



**PROGRAM RADA  
TURISTIČKE ORGANIZACIJE PODGORICE  
ZA 2021. GODINU**

*Podgorica  
april, 2021. godine*

## SADRŽAJ

<b>I UVOD</b>	3
<b>II TURISTIČKI PROMET U 2020. GODINI</b>	4
<b>III FINANSIJSKI POKAZATELJI U 2020. GODINI</b>	7
<b>IV SARADNJA</b>	9
1. sa privredom i drugim institucijama	9
2. sa stranim organizacijama i asocijacijama	11
<b>V EU PROJEKTI</b>	12
<b>VI MANIFESTACIJE</b>	13
1. Realizovane i podržane manifestacije u 2019. godini	13
2. Planirane manifestacije u 2020. godini	13
<b>VII DRUGI PROJEKTI/MANIFESTACIJE/AKTIVNOSTI</b>	16
<b>VIII PROMOTIVNE AKTIVNOSTI</b>	16
1. Sajamski nastupi	16
2. Studijske posjete i promotivni izleti	17
3. Foto i video promocija	17
4. Digitalni marketing	17
5. Promotivni materijal	19
6. Rad info punktova	19
7. PR i medijsko oglašavanje	20
<b>IX FINANSIJSKI PLAN ZA 2020. GODINU</b>	21
1. Prihodi	21
2. Rashodi	21

## I UVOD

Aktivnosti Turističke organizacije Podgorice (u daljem tekstu TOP) bile su znatno izmjenjene 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, naročito imajući u vidu činjenicu da je 2019. godina bila rekordna u turizmu.

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 je većina sajamskih i manifestacionih aktivnosti bilo otkazano. 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, imali smo za cilj s jedne strane animirati domaće turiste i sugrađane na aktivnost u prirodi, u nekim nedovoljno istraženim i manje poznatim mjestima, te inspirisati potencijalne strane turiste za dolazak u Podgoricu kada se za to stvore uslovi.

Imajući u vidu činjenicu da Podgorica nema izraženu sezonalnost, te da je većina hotela u gradu u funkciji, a nadajući se i povoljnijoj epidemiološkoj situaciji u narednom periodu i uspostavljanju avio prometa u punom kapacitetu, očekujemo poboljšanje turističkog prometa, a samim tim i svih turističkih pokazatelja u 2021. godini. U skladu s tim, Program rada TOP-a za 2021. godinu temeljiće se na sprovođenju promotivnih, manifestacionih, edukativnih, sajamskih i drugih aktivnosti, prateći epidemiološku situaciju, uz znatno izmijenjen finansijski plan, u odnosu na prethodnu godinu.

Učešće digitalnog marketinga u promotivnim aktivnostima dobija sve više na značaju, što zahtijeva, prije svega, veća planirana finansijska sredstva u tu svrhu, kao i izmjenu vizuelnog identiteta Organizacije (unapređenje veb sajta, izrada novog logotipa, izrada promotivnog spota i drugog materijala).

Na kraju, naše djelovanje biće u pravcu unapređenja ukupnog turističkog proizvoda, osmišljavanjem novih sadržaja, aktivnosti u gradu i dobroj saradnji sa svim subjektima u turizmu.

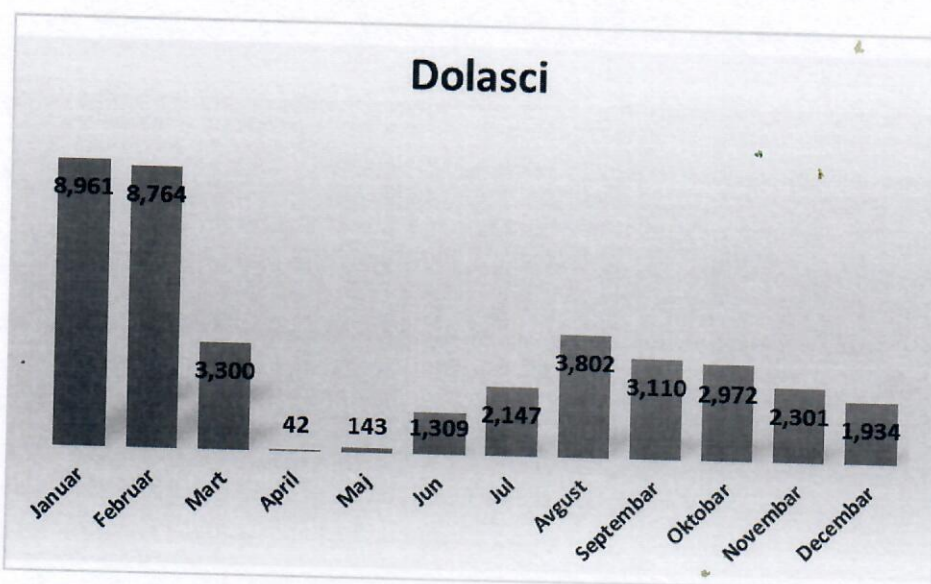
## II TURISTIČKI PROMET U 2020. GODINI

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.

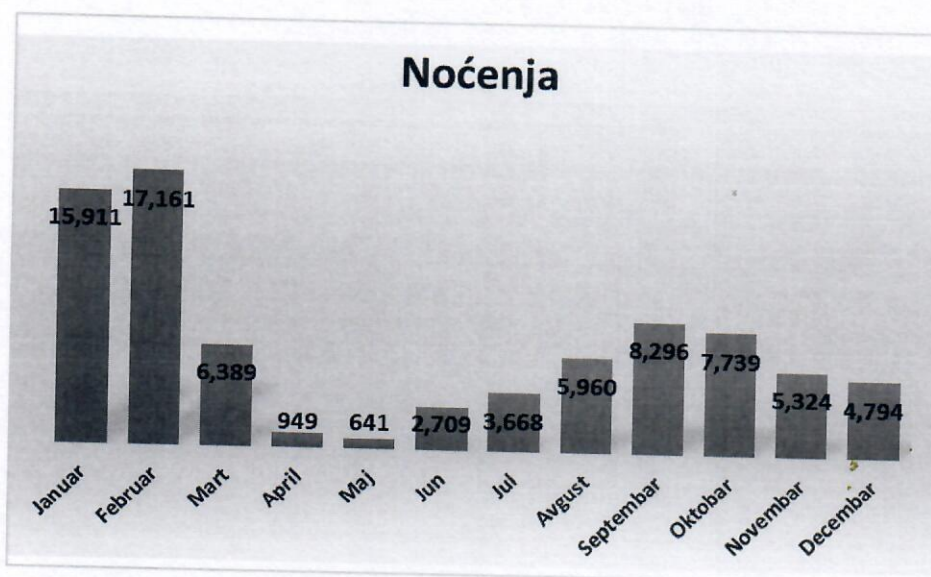
Dolasci turista i ostvarenih noćenja u Podgorici (10 mjeseci)				
Vrsta smještaja	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Index dolasci	Index ostvarena noćenja
<b>KOLEKTIVNI SMJEŠTAJ</b> (hoteli i slični smještajni kapaciteti)	37.785	79.541	21	27
<b>PRIVATNI SMJEŠTAJ</b>	967	3.159	16	27
<b>UKUPNO</b>	<b>38.752</b>	<b>87.700</b>	<b>21</b>	<b>27</b>

\*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
Septembar	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
<b>UKUPNO</b>	<b>37.785</b>	<b>79.541</b>	<b>21</b>	<b>27</b>



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 turista, u 2020. godini najveći broj bio je iz zemalja Regiona (Srbije, BiH, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Slovenije), kao i iz Albanije, Francuske, Njemačke, Turske, te iz Ruske Federacije.

Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u Podgorici za 10 mjeseci							
Naziv zemlje pripadnosti	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Prosječna dužina boravka	Struktura %		Indeks-i	
				turisti*	noćenja	turisti	noćenja
Evropa	24.708	48.358	1,96	89,95%	88,65%	21	25
Albanija	4.387	5.630	1,28	15,97%	10,32%	52	49
Austrija	273	547	2,00	0,99%	1,00%	14	18
Belgija	104	237	2,28	0,38%	0,43%	7	10
Bjelorusija	108	191	1,77	0,39%	0,35%	67	38
Bosna i Hercegovina	1.807	3.751	2,08	6,58%	6,88%	39	41
Bugarska	246	589	2,39	0,90%	1,08%	20	27
Češka	114	169	1,48	0,42%	0,31%	14	12
Danska	96	182	1,90	0,35%	0,33%	9	10
Estonija	39	79	2,03	0,14%	0,14%	16	16
Finska	70	133	1,90	0,25%	0,24%	9	10
Francuska	788	1.368	1,74	2,87%	2,51%	15	17
Grčka	340	563	1,66	1,24%	1,03%	14	16
Holandija	179	313	1,75	0,65%	0,57%	12	13
Hrvatska	1.533	2.781	1,81	5,58%	5,10%	25	26
Irska	111	209	1,88	0,40%	0,38%	25	24
Island	14	20	1,43	0,05%	0,04%	14	5
Italija	646	1.370	2,12	0,02%	2,51%	10	12
Kipar	15	40	2,67	0,05%	0,07%	4	7
Kosovo	398	665	1,67	1,45%	1,22%	24	24
Letonija	41	126	3,07	0,15%	0,23%	16	30
Litvanija	47	69	1,68	0,17%	0,13%	17	14
Luksemburg	46	69	1,50	0,17%	0,13%	22	16
Mađarska	314	530	1,69	1,14%	0,97%	18	18
Malta	36	73	2,03	0,13%	0,13%	5	5
Makedonija	544	1.434	2,64	1,98%	2,63%	19	28
Norveška	46	84	1,83	0,17%	0,15%	7	7
Njemačka	1.026	2.172	2,12	3,74%	3,98%	15	21
Poljska	294	582	1,98	1,07%	1,07%	13	18
Portugalija	54	113	2,09	0,20%	0,21%	7	8
Rumunija	181	540	2,98	0,66%	0,99%	3	7
Rusija	1.012	2.129	2,10	3,68%	3,90%	37	42
Slovačka	94	323	3,44	0,34%	0,59%	24	45
Slovenija	680	1.391	2,05	2,48%	2,55%	19	23
Srbija	5.776	11.582	2,01	21,03%	21,23%	29	35
Španija	254	533	2,10	0,92%	0,98%	11	15
Švajcarska i Lihtenštajn	185	348	1,88	0,67%	0,64%	12	13

Švedska	290	478	1,65	1,06%	0,88%	15	13
Turska	1.626	5.003	3,08	5,92%	9,17%	13	29
Ukrajina	235	453	1,93	0,86%	0,83%	24	24
Ujedinjeno Kraljevstvo	581	1.205	2,07	2,12%	2,21%	12	15
Ostale evropske zemlje	78	284	3,64	0,28%	0,52%	19	44
Vanevropske zemlje	2.760	6.189	2,24	10,05%	11,35%	6	8
Južna Afrika	38	66	1,74	0,14%	0,01%	19	21
Ostale afričke zemlje	80	113	1,41	0,29%	0,21%	13	10
Kanada	102	235	2,30	0,37%	0,43%	12	18
SAD	747	2.014	2,70	2,72%	3,69%	16	19
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	21	34	1,62	0,08%	0,06%	14	14
Argentina	12	52	4,33	0,04%	0,10%	4	10
Brazil	69	102	1,48	0,25%	0,19%	17	16
Čile	4	4	1,00	0,01%	0,01%	8	4
Ostale zemlje J. i Sr. Amerike	72	101	1,40	0,26%	0,19%	14	12
Azerbejdžan	69	98	1,42	0,25%	0,18%	27	20
Indija	41	57	1,39	0,15%	0,10%	9	6
Izrael	97	203	2,09	0,35%	0,37%	2	1
Japan	134	255	1,90	0,49%	0,47%	11	17
Kina	815	1.869	2,29	2,97%	3,43%	3	6
Republika Koreja (Južna Koreja)	33	106	3,21	0,12%	0,19%	18	42
Ostale azijske zemlje	322	661	2,05	1,17%	1,21%	7	9
Australija	46	106	2,30	0,17%	0,19%	5	7
Novi Zeland	4	5	1,25	0,01%	0,01%	2	1
Ostale zemlje Okeanije	10	14	1,40	0,04%	0,03%	6	5

\*Podaci u tabeli se odnose na kolektivni smještaj, a kumulativni podaci od MONSTAT-a (kolektivni i individualni smještaj) očekuju se krajem februara.

### 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, i iz drugih izvora.

Od boravišne takse u 2020. godini prihodovano je **119.900,37 eura**, odnosno **66% manje** u odnosu na realizaciju u istom periodu 2019. godini (**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
Oktobar	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
<b>UKUPNO</b>	<b>119.900,37</b>	<b>34</b>	<b>120.065,34</b>	<b>100</b>	<b>239.965,71</b>	<b>50</b>

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



- **DOO Hilton-Podgorica-Crna Gora** (hotel „Hilton“),
- **DOO Savana Continental Property Management & 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 „Bosovich“),
- **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. Trend dobre saradnje biće nastavljen i u 2021. godini.

- TOP će i u 2021. godini nastaviti intezivnu saradnju 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**, u planu je pokretanje marketing kampanje u cilju legalizacije privatnog smještaja i predstavljanja jednostavnih procedura u tom pravcu.
- TOP će imati 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.
- U skladu sa zvaničnom kampanjom **NTO Crne Gore** „Dobro. Bolje. Domaće.“, TOP će organizacijom lokalnih manifestacija inicirati saradnju s podgoričkim privrednicima i lokalnim proizvođačima tradicionalnih proizvoda. TOP će biti partner NTOCG u cilju sprovođenja plana digitalnog marketinga za 2021. godinu.

- 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 sljedeći lokaliteti: Duklja, Gorica, Spomenik Partizanu borcu, zgrada Opštine i spomenik kod opštine Bokeška i Njegoševa ulica, Stara Varoš i Sahat kula, Galerija Rista Stijovića, Sastavci, Kuslevova kuća, Karver, Centar savremene umjetnosti, vinogradi Plantaže, vinopodrum Šipčanik...
  
- Tokom 2021. godine TOP će nastaviti saradnju s **JU Muzeji i galerije Podgorice**, koja će podrazumijevati kreiranje i osmišljavanje novih kulturnih ruta gradom, u cilju upotpunjavanja turističke ponude.
  
- Nakon otvaranja prve podgoričke suvenirnice u gradu „Podgorica suvenir store“ u junu 2020. godine, TOP je učvrstila tu saradnju na način što je njihova ponuda uvrštena u okviru promotivnog materijala, a istu promovišemo i putem društvenih mreža i veb sajta. Nastavićemo dobru saradnju, doprinositi njihovoj daljoj promociji i vidljivosti.
  
- Imajući u vidu značaj podsticanja domaćeg turističkog prometa, i u 2021. godinu biće fokus na osmišljavanju i sprovođenju zajedničkih aktivnosti sa turističkom privredom, s ciljem afirmacije domaćih turističkih kapaciteta. Kontinuirano sarađujemo 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, a iniciramo saradnju i kroz brojne akcije, aktivnosti i manifestacije koje planiramo u narednoj godini.
  
- TOP će u saradnji sa **TA „Marco Polo“** organizovati promotivne izlete za sugrađane i turiste, u okviru projekta „Book Your Tour“, a svi turisti, gosti gradskih hotela, moći će svakodnevno, putem interaktivnih panela i sajta [bookyourtour.me](http://bookyourtour.me), jednostavno i brzo rezervirati izlet u gradu.
  
- TOP ima kontinuiranu saradnju sa **Školom 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.

- TOP će nastaviti saradnju s institucijama kulture grada, u cilju usaglašenosti programa dešavanja i bolje promocije događaja, kao i saradnju s drugim lokalnim turističkim organizacijama.

## **2. sa stranim organizacijama i asocijacijam**

- TOP je članica asocijacije **European Cities Marketing** – ECM [www.europecitiesmarketing.com](http://www.europecitiesmarketing.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 uzela učešće u godišnjoj konferenciji, koja je bila organizovana u junu 2020. onlajn putem, usljed situacije s virusom Covid – 19, 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 Competitive Tourism** - NECSTouR ([www.necstour.eu](http://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.

TOP će u 2021. godini uzeti učešće na godišnjim konferencijama ECM i NECSTouR, u skladu s planom aktivnosti.

- U cilju oporavka turističkog prometa, TOP će pored tradicionalnih tržišta, marketinške aktivnosti tokom 2021. godine usmjeriti na tržište regiona, održavanjem kontinuirane saradnje sa turističkim organizacijama glavnih gradova zemalja regiona i drugim tržištima, za koja analizom utvrdimo mogućnosti za privlačenje većeg broja turista (uspostavljanje novih letova, uspostavljanje bilateralnih sporazuma, utvrđivanje sličnosti dva grada i druge specifičnosti).

## V EU PROJEKTI

I 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.

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

Izrađena je serija fotografije svih spomenika uključenih u kulturnu rutu, kako u Hercegovini, tako i na području Crne Gore. Izrađena su dva promotivna videa (15 min i 30 sec). Fotografije i videi 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.

TOP je prepoznata kao značajan partner prilikom apliciranja za EU projekte, pa i 2021. godinu posvetićemo pripremi aplikacija za tekuće pozive.

## **VI MANIFESTACIJE**

### **1. Realizovane i podržane 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 Podgorice. Cilj ove manifestacije je promocija očuvanja i zaštite životne sredine kroz afirmaciju baštovana, koji svojim primjerom pokazuju kako treba voditi računa o zelenilu.

U 2020. godini, zbog zatvaranja granica, otkazane su i brojne studijske posjete novinara, blogera, tur-operatora iz Regiona i Evrope, te zbog preporuka i poštovanja epidemioloških zahtjeva, nisu realizovani brojni tematski izleti za turiste i sugrađane.

U saradnji sa NTOCG organizovana je jedna Studijska posjeta novinara časopisa „Raise Know how“ iz Njemačke, i tom prilikom su uz specijalizovanog vodiča obišli najznačajnije kulturne znamenitosti grada.

### **2. Planirane manifestacije u 2021. godini**

U organizaciji TO Podgorice, shodno Programu rada za 2021. godinu, te zvaničnoj kampanji NTOCG, predviđeno je organizovanje gastro manifestacija, s ciljem prezentacije tradicionalnih proizvoda podgoričkog regiona i tematskih manifestacija, s ciljem afirmacije određenih lokaliteta u gradu. Sve Programom planirane aktivnosti i manifestacije biće organizovane shodno zdravstvenim prilikama u zemlji:

**Cvijeće cvijeću (mart)** – U Njegoševom parku, a u susret proljeću, biće organizovano dijeljenje sadnica i baštinskog cvijeća, čime ćemo ujedno obilježiti i 8. mart – Dan žena.

**Svi plešemo (april)** – Na Rimskom trgu, u saradnji sa plesnim klubovima, biće organizovano plesno veče.

**Slikamo Podgoricu (maj)** – Na Rimskom trgu, u saradnji sa likovnim umjetnicima, biće organizovana likovna sekcija za sve zainteresovane, a za najbolja tri rada biće obezbijeđene i nagrade.

**Dan krapa (jun)** – Na Plavnici organizujemo tradicionalnu manifestaciju, u saradnji sa Opštinom u okviru Glavnog grada Golubovci, uz bogat muzički program, a u cilju promocije basena Skadarsko jezero kroz očuvanje i njegovanje kulturne baštine i zaštite autohtone vrste - krapa.

**Joga u prirodi (jun)** – U podgoričkim parkovima, u saradnji s instruktorima joge, biće obilježen Svjetski dan joge i promovisani zdravi stilovi života.

**Ljeto i moda (jul)** – Kod univerzitetskog parka, u saradnji s podgoričkim vlasnicima butika, promocija svjetskih modnih brendova i grada kao šoping destinacije.

**Najljepša bašta i balkon (jul)** – Tradicionalnu manifestaciju organizujemo u saradnji sa portalom „Volim Podgoricu”, s ciljem očuvanja i zaštite životne sredine kroz afirmaciju baštovana, koji svojim primjerom pokazuju kako treba voditi računa o zelenilu.

**Ajmo na Moraču (avgust)** - u saradnji sa Sekretarijatom za kulturu i sport Glavnog grada organizujemo manifestaciju nekoliko godina zaredom, u cilju promocije rijeke Morače, kao prirodno očuvanog potencijala Glavnog grada i vraćanja sugrađana na njihove plaže, uz bogat sportsko – rekreativni program (vožnja kajaka, odbojka, šlaufijada, pikado, šah, corn-hol, nogotenis) i muzičko-zabavni program.

**Bal pod maskama (septembar)** – Na arheološkom lokalitetu Duklja biće organizovana manifestacija na kojoj će svi prisutni u kostimima starih Rimljana dočarati tadašnji period.

**Kafa za merak (oktobar)** - Na Trgu vojvode Bećir-bega Osmanagića biće promovisana i posluživana kuvana kafa i ratluk, u cilju predstavljanja autentičnog gostoprimstva lokalnih, podgoričkih domaćinstava. S druge strane, u centru grada i Bokeškoj ulici biće promovisane druge vrste kafa.

**Vikend divljeg šipka (novembar)** – U saradnji sa lokalnim proizvođačima i mještanima biće organizovana berba divljeg šipka, uz predstavljanje postupka dobijanja krajnjeg proizvoda, jedinstvenog i tradicionalnog soka od šipka, sve obogaćeno muzičkim programom.

**Slatki petak (novembar)** – Na Trgu vojvode Bećir-bega Osmanagića, u saradnji lokalnim slastičarima i starovaroškim domaćicama, promovisaćemo neke od tradicionalnih poslastica - baklava, tufahije, tulumbe, urmašice, gurabije, sa ciljem dodatne promocije gastro ponude podgoričkog regiona.

**Veče koštanja i vina (decembar)** – Na Trgu nezavisnosti, biće organizovana manifestacija, u saradnji s lokalnim proizvođačima i vlasnicima vinarija, gdje će posjetioци moći da konzumiraju pečene koštanje i kuvano vino, u cilju dodatne promocije gastro ponude podgoričkog regiona, uz muzički program.

**Biramo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu (decembar)** - Više od tri decenije nagrađujemo pojedince i kolektive koji su svojim radom doprinijeli obogaćivanju turističke ponude Glavnog grada, te podstičemo i ostale da unapređuju, kako svoje poslovanje, tako i lične, profesionalne vještine.

**Podgorička noć (decembar)** – U čast proslave Dana oslobođenja grada, organizujemo tradicionalnu manifestaciju kulturno – zabavnog karaktera, gdje se kroz cijelovečernji program predstavlja duh stare Podgorice, uz tipičnu podgoričku kuhinju, muziku i humor.

**Novogodišnji program (decembar-januar)** – Predstavlja novi koncept proslave novogodišnjih i božićnih praznika u Podgorici. Posjetioци mogu uživati u višednevnom, bogatom i raznovrsnom programu prilagođenom svim generacijama.

TOP će i u 2021. godini podsticati, koordinisati, organizovati i finansijski pomagati tradicionalne i ostale kulturne, umjetničke, sportske i druge manifestacije i događaje, koji doprinose obogaćivanju turističke ponude grada, odnosno, dovode do poboljšanja turističkog prometa u njemu.

## VII DRUGI PROJEKTI/MANIFESTACIJE/AKTIVNOSTI

Shodno Zakonu o boravišnoj taksi, a na osnovu raspisanih javnih poziva i ponuđenih projekata, TOP će u 2021. godini sponzorirati i pomagati realizaciju:

- a) projekata koji doprinose poboljšanju uslova boravka turista i podizanju nivoa kvaliteta turističke ponude, 11.990 eura (10% procijenjenog prihoda TOP po osnovu naplate boravišne takse);
- b) projekata valorizacije kulturne baštine, 11.990 eura (10% procijenjenog prihoda TOP po osnovu naplate boravišne takse).

Odluku o nagrađenim projektima donosi tročlana stručna komisija.

## VIII PROMOTIVNE AKTIVNOSTI

Djelatnost TOP 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 u narednoj godini baziraćemo na stvaranju inspiracije i uvjerenja kod potencijalnih turista o aktivnostima u prirodni koje su dostupne, uključujući promociju aktivnih formi odmora (planinarske i biciklističke rute), kulturnih staze u ruralnim područjima, malih sela, zaseoka i avanturističkih aktivnosti na otvorenom.

### 1. Sajamski nastupi

Većina sajmova, od marta pa do kraja 2020. godine, je otkazano u cilju spriječavanja širenja pandemije, kao i ROAD SHOW kampanja u Regionu. TOP je u saradnji sa NTOCG i lokalnim turističkim organizacijama, uzela učešće u značajnijim sajamskim nastupima, koji su organizovani do marta 2020. godine (**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.

Kako je usljed aktuelne epidemiološke situacije neizvjesno koji sajmovi i na koji način će biti organizovani tokom 2021. godine, odluke o sajamskim nastupima donosićemo



u skladu s finansijskom situacijom i planom NTOCG, na tržištima interesantnim za promociju turističke ponude Glavnog grada Podgorice. Takođe, na isti način ćemo planirati i učešće u ROAD SHOW kampanji, a u cilju promocije ljetnje turističke sezone i novogodišnjih praznika.

## **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 realizovna je studijska posjeta novinara časopisa „Raise Know how“ iz Njemačke, i tom prilikom su uz specijalizovanog vodiča obišli najznačajnije kulturne znamenitosti grada.

U 2021. godini planiran je nastavak saradnje sa NTOCG, kada je riječ o studijskim posjetama predstavnika agencija, tur-operatora, novinara Crnoj Gori, kao i organizovanja promotivnih izleta za druge turističke poslenike grada i školsku populaciju, a sve u cilju predstavljanja ljepota i potencijala Podgorice.

TOP će, u skladu s aktuelnom zdravstvenom situacijom, te očekivanim trendovima daljeg razvoja turizma, u 2021. godini raditi na promociji ruralnih područja, pješačkih, biciklističkih, rekreativnih, planinarskih staza i formi aktivnog odmora. Akcenat u promociji biće više na individualna putovanja.

## **3. Foto i video promocija**

Tokom 2020. godine TOP je uradila novu foto arhivu, s fokusom na nove sadržaje u gradu, spomenike, rekreativne sadržaje, panoramske fotografije i drugo. Zatim, urađena su dva promotivna videa u trajanju od 15 min i 30 sekundi. Fotografije i videa su prezentovani putem društvenih medija i na veb stranici turističke organizacije. Takođe, u čast obilježavanja 19. decembra - Dana oslobođenja Podgorice urađen je i premijerno prikazan promotivni spot TO Podgorice, u trajanju od 3,30 minuta.

#### 4. Digitalni marketing

U TOP period tokom 2020. godine koristili smo uglavnom za promociju destinacije putem onlajn kanala komunikacije, pa je svakodnevnim objavama na Facebook i Instagram nalozima predstavljala sve atrakcije, lokalitete i aktuelnosti iz grada. Shodno aktuelnoj kampanji NTO Crne Gore „U društvu prirode”, akcentat 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.

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 TOP u narednoj godini biće usmjerene na investiranje u online komunikacije i oglašavanje putem društvenih mreža.

U protekloj godini TOP 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.

U 2021. godini planirana je intenzivnija promocija za ciljane tržišta (domaća i tržište Regiona, kao i tržišta Turske, Njemačke, Italije, Engleske, Francuske, UAE), sponzorisanjem objava i naloga.

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

Cilj za 2021. godinu je da poboljšamo prisustvo na društvenim mrežama koje su definitivno postale jedno od najjačih sredstava promocije, komunikacije i informisanja, u periodu pandemije. Aktivnosti TOP biće usmjerene na povećanju vidljivosti i aktivnosti na relevantnim digitalnim kanalima, animiranje potencijalnih gostiju da istražuju sadržaje i u konačnom njihov dolazak u destinaciju. TOP će biti partner NTOCG u sprovođenju digitalnog marketing plana za 2021. godinu.

Nastavljamo s ažuriranjem sadržaja na zvaničnom sajtu TOP [www.podgorica.travel](http://www.podgorica.travel), o manifestacijama, festivalima, izložbama, predstavama i drugim gradskim dešavanjima i aktuelnostima, ali i novim fotografijama. Takođe, na interaktivnim panelima ažuriraće se informacije o uslugama, turističkim atrakcijama, tematskim turama, itinererima, resursima, servisnim informacijama i dr.

U 2021. godini u planu je izrada novog sajta TOP, u cilju bolje promocije sadržaja i aktivnosti na domaćem i inostranom tržištu, a u planu je izrada novog promotivnog video spota, s akcentom na turističku ponudu grada.

### **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 grada, u cilju bolje promocije ljepota grada putem prezentacije fotografija, kao i novi promotivni spot u trajanju od oko tri minuta.

U 2021. godini planirana je izrada novog logotipa TOP, što bi podrazumijevalo kompletnu izmjenu promotivnih kataloga i drugog štampanog, video materijala (mape, brošure, info table, video spot...).

Ispred aerodroma „Podgorica“ postavljen je bilbord s fotografijama najposjećenijih lokacija u gradu. TOP u 2021. godini planira postavku city light-a kod JU Muzeji i galerije Podgorice, u cilju mapiranja najznačajnijih kulturnih lokacija u centru grada.

### **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.

Usljed povećanog prometa tokom ljetnje turističke sezone, na najfrekventnijim lokacijama u gradu, TOP otvara dodatne info punktove (na autobuskoj-željezničkoj

stanici, aerodromu „Podgorica“), što zahtijeva angažovanje četiri sezonska 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**

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 Turistička organizacija Glavnog grada Podgorice pripremila je 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.

TOP u 2021. godini planira nastavak promocije potencijala Glavnog grada Podgorice u inostranim onlajn i štampanim magazinima.

Kontinuirano ćemo raditi na promociji svih aktivnosti u domaćim štampanim i elektronskim medijima kroz intervju, saopštenja, izjave i gostovanja, a u cilju što bolje promocije određenih događaja i manifestacija u organizaciji TO Podgorice, uz animiranje lokalnih medija, TOP će dodatno angažovati i privatnu TV agenciju.

## VII FINANSIJSKI PLAN ZA 2021. GODINU

### 1. Prihodi

Planirani prihodi TO Podgorice zasnivaju se na prihodu po osnovu naplaćene boravišne takse (80% sredstava je prihod TOP), članskog doprinosa (60% sredstava je prihod TOP), donacija, sredstava iz budžeta Glavnog grada u skladu sa posebnim programima i drugih izvora.

PRIHODI	Plan za 2021. godinu	Plan za 2020. godinu	Index	Struktura %
1. Budžetska sredstva (sredstva koja opredijeli opština)	30.000,00	30.000,00	100	7,44
2. Projektovana sopstvena sredstva i drugi izvori prihoda	372.780,00	548.256,00	68	
2.1. Prihod od boravišne takse	200.400,00	369.756,00	54	49,75
2.2. Prihod od izletničke takse	/	/	/	/
2.3. Prihod od članskog doprinosa	119.880,00	120.000,00	100	29,76
2.4. Prihodi od poslovanja	1.500,00	1.500,00	100	0,37
2.5. Prihodi od donacija	23.000,00	20.000,00	115	5,71
2.6. Sredstva EU IPA	28.000,00	37.000,00	76	6,95
<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>402.780,00</b>	<b>578.256,00</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

### 2. Rashodi

RASHODI	Plan za 2021 godinu (€)	Plan za 2020 godinu (€)	Index
1. Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca / 12 zaposlenih /	175.000,00	155.000,00	113
2. Ostala lična primanja / ugovori o djelu 15-25/	30.000,00	50.000,00	60
3. Rashodi za materijal	9.900,00	11.500,00	86
3.1. Rashodi za energiju	1.700,00	2.000,00	85
3.2. Rashodi za gorivo	500,00	2.300,00	22
3.3. Rashodi za kancelarijski materijal	2.000,00	3.000,00	67

3.4. Rashodi za održavanje prostorija (sredstva za higijenu)	700,00	700,00	100
3.5. Rashodi za tehničku opremu i održavanje	3.200,00	1.500,00	213
3.6. Rashodi za registraciju i održavanje službenog vozila	1.800,00	2.000,00	90
<b>4. Rashodi za usluge</b>	<b>44.280,00</b>	<b>72.199,00</b>	<b>61</b>
4.1. Službena putovanja (dnevnice, prevoz i smještaj)	20.000,00	45.000,00	44
4.2. Reprezentacija	2.500,00	4.999,00	50
4.3. Komunikacione usluge (telefon, internet, poštanske, DHL...)	6.000,00	6.000,00	100
4.5. Komunalne usluge, voda	500,00	500,00	100
4.6. Troškovi članstva u stranim asocijacijama	3.000,00	3.000,00	100
4.7. Troškovi platnog prometa u zemlji i inostranstvu	900,00	1.200,00	75
4.8. Troškovi računovodstva, revizije i dr. intelektualnih usluga fizičkih ili pravnih lica	6.380,00	8.500,00	75
4.9. Ostali troškovi (sudski troškovi, kotizacije, pretplate, parking za službeno vozilo, uniforme...)	5.000,00	3.000,00	167
<b>5. Rashodi za usluge za realizaciju projekata/aktivnosti</b>	<b>141.480,00</b>	<b>289.557,00</b>	<b>49</b>
5.1. Informativno propagandna djelatnost i izdavačka djelatnost	49.500,00	59.000,00	84
5.2. Sajamski nastupi i studijske posjete	15.000,00	28.000,00	54
5.3. Troškovi manifestacija	35.000,00	76.000,00	46
5.4. Info punktovi /2 info punkta /	3.000,00	/	
5.5. Projekti u turizmu 10% za valorizaciju kulturne baštine	11.990,00	35.876,00	33
5.6. Projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude 10%	11.990,00	35.876,00	33
5.7. Apliciranje i učešće u projektima EU IPA	15.000,00	10.000,00	150
5.8. Usluge tehničke podrške - iznajmljivanje bine sa pratećom opremom za manifestacije	/	24.805,00	
5.9. Usluge izrade strategije turističkog brendiranja Glavnog grada	/	20.000,00	
<b>6. Ostali rashodi</b>	<b>2.120,00</b>	<b>/</b>	
6.1. Opštinski projekti	2.120,00	/	
<b>UKUPNI RASHODI</b>	<b>402.780,00</b>	<b>578.256,00</b>	<b>70</b>

Ukoliko dodje do većeg odstupanja od planskih veličina, kako na strani prihoda, tako i na strani rashoda, uradiće se rebalans planskog dokumenta.

Broj: 188/21

