



**IZVJEŠTAJ O RADU
TURISTIČKE ORGANIZACIJE PODGORICE
ZA 2020. GODINU**

*Podgorica
decembar, 2020. godine*

SADRŽAJ

I UVOD	3
II TURISTIČKI PROMET U 2020. GODINI	3
III FINANSIJSKI POKAZATELJI U 2020. GODINI	5
IV SARADNJA	7
1. sa privredom i drugim institucijama	7
2. sa stranim organizacijama i asocijacijama	8
V EU PROJEKTI	8
VI MANIFESTACIJE U 2020. GODINI	9
VII PROMOTIVNE AKTIVNOSTI	10
1. Sajamski nastupi	10
2. Studijske posjete i promotivni izleti	10
3. Video i internet promocija	11
4. Društvene mreže	11
5. Promotivni materijal	12
6. Rad info punktova	12
7. PR i medijsko oglašavanje	12

I UVOD

Aktivnosti Turističke organizacije Podgorice (u daljem tekstu TOP) bile su znatno izmijenjene u 2020. godini usljed krize izazvane pandemijom virusa Covid-19. Turizam je jedna od najpogođenijih privrednih grana u svijetu, pa su posljedice evidentne kako u Crnoj Gori, tako i u Podgorici. Višemjesečno zatvaranje granica, nemogućnost, a zatim i strah od putovanja, doveli su do velikog pada turističkog prometa.

Marketing aktivnosti TOP u 2020. godini bile su prilagođene vanrednim okolnostima, gdje je akcenat stavljen na promociju putem onlajn kanala komunikacije, imajući u vidu činjenicu da su najznačajniji sajamski nastupi i tradicionalne manifestacije bili otkazani. Prateći temu godišnje kampanje NTOCG „U društvu prirode“ promovisali smo prirodne potencijale kojim Podgorica obiluje (rijeke, jezera, planinarske, pješačke, biciklističke staze...), forme aktivnog odmora, aktivnosti u prirodi i drugo.

Prikazivanjem prirodnog bogatstva i ljepota Podgorice, tokom godine pandemije, imalo je za cilj s jedne strane animirati domaće turiste i sugrađane na aktivnost u prirodi, u nekim nedovoljno istraženim i manje poznatim mjestima, te inspirirati potencijalne strane turiste za dolazak u Podgoricu kada se za to stvore uslovi.

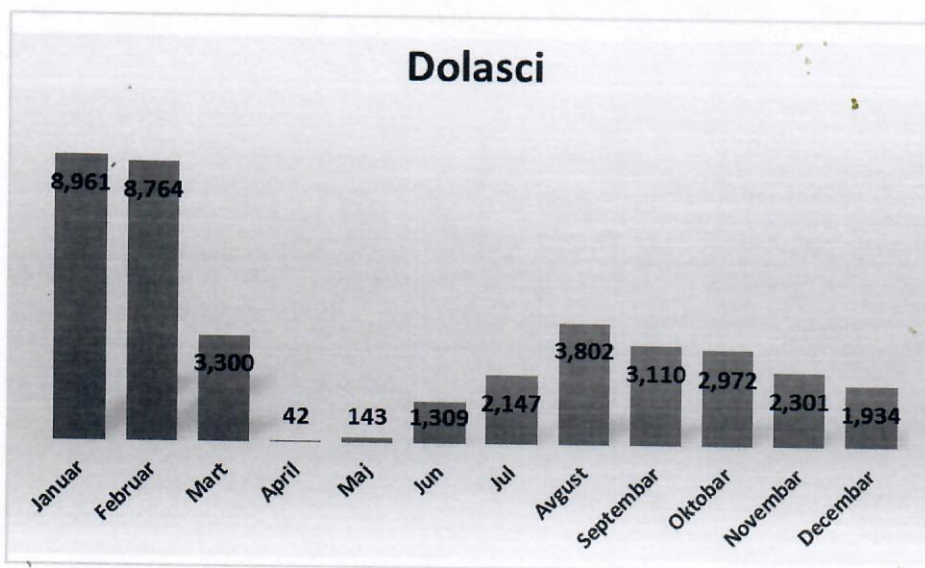
II TURISTIČKI PROMET U 2020. GODINI

Prema zvaničnim podacima MONSTAT-a, u 2020. godini, Glavni grad posjetilo je **37.785 turista**, što je za **79% manje** u odnosu na isti period prošle godine, a ostvareno je **79.541 noćenja**, ili za **73% manje** u odnosu na uporedni period 2019. godine.

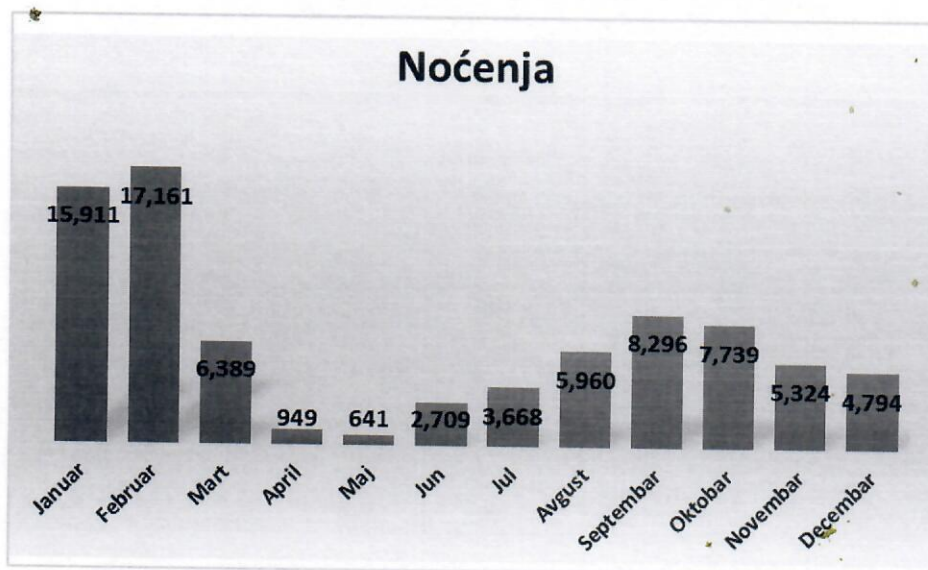
Dolasci turista i ostvarena noćenja u Podgorici za 2020. godinu				
Vrsta smještaja	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Index dolasci	Index ostvarena noćenja
KOLEKTIVNI SMJEŠTAJ (hoteli i slični smještajni kapaciteti)	37.785	79.541	21	27
PRIVATNI SMJEŠTAJ	967	3159	16	27
UKUPNO	38.752	87.700	21	28

*Zvanični podaci MONSTAT-a za privatni smještaj, kao i kumulativni podaci (kolektivni i individualni smještaj) očekuju se krajem februara t.g.

Ukupan broj dolazaka turista i ostvarenih noćenja u Podgorici po mjesecima				
Period	Dolasci turista	Ostvarena Noćenja	Index dolasci	Index noćenja
Januar	8.961	15.911	105	106
Februar	8.764	17.161	101	117
Mart	3.300	6.389	33	33
April	42	949	0	4
Maj	143	641	1	0
Jun	1.309	2.709	7	9
Jul	2.147	3.668	10	12
Avgust	3.802	5.960	18	15
Šeptembar	3.110	8.296	14	25
Oktobar	2.972	7.739	15	25
Novembar	2.301	5.324	21	27
Decembar	1.934	4.794	22	27
UKUPNO	37.785	79.541	21	27



Dijagram 1: Grafički prikaz dolazaka turista u 2020. godini po mjesecima, u Podgorici



Dijagram 2: Grafički prikaz ostvarenih noćenja turista u 2020. godini po mjesecima, u Podgorici

U ukupnom broju posjeta, u 2020. godini najviše turista bilo je iz zemalja Regiona (Srbije, BiH, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije), kao i iz Albanije, Francuske, Njemačke, Turske, te iz Ruske Federacije.

III FINANSIJSKI POKAZATELJI U 2020. GODINI

Evidentan pad broja posjeta i noćenja u 2020. godini, doveo je do izostanka prihoda, u jednom periodu, što je umnogome izmijenilo planove i predviđanja TOP, naročito imajući u vidu činjenicu da su prethodne četiri godine u Glavnom gradu bile rekordne po svim turističkim pokazateljima.

Planirani prihodi TOP zasnivaju se na prihodu po osnovu naplaćene boravišne takse, članskog doprinosa, sponzorstava, sredstava iz budžeta Glavnog grada, u skladu sa posebnim programima.

Od boravišne takse u 2020. godini prihodovano je **119.900,37 eura**, odnosno **66% manje** u odnosu na realizaciju u istom periodu 2019. godine (**358.763, 08 eura**).

Od članskog doprinosa u 2020. godini prihodovano je **120.065,34 eura**, odnosno **0,2% više** u odnosu na prihod ostvaren u posmatranom periodu 2019. godine (**119.816,20 eura**).

NAMJENSKI PRIHODI						
Period	Prihodi od boravišne takse	Index	Prihodi od članskog doprinosa	Index	Ukupni namjenski prihodi	Index
Januar	25.349,48	117	4.043,87	106	29.393,35	115
Februar	16.639,78	95	3.520,05	256	20.159,83	106
Mart	11.603,85	61	2.071,18	78	13.675,03	63
April	1.400,58	6	961,92	36	2.362,50	9
Maj	310,04	1	3.990,44	149	4.300,48	16
Jun	4.284,19	16	15.335,38	1585	19.619,57	71
Jul	5.648,84	20	33.121,98	77	38.770,82	54
Avgust	11.018,08	27	11.879,69	37	22.897,77	32
Septembar	14.994,20	20	9.551,75	101	24.545,95	29
Oktoibar	11.385,72	43	11.647,18	163	23.032,90	69
Novembar	10.015,13	38	13.594,11	244	23.609,24	73
Decembar	7.250,48	23	10.347,79	113	17.597,79	44
UKUPNO	119.900,37	34	120.065,34	100	239.965,71	50

Kompanije koje su platile najviše boravišne takse u 2020. godini, u Podgorici su:

- **DOO Hilton-Podgorica-Crna Gora** (hotel „Hilton“),
- **DOO Savana Continental Property Menagment & Lodging** (hotel „Ramada“),
- **DOO Čelebić city** (hotel „Voco“),
- **DOO Hemera** (hotel „Hemera“),
- **DOO HTP Aurel** (hotel „Aurel“),
- **DOO Bošković group** (hotel „Keto“),
- **DOO Sas company** (boutique hotel „Boscovich“),
- **DOO Šolcomp** (hotel „Union“),

- **DOO Šajo grupa** (hotel „Crnogorska kuća“),
- **DOO Nikić** (hotel M Nikić).

IV SARADNJA:

1. sa privredom i drugim institucijama

Turistička organizacija Podgorice ima kontinuiranu saradnju sa gradskim službama, institucijama, podgoričkim hotelijerima, ugostiteljima, agencijama i drugim turističkim poslenicima.

- TOP je u 2020. godini intenzivno saradivala sa nadležnim 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. U saradnji sa **Sekretarijatom za preduzetništvo**, dogovoreno je pokretanje marketing kampanje u cilju legalizacije privatnog smještaja i predstavljanja jednostavnih procedura u tom pravcu.
- TOP je imala kontinuiranu komunikaciju i saradnju sa **Upravom lokalnih javnih prihoda** u vezi s evidencijom obveznika plaćanja članskog doprinosa i efikasnije naplate jednog od najznačajnijih prihoda TOP.
- TOP je uzela učešće u značajnijim sajamskim nastupima, koji su organizovani do marta 2020. godine od strane **NTO Crne Gore (FERIEN MESSE** u Beču, **ROMA TRAVEL SHOW** u Rimu, **FR.E.E.** u Minhenu, **IFT** u Beogradu), u cilju predstavljanja turističke ponude i potencijala Glavnog grada.
- TOP je u 2020. godini pružila podršku **JU Muzeji i galerije Podgorice** za projekat „Put rimskih careva i dunavski put vina“, a tom prilikom su promovisani lokaliteti: Duklja, Gorica, Spomenik Partizanu borcu, zgrada Opštine i spomenik Marku Miljanovu, Bokeška i Njegoševa ulica, Stara Varoš i Sahat kula, Galerija Rista Stijovića, Sastavci, Kuslevova kuća, Karver, Centar savremene umjetnosti, vinogradi Plantaže, vinopodrum Šipčanik...
- Nakon otvaranja prve podgoričke suvenirnice u gradu, **Podgorica suvenir store**, u junu 2020. godine, saradnja sa istom uspostavljena je na način što je

njihova ponuda uvrštena u okviru propagandnog materijala TOP-a, a promocija se i dalje vrši putem društvenih mreža i veb sajta TO Podgorice.

- Imajući u vidu značaj podsticanja domaćeg turističkog prometa, i tokom 2020. godine saradivali smo s predstavnicima turističke privrede (ugostiteljima, hotelijerima, agencijama, trgovinama...), sa svima koji na posredan ili neposredan način kreiraju turističku ponudu grada, kroz besplatnu promociju sadržaja i ponude, u okviru dostupnih kanala komunikacije i promotivnog materijala TOP, a iniciramo saradnju i kroz brojne akcije, aktivnosti i manifestacije.

2. sa stranim organizacijama i asocijacijam

- TOP je članica asocijacije **European Cities Marketing** – ECM www.europeancitiesmarketing.com - Evropsko udruženje turističkih gradova, od 2017. godine. U pitanju je renomirana asocijacija kongresnih destinacija, koja broji ukupno 120 gradova, iz 39 zemalja Evrope. TOP je kao članica ECM u junu 2020. godine, usljed situacije s virušom Covid – 19, uzela učešće u godišnjoj onlajn konferenciji, gdje je prezentovana Podgorica kao kongresna destinacija sa svim svojim turističkim potencijalima. Slogan asocijacije “Meet, Share, Grow”, ukazuje na svrhu rada članova u međusobnoj razmjeni znanja i iskustva, koji mogu pomoći u upravljanju destinacijom i razvijanju novih proizvoda, koristeći iskustva drugih destinacija.
- TOP je članica **Network of European Regions for Sustainable and Competative Tourism** - NECSTouR (www.necstour.eu) - Mreža evropskih turističkih regija u kojima se razvija održiv i konkurentan turizam. Slijede se preporuke Evropske komisije kroz „Program za održivi i konkurentni evropski turizam”, sa ciljem razvijanja i jačanja okvira za koordinaciju regionalnih razvojnih programa i istraživanja posvećenih održivom i konkurentnom turizmu.
- U cilju oporavka turističkog prometa, TOP je sve svoje marketing aktivnosti tokom 2020. godine usmjerila na onlajn kanale komunikacije.

V EU PROJEKTI

U 2020, izuzetno izazovnoj poslovnoj godini, obezbijedili smo sredstva iz EU fondova. Naime, krajem oktobra finalizovan je projekat prekogranične saradnje s Turističkom

zajednicom Hercegovačko-Neretvanskog kantona, na kulturnom projektu „Valorizacija kulturnog nasljeđa turističkih destinacija Mostara i Podgorice“, s ciljem diversifikacije turističke ponude i promocije ovih lokaliteta putem onlajn alata.

Aktivnosti su sprovedene kroz bespovratna sredstva Projekta razvoja i promocije turizma Vijeća za regionalnu saradnju - Regional Cooperation Council – RCC, a koji je finansirala Evropska unija, u nastojanju da se doprinese rastu i konkurentnosti šest ekonomija zapadnog Balkana, podržavajući razvoj i promociju zajedničke regionalne ponude kulturnog i avanturističkog turizma.

Cilj projekta je diversifikacija ponude kulturnog turizma i kreiranje i valorizacija tri nove prekogranične kulturne rute: „Sunčana strana svjetskog nasljeđa – stari gradovi, rijeke i mostovi“, zatim „Spomenička regionalna ruta“ sa naglaskom na spomenike komunističkog perioda i „Religijska ruta“.

Što se Glavnog grada tiče, predstavljena je Duklja, Medun, mostovi na Morači, spomenici iz komunističkog perioda, religijski objekti svih konfesija, kao i prirodne vrijednosti rijeka Morače, Zete, Ribnice i Cijevne, te najveći vinogradski kompleks u jednoj cjelini u Evropi - Plantaže.

Ove tri turističke rute biće valorizovane primjenom namjenskog marketing plana koji je razvijen uz podršku turističkih aktera sa lokalnih nivoa.

Izrađena je serija fotografija svih spomenika uključenih u kulturnu rutu, te dva promotivna filma u trajanju od 30 sek i od 15 min. Fotografije i filmovi prezentovani su putem društvenih mreža i na veb stranici TOP.

Urađena je i promotivna brošura s akcentom na kulturnu baštinu i gastronomiju Mostara i Podgorice, te njihove sličnosti.

VI MANIFESTACIJE U 2020. GODINI

TOP u 2020. godini nije realizovala planirane manifestacije iz epidemioloških razloga, te zbog ograničenosti broja posjetilaca na otvorenom i u zatvorenim prostorima. Tako je još u martu, s proglašenjem epidemije u Crnoj Gori, otkazana manifestacija Dan raštana, zatim i ostale: Dan patišpanja, Dan krapa, Ajmo na Moraču...

Takođe, sve aktivnosti na pripremi programa za novogodišnje praznike u gradu su obustavljane, a poštujući sve zdravstvene preporuke i epidemiološke mjere. Samim tim otkazane su i tradicionalne manifestacije u decembru - Biramo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu i Podgoriča noć.

Manifestacija Najljepša bašta i balkon Podgorice, jedina je realizovana manifestacija u 2020. godini, šesta po redu, organizovana u saradnji sa portalom „Volim Podgoricu“. Od stane stručnog žirija odabrane su najljepše bašte i balkoni u Glavnom gradu. Cilj ove manifestacije je promocija očuvanja i zaštite životne sredine kroz afirmaciju baštovana, koji svojim primjerom pokazuju kako treba voditi računa o zelenilu.

VII 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.

S tim u vezi, a zbog specifičnih uslova uzrokovanih pandemijom, promotivne aktivnosti tokom 2020. godine bile su bazirane na stvaranju inspiracije i uvjerenja kod potencijalnih turista o aktivnostima u prirodi koje su dostupne, uključujući promociju aktivnih formi odmora (planinarske i biciklističke rute), kulturnih staza u ruralnim područjima, malih sela, zaseoka i avanturističkih aktivnosti na otvorenom.

1. Sajamski nastupi

Većina sajмова, od marta pa do kraja 2020. godine, je otkazano u cilju šprijječavanja širenja pandemije, kao i ROAD SHOW kampanja u Regionu. TOP je tokom 2020. godine, u saradnji sa NTOCG i lokalnim turističkim organizacijama, učestvovala na sajmovima emitivnih tržišta: Beč, Rim, Beograd i Minhen.

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.

Zbog pandemije virusa Covid-19, tokom 2020. godine otkazane su brojne studijske posjete novinara, blogera i turoperatora, te promotivni izleti za sugrađane, školsku populaciju, predstavnike institucija, turističke privrede, medija i brojne druge. U saradnji s NTOCG realizovana je studijska posjeta novinara časopisa „Raise Know how“ iz Njemačke, i tom prilikom su uz specijalizovanog vodiča obišli najznačajnije kulturne znamenitosti grada.

3. Video i internet promocija

Tokom 2020. godine TOP je uradila novu foto arhivu, s fokusom na nove sadržaje, spomenike, ponoramu grada, rekreativne sadržaje i drugo. Takođe, urađen je promotivni video spot u trajanju od 30 sekundi, kao i promotivni film u trajanju od 15 min. Video materijal i fotografije prezentovani su putem društvenih medija i na veb stranici turističke organizacije. U čast obilježavanja 19. decembra - Dana oslobođenja Podgorice urađen je i premijerno prikazan promotivni spot TOP, u trajanju od 3,30 minuta.

Kontinuirano ažuriramo sadržaje na zvaničnom sajtu TOP 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 informacijama i dr.

4. Društvene mreže

U Turističkoj organizaciji Podgorice period tokom 2020. godine koristili smo uglavnom za promociju destinacije putem onlajn kanala komunikacije, pa smo svakodnevnim objavama na Facebook i Instagram nalozima predstavljali sve atrakcije, lokalitete i aktuelnosti iz grada. Shodno aktuelnoj kampanji NTOCG „U društvu prirode“, akcenat je stavljen na prirodne atrakcije, kojim Podgorica obiluje (rijeke, jezera, panoramske, pješačke, biciklističke staze i drugo), a koje su atraktivne i dostupne domaćim gostima i sugrađanima.

U protekloj godini TO Podgorice je na **Instagramu** objavila preko **500** novih fotografija, a sa skoro sedam hiljada pratilaca nalog *podgorica.travel* čini trećim najpraćenijim među nalozima lokalnih turističkih organizacija.

Na Facebook-u, imamo preko četiri hiljade pratilaca, a u prosjeku objave pogleda između dvije i četiri hiljade istih, što je za mjesec dana oko 15 hiljada pregleda. Nalog se vodi više kao informativni servis o gradskim aktuelnostima i događajima u organizaciji TOP.

5. Promotivni materijal

Imajući u vidu da značaj prezentovanja turističke ponude putem brošura i kataloga ne gubi na značaju i pored sve većeg uticaja onlajn kanala komunikacije, tokom 2020. godine TOP je uradila redizajn kataloga na crnogorskom i engleskom jeziku - „Turističke ponude” i „Turističkog smještaja”, te „Turističku mapu” i „Info flajer”. Pored navedenog, urađena je nova foto arhiva, u cilju bolje promocije ljepota grada putem prezentacije fotografija, kao i novi promotivni spot u trajanju od oko tri minuta. Takođe, ispred aerodroma „Podgorica“ postavljen je bilbord s fotografijama najposjećenijih lokacija u gradu.

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.

Zbog zatvaranja granica i smanjenog turističkog prometa tokom ljetnje turističke sezone, TOP u 2020. godini nije otvarala dodatne info punktove na autobuskoj-željezničkoj stanici i aerodromu „Podgorica“.

7. PR i medijsko oglašavanje

Period tokom 2020. godine koristili smo za promociju kako putem onlajn kanala komunikacije, tako i putem regionalnih i inostranih magazina, te ovaj vid promocije smatramo izuzetno značajnim i ubuduće ćemo ga unapređivati.

U prilog tome govori i činjenica da kontinuirano organizujemo studijske posjete i osmišljavamo programe za brojne novinare, urednike, dopisnike i istraživače specijalizovanih magazina i televizijskih kuća.

Imamo kontinuiranu saradnju sa urednikom kongresnog magazina MTLG. Riječ je o specijalizovanom magazinu za promociju i praćenje kongresnih destinacija, koji je u 2020. godini rangiran na visoko četvrto mjesto, od ukupno 22 magazina koji se bave ovom tematikom. Podgorica je od strane Internacionalne Asocijacije za ocjenu kongresnih destinacija, na skali od 1 – 5 dobila ocjenu 3,60, što je svrstava u srednje razvijene kongresne destinacije – do 1.200 kongresa godišnje.

Podgorica je promovisana i u magazinu „Inflight Luxury“, koji je distribuiran u avionima Montenegro Airlines -a, kao i u brojnim domaćim i regionalnim časopisima.

Tokom 2020. godine TOP je pripremila Outlook travel vodič, u saradnji sa NTO Crne Gore i britanskim „Outlook travel Magazinom“. Priča o Podgorici je u fokusu ovog Magazina, uključujući predstavljanje turističkih potencijala i atraktivnih lokaliteta u gradu, a Magazin se distribuira širom svijeta.

Br: 191/21

