, najveći rast turističkog prometa zabilježen je u periodu od maja do oktobra, kada se realizovalo oko 60% ukupnih noćenja.

Broj dolazaka i noćenja u Podgorici, po mjesecima, prikazan je na sljedećim dijagramima:



III Finansijski pokazatelji

Planirani prihodi TO Podgorice zasnivaju se na prihodu po osnovu naplaćene boravišne takse, članskog doprinosa, sponzorstava, sredstava iz budžeta Glavnog grada, u skladu sa posebnim programima, i iz drugih izvora:

Od boravišne takse u 2019. godini prihodovano je **358.763,08 eura**, a po osnovu naplate članskog doprinosa **119.816,20 eura**.

IV Saradnja:

1. sa privredom i drugim institucijama

Pozitivni rezultati ostvareni u protekloj godini svakako su rezultat dobre uvezanosti i saradnje Turističke organizacije Podgorice sa gradskim službama, institucijama, podgoričkim hotelijerima, ugostiteljima, agencijama i drugim turističkim poslenicima.

- Intenzivna saradnja sa gradskim službama u cilju suzbijanja sive ekonomije (nelegalni izdavaoci privatnog smještaja), kao i sa Ministarstvom unutrašnjih poslova – odsjek za strance, u cilju razmjene neophodnih informacija prilikom prijave boravka turista;
- TOP je u saradnji s gradskim službama redizajnirala i postavila turističku signalizaciju na više prometnih-ključnih lokacija u gradu. Korišćeni su motivi iz Podgorice, tako da je signalizacija u glavnom gradu Crne Gore dobila na originalnosti i prepoznatljivosti;
- U 2019. godini TOP je podržala projekat TA „Marko Polo“ – „Book Your Tour“. Kreirana je web platforma i postavljeni su interaktivni paneli u gradskim hotelima, čime je otpočela promocija novog, inovativnog načina promovisanja destinacija;
- TOP je u saradnji sa hotelom „Hilton“, tokom 2019. godine, ugostila najuticajnije tur-operatore iz Turske i Rusije, s ciljem daljeg unapređenja „incoming programa“. Osmišljen je i organizovan vikend program u Podgorici, koji će u 2020. godini kao takav biti promovisan na ova dva ciljna tržišta;
- Kontinuirana saradnja Turističke organizacije Podgorice i Škole za srednje i više stručno obrazovanje „Sergije Stanić“. Učenici turističkog smjera obučavaju se na poslovima turističkog informatora s ciljem dobijanja praktičnih znanja o turističkoj ponudi Podgorice i pružanja informacija turistima o destinaciji. Takođe, zaposleni u TOP-u kontinuirano organizuju i gostujuća predavanja učenicima Škole, predstavljajući djelatnost i aktivnosti organizacije, kao i turističke potencijale Podgorice;
- Saradnja s institucijama kulture grada, u cilju usaglašenosti programa dešavanja i bolje promocije događaja, kao i saradnju s drugim lokalnim turističkim organizacijama, u cilju planiranja manifestacija u okviru zajedničkih lokaliteta (NP „Skadarsko jezero“, kanjon Cijevne i drugi);

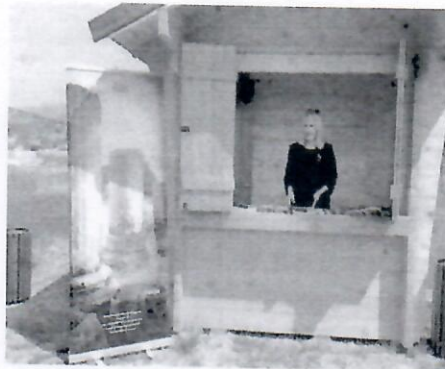
2. sa stranim organizacijama i asocijacijama

- TOP je članica asocijacije European Cities Marketing (ECM) - Evropsko udruženje turističkih gradova, od 2017. godine. Udruženje okuplja više od 100 članova turističkih, nacionalnih i marketinških organizacija iz evropskih gradova. Cilj je edukacija, podsticanje kompetentnosti i razmjena ideja (www.europeancitiesmarketing.com). Podgorica je član radne grupe „City marketing“.
- TOP je članica NECSTouR - Mreža evropskih turističkih regija u kojima se razvija održiv i konkuretna turizam (www.necstour.eu). TOP je članica radne grupe za ETIS, što podrazumijeva praćenje i kontinuirano izvještavanje o turističkim indikatorima.
- TOP ima kontinuiranu saradnju sa turističkim organizacijama u regionu kroz različite oblike saradnje (sajamski nastupi, manifestacioni događaji, konferencije za medije i dr.).

IV EU projekti

- TOP je u završnoj fazi realizacije **RiTOUR** projekta CRO - BIH – MNE, koji se finansirao iz IPA fondova EU i trajao je prethodne dvije godine. Tokom 2019. godine urađene su sljedeće aktivnosti:

Turistička valorizacija arheološkog nalazišta Duklja – kroz uređenje lokaliteta, postavljanje neophodnog mobilijara, te izrade i distribucije promotivnog materijala o arheološkom lokalitetu;



Regionalna kajak regata Podgorica 2019 – nabavka opreme za rekreativno kajakarenje za sugrađane i turiste, a u avgustu 2019. godine organizovana je Regionalna kajak regata „Podgorica 2019“ koja je okupila veliki broj takmičara iz Crne Gore i zemalja Regiona;



Izrada Strategije razvoja turizma Glavnog grada - Podgorice do 2025. godine – koja postavlja novi razvojni okvir kojim će se Podgorica u sljedećih 5-10 godina pozicionirati kao prepoznatljiva poslovna i odmorišna turistička destinacija, sa diferenciranim turističkim proizvodom u odnosu na druge regionalne glavne gradove;

Preostala je izrada publikacije i završnog izvještaja o aktivnostima u okviru projekta.

- TOP je krajem 2019. godine postala partner sa Turističkom zajednicom Hercegovačko-Neretvanskog kantona, na kulturnom projektu „**Valorizacija kulturnog nasljeđa turističkih destinacija Mostara i Podgorice**“, čiji je donator Regional Cooperation Council - RCC, Sarajevo, BiH. Vrijednost projekta je 59.173,06 eura (EU/RCC grant: 53.000,00 EUR), a traje 9 mjeseci. Sredstva su namijenjena za kreiranje novog itinerera kulturnog turizma koji povezuje Mostar i Podgoricu, u cilju diversifikacije turističke ponude i promocije ovih lokaliteta putem onlajn alata, promotivnih aktivnosti i organizacije događaja, kao i uspostavljanju saradnje između aktera iz dvije ekonomije – Bosne i Hercegovine i Crne Gore.

Cilj projekta je diversifikacija ponude kulturnog turizma u Mostaru i Podgorici, te kreiranje novog kulturnog itinerera u cilju produženja boravka posjetilaca u dvije destinacije, povećanje prihoda i motiva za ponovne posjete.

Projektne aktivnosti su: sprovođenje detaljne analize raspoloživih resursa (kulturnog nasljeđa, vinskih i gastro atrakcija u Podgorici i Mostaru) i procjena turističkih potencijala u tim gradovima, koja će služiti kao osnova za

uspostavljanje novog kulturnog itinerera u skladu sa definisanim potencijalima.

Novi itinerer će kombinovati atrakcije iz dva grada sa raspoloživim turističkim proizvodima i uslugama, te promovisati putem detaljnog marketing plana za korištenje potencijala. Zajednički promotivni događaji će dodatno mobilizovati aktere iz obje ekonomije, na kojem će se promovisati itinerer. Promocija itinerera će se vršiti i preko zajedničke brošure o kulturnoj i gastronomskoj ponudi, promotivnog videa, prezentacijom itinerera preko društvenih mreža, web sajtova oba partnera, kao i medijskom promocijom.

- TOP je aplicirala na INTERREG (ITA-BIH-AL-SRB-MNE) projektu prekogranične saradnje **Keep going** i prošla fazu administrativne provjere. Cilj projekta je podizanje nivoa kvaliteta turističkog proizvoda i video prezentacije koje će biti povezane kroz promotivne aktivnosti, organizovanje događaja, te obuku turističkih radnika. Očekuju se rezultati.

V Manifestacije

Tokom 2019. godine TOP je realizovala svih 11 planiranih manifestacija, u planiranom terminu („Dan raštana“, „Dan patišpanja“, „Podgorički prolječni pazar“, „Dan krapa“, „Joga u parku“, „Ajmo na Moraču“, „Regionalna kajak regata – Podgorica 2019“, „Podgorički praznični pazar“, „Biramo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu“, „Podgorička noć“, „Dječji novogodišnji koncert“).

Značajna novina u odnosu na ranije godine, a na oduševljenje kako sugrađana tako i turista, dvije najznačajnije, tradicionalne manifestacije TOP („Biramo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu“ i „Podgorička noć“), po prvi put ove godine su organizovne na otvorenom, na glavnom gradskom trgu u okviru Podgoričkog prazničnog pazara.



„Dan patišpanja“
11. maj



„Dan krapa“
02. jun



**„Regionalna kajak regata Podgorica 2019“
29. avgust**



**„Podgorički praznični Pazar“
06. decembar – 02. januar**



**„Podgorička noć“
13. decembar**



**„Dječji novogodišnji koncert“
29. decembar**

Cijeneći značaj Gimnazije „Slobodan Škerović“, kao jedan od simbola kulture i duhovnosti grada, te sve veće interesovanje turista za samu građevinu, TOP je inicirala da se ista uvrsti na turističku mapu i bude predstavljena kao dio turističke ponude Glavnog grada, a tim povodom organizovan je i prigodan kulturno-umjetnički program u dvorištu škole.



**Kulturno umjetnički program u dvorištu Gimnazije
14. oktobar**

Također, TOP je finansijski, logistički i organizaciono podržala i brojne druge manifestacije i događaje: „Praznik mimoze“ (februar), „Sajam viskija“ (februar), „Podgoričko kulturno ljeto“ (maj-septembar), „City Groove“ - muzički festival (jun), „Shopping day“ (jun), „Odakle zovem“ - festival kratke priče (jun), „Indijski festival hrane“ (jun), „VII Čiker MTB Maraton“ (jun), „Najljepša bašta Podgorice“ (jun-jul), „Boks meč na Trgu nezavisnosti“ (jun), „Dan sunca“ (septembar), „Dani Njemačke“ (septembar), „Dan otvorenih vrata“ (septembar), „Podgorički dani meda“ (septembar), „Diskonektuj se“ (septembar), „Dječja nedelja“ (oktobar), „GP Contour Fashion Connection“ (oktobar), „Rakija Fest“ (novembar).

VIII Promotivne aktivnosti

Djelatnost TO Podgorice je usmjerena ka pozicioniranju turističkog proizvoda Glavnog grada na domaćem i inostranim tržištima, te turističkoj valorizaciji prednosti podgoričkog regiona, kao što su geografski položaj, kulturni, prirodni i istorijski identitet.

1. Sajamski nastupi

TOP je tokom **2019. godine**, u saradnji sa NTOCG i lokalnim turističkim organizacijama, učestvovala na sajmovima značajnijih emitivnih tržišta, kao i u ROAD SHOW kampanji u Regionu.

2. Studijske posjete i promotivni izleti

TOP kontinuirano dostavlja promotivni materijal i organizuje izlete do svih atraktivnih turističkih lokaliteta za turističku privredu (hotelijere, agencije, vodiče), u cilju boljeg upoznavanja ponude, kako bi turistički poslenici mogli dodatno animirati svoje goste i na taj način uticati na produženje boravka turista u gradu.

Tokom **2019. godine** ugostili smo sljedeće studijske grupe:

- Studijska grupa novinara iz Poljske (maj);
- Studijska posjeta novinara iz Austrije (jun);
- Studijska posjeta novinara iz Njemačke (jun);
- Studijska posjeta turoperatora iz Rusije (jun);
- Studijska posjeta novinara iz Velike Britanije (jul);
- Studijska posjeta novinara iz Srbije (septembar);
- Studijska posjeta novinara iz Njemačke (septembar);
- Studijska posjeta turoperatora iz Turske (septembar);
- Studijska posjeta blogera iz Španije (novembar).

Takođe, u protekloj godini organizovali smo i sljedeće promotivne izlete:

- Šest promotivnih izleta do arheološkog lokaliteta Duklja (jun);
- Dvije pješačko-planinarske ture stazom Gorica-Malo brdo-Duklja (jun);
- Promotivni obilazak panoramske rute „Krug oko Korita“ za pedstavnike institucija, turističke privrede i medija (jul).

3. Video i internet promocija

- **Tokom 2019. godine** TOP je uradila promotivni spot i foto album, s fokusom na riječni potencijal grada i potencijal za razvoj vodenih sportova, u prvom redu kajakarenja. Zatim, urađen je „after movie“ spot i foto arhiva s „Podgoričkog prazničnog pazara“ u cilju promocije novog vida ponude za novogodišnje praznike u Podgorici.
- Kontinuirano ažuriranje sadržaja na zvaničnom sajtu TO Podgorice www.podgorica.travel, o manifestacijama, festivalima, izložbama, predstavama i drugim gradskim dešavanjima i aktuelnostima, ali i novim fotografijama. Takođe, na interaktivnim panelima ažuriraju se informacije o uslugama, turističkim atrakcijama, tematskim turama, itinererima, resursima, servisnim informacija i dr.

4. Društvene mreže

Sve veća popularnost društvenih medija rezultira time da gotovo svi društvene mreže koriste za prenošenje impresija drugim korisnicima. Povezanost tehnologije i putovanja jača je nego ikad jer korisnici upravo putem medija promovišu i destinaciju dijeljenjem slika, zapisa, pozitivnih i negativnih iskustava. Investiranje u oglašavanje uz pomoć novih medija i društvenih mreža postaje obavezna stavka u planiranju budžeta, jer je upravo komunikacija s mogućim klijentima izuzetno značajna. Uzimajući sve to u obzir, značajne aktivnosti TO Podgorice u narednoj godini biće usmjerene na investiranje u online komunikacije i oglašavanje putem društvenih mreža.

U protekloj godini TO Podgorice je na **Instagramu** objavila preko **500** novih fotografija, a bilježi i oko **1.000** novih pratilaca, što sa ukupno **7.263** pratilaca naloga podgorica.travel čini drugim najpraćenijim među nalozima lokalnih turističkih organizacija. Fotografije koje objavljujemo pregleda u prosjeku od **4.000-6.000** korisnika ove mreže.

Na **Facebooku**, imamo **4.189** pratilaca, a nalog se vodi više kao informativni servis o gradskim aktuelnostima i događanjima TO Podgorice.

Putem društvenih naloga TO Podgorice u prosjeku imamo desetak upita na mjesečnom nivou, uglavnom u vezi sa organizacijom događaja i manifestacija u gradu, servisnim informacijama, ali i preporukama gdje da se jede i šta da se obiđe.

5. Promotivni materijal

Uprkos sve većem uticaju društvenih mreža, snaga offline kanala i dalje je izuzetno značajna. Protekle godine kontinuirano se radila štampa i distribucija cjelokupnog promotivnog materijala (brošure, katalozi, turističke mape, flajeri...).

U 2019. godini urađen je dizajn nove turističke mape Podgorice, sa detaljnim ilustracijama i preporukama, koja je distribuirana putem city lightova na nekoliko lokacija u gradu.

Takođe, urađena je prva vodootporna mapa s ucrtane dvije staze za sportsko i rekreativno kajakarenje podgoričkim rijekama, u cilju dalje promocije ovog sporta.

6. Rad info punktova

Tokom cijele godine TOP ima organizovan rad na dva mjesta u centru grada, gdje se pored redovnih administrativnih poslova pružaju sve vrste turističkih, servisnih i drugih informacija posjetiocima. Pored navedenog, svakog radnog dana i subotom, radi se **prijava boravka turista**, po sistemu RB 90.

Tokom ljetnje turističke sezone otvaraju se dodatni info punktovi na autobuskoj-željezničkoj stanici i aerodromu „Podgorica“, što zahtijeva angažovanje sezonskih radnika, a uz rad postojeća dva info punkta u centru grada, turisti mogu na više lokacija dobiti sve neophodne turističke, servisne i druge informacije.

7. PR i medijsko oglašavanje

- Promocija potencijala Glavnog grada-Podgorice u inostranim onlajn i štampanim magazinima: Vodeći magazin za kongresne destinacije MTLG i ekspert za oblast MICE turizma, g-din Gorazd Čad, radio je u 2019. godini mjerenja i ocjene destinacijskog razvoja Podgorice, s konačnom ocjenom 3.62, što u pogledu razvijenosti kongresne destinacije Podgoricu svrstava u kategoriju M ili srednje razvijene destinacije, koja organizuju događaje kapaciteta do 1.200 učesnika.
- Kontinuiran rad na promociji svih aktivnosti u domaćim štampanim i elektronskim medijima kroz intervju, saopštenja, izjave i gostovanja (preko 150 tekstova je objavljeno u štampanim medijima i približno toliko je bilo izjava i gostovanja u elektronskim medijima).

- Tokom godine, u cilju što bolje promocije određenih događaja i manifestacija u organizaciji TO Podgorice, uz animiranje lokalnih medija, TOP je dodatno angažovao i privatnu TV agenciju.

IX Nedostaci i izazovi

Shodno konstantnom osluškivanju potreba i zahtjeva turista, evidentirani su sljedeći nedostaci:

- Autobuska linija na relaciji aerodrom „Podgorica“ – centar grada;
- Mjenjačnice na aerodromu „Podgorica“;
- Veliki broj nelegalnih izdavalaca privatnog smještaja;
- Loša naplata članskog doprinosa.

Broj: 164/1/20

**SKUPŠTINA TURISTIČKE ORGANIZACIJE
GLAVNOG GRADA PODGORICE**

