



**PROGRAM RADA
TURISTIČKE ORGANIZACIJE
GLAVNOG GRADA PODGORICE
ZA 2020. GODINU**

*Podgorica
april, 2020. godine*

SADRŽAJ

I UVOD	3
II TURISTIČKI PROMET U 2019. GODINI	4
III FINANSIJSKI POKAZATELJI	7
IV SARADNJA	8
1. sa privredom i drugim institucijama	8
2. sa stranim organizacijama i asocijacijama	9
V EU PROJEKTI	10
VI MANIFESTACIJE	11
1. Realizovane i podržane manifestacije u 2019. godini	11
2. Planirane manifestacije u 2020. godini	13
VII DRUGI PROJEKTI/MANIFESTACIJE/AKTIVNOSTI	14
VIII PROMOTIVNE AKTIVNOSTI	14
1. Sajamski nastupi	15
2. Studijske posjete i promotivni izleti	15
3. Video i internet promocija	16
4. Društvene mreže	16
5. Promotivni materijal	17
6. Rad info punktova	17
7. PR i medijsko oglašavanje	17
IX FINANSIJSKI PLAN ZA 2020. GODINU	18
1. Prihodi	18
2. Rashodi	19

I UVOD

Aktivnosti Turističke organizacije Podgorice usmjerene su 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 iz godine u godinu bilježi se 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 s prirodnim i stvorenim resursima ima osnovu za disperziju razvoja raznovrsnih turističkih proizvoda i za kvalitetan dalji turistički razvoj.

Program rada TOP-a za 2020. godinu temeljiće se na sprovođenju promotivnih, manifestacionih, edukativnih, sajamskih i drugih aktivnosti, te osmišljavanju novih sadržaja u gradu i saradnji s drugim subjektima u turizmu, a realizacija velikog broja aktivnosti kontinuirano se sprovodi iz godine u godinu.

Osnov pripreme Programa rada TOP za 2020. godinu je Strategija turističkog razvoja Glavnog grada-Podgorica, te smjernice NTO Crne Gore.

II TURISTIČKI PROMET U 2019. GODINI

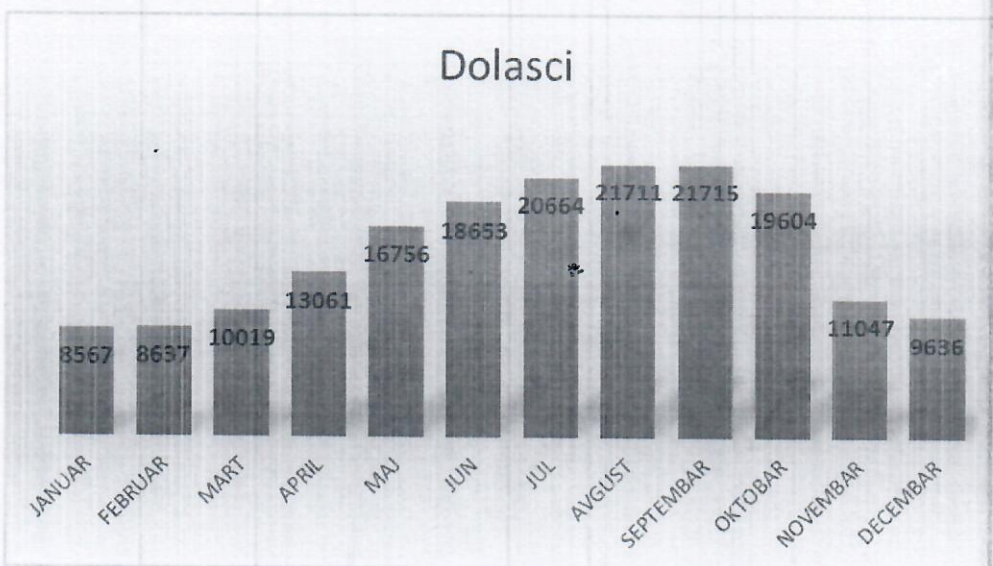
Prema zvaničnim podacima MONSTAT-a, u 2019. godine, Glavni grad posjetilo je **186.207 turista**, što je za **10% više** u odnosu na isti period prošle godine, a ostvareno je **310.593 noćenja**, ili za **10% više** u odnosu na uporedni period 2018. godine.

Dolasci turista i ostvarenih noćenja u Podgorici				
Vrsta smještaja	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Index dolasci	Index ostvarena noćenja
KOLEKTIVNI SMJEŠTAJ (hoteli i slični smještajni kapaciteti)	180.070	298.762	110	111
PRIVATNI SMJEŠTAJ	6.137	11.831	101	85
UKUPNO	186.207	310.593	110	110

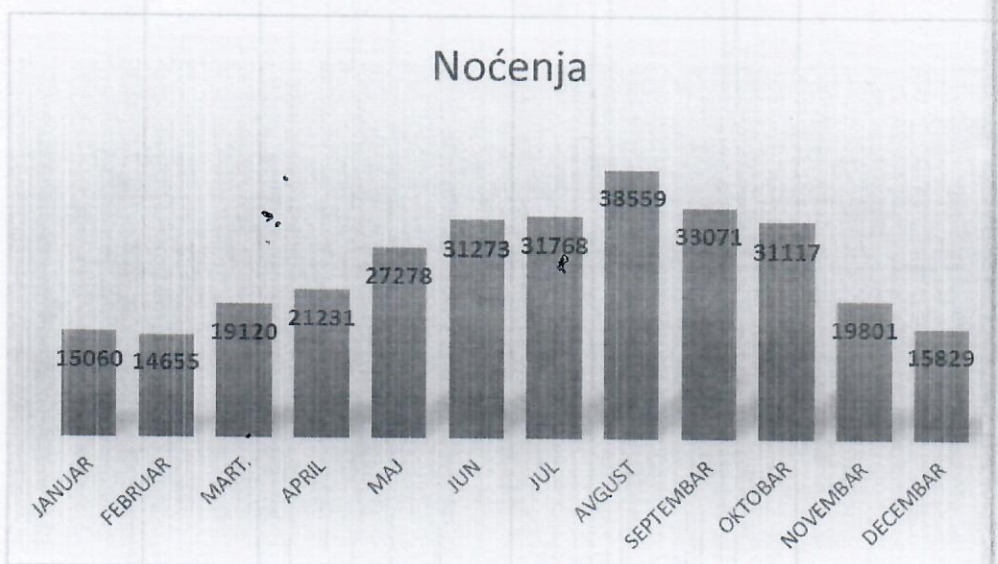
Podgorica u odnosu na druge gradove u Crnoj Gori ima u značajno manjoj mjeri izražen sezonalni karakter, a kao i ranijih godina, tako i u 2019. godini, najveći rast turističkog prometa zabilježen je u periodu od maja do oktobra, kada se realizovalo oko 60% ukupnih noćenja.

Ukupan broj dolazaka turista i ostvarenih noćenja u Podgorici				
Period	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Index dolasci	Index 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

*Podaci u tabeli se odnose samo na kolektivni smještaj



Dijagram 1: Grafički prikaz dolazaka turista u 2019. godini po mjesecima, u Podgorici (kolektivni smještaj)



Dijagram 2: Grafički prikaz ostvarenih noćenja turista u 2019. godini po mjesecima, u Podgorici (kolektivni smještaj)

Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u Podgorici							
Naziv zemlje pripadnosti	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Prosječna dužina boravka	Struktura %		Indeks-i	
				turisti	noćenja	turisti	noćenja
Evropa	118.062	191.513	1,62	65,56%	64,10%		
Albanija	8.422	11.445	1,36	4,68%	3,83%		
Austrija	1.941	3.096	1,60	1,08%	1,04%		

Belgija	1.425	2.305	1,62	0,79%	0,77%		
Bjelorusija	161	497	3,09	0,09%	0,17%		
Bosna i Hercegovina	4.626	9.223	1,99	2,57%	3,09%		
Bugarska	1.249	2.182	1,75	0,69%	0,73%		
Češka	821	1.427	1,74	0,46%	0,48%		
Danska	10.46	1.739	1,66	0,58%	0,58%		
Estonija	246	495	2,01	0,14%	0,17%		
Finska	766	1.390	1,81	0,43%	0,47%		
Francuska	5.124	8.114	1,58	2,85%	2,72%		
Grčka	2.384	3.527	1,48	1,32%	1,18%		
Holandija	1.484	2.382	1,61	0,82%	0,80%		
Hrvatska	6.128	10.504	1,71	3,40%	3,52%		
Irska	451	872	1,93	0,25%	0,29%		
Island	98	364	3,71	0,05%	0,12%		
Italija	6.765	11.033	1,63	3,76%	3,69%		
Kipar	343	558	1,63	0,19%	0,19%		
Kosovo	1.686	2.775	1,65	0,94%	0,93%		
Letonija	249	414	1,66	0,14%	0,14%		
Litvanija	283	484	1,71	0,16%	0,16%		
Luksemburg	212	423	2,00	0,12%	0,14%		
Mađarska	1.709	2.921	1,71	0,95%	0,98%		
Malta	723	1.417	1,96	0,40%	0,47%		
Makedonija	2.848	5.073	1,78	1,58%	1,70%		
Norveška	652	1.157	1,77	0,36%	0,39%		
Njemačka	6.702	10.507	1,57	3,72%	3,52%		
Poljska	2.241	3.249	1,45	1,24%	1,09%		
Portugalija	773	1.355	1,75	0,43%	0,45%		
Rumunija	6.122	7.775	1,27	3,40%	2,60%		
Rusija	2.745	5.115	1,86	1,52%	1,71%		
Slovačka	391	725	1,85	0,22%	0,24%		
Slovenija	3.570	5.993	1,68	1,98%	2,01%		
Srbija	19.652	33.150	1,69	10,91%	11,10%		
Španija	2.303	3.671	1,59	1,28%	1,23%		
Švajcarska i Lihtenštajn	1.532	2.595	1,69	0,85%	0,87%		
Švedska	1.941	3.609	1,86	1,08%	1,21%		
Turska	12.152	17.393	1,43	6,75%	5,82%		
Ukrajina	985	1.924	1,95	0,55%	0,64%		
Ujedinjeno Kraljevstvo	4.700	7.995	1,70	2,61%	2,68%		
Ostale evropske zemlje	411	640	1,56	0,23%	0,21%		
Afrika	812	1.463	1,80	0,45%	0,49%		
Južna Afrika	195	314	1,61	0,11%	0,11%		

Ostale afričke zemlje	617	1.149	1,86	0,34%	0,38%		
Sjeverna Amerika	5.617	12.441	2,21	3,12%	4,16%		
Kanada	829	1.341	1,62	0,46%	0,45%		
SAD	4.636	10.861	2,34	2,57%	3,64%		
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	152	239	1,57	0,08%	0,08%		
Juzna i Srednja Amerika	1.225	2.047	1,67	0,68%	0,69%		
Argentina	269	499	1,86	0,15%	0,17%		
Brazil	397	644	1,62	0,22%	0,22%		
Čile	51	92	1,80	0,03%	0,03%		
Ostale zemlje J. i Sr. Amerike	508	812	1,60	0,28%	0,27%		
Azija	37.581	55.841	1,49	20,87%	18,69%		
Azerbejdžan	254	496	1,95	0,14%	0,17%		
Indija	437	1.030	2,36	0,24%	0,34%		
Izrael	6.405	14.010	2,19	3,56%	4,69%		
Japan	1.245	1.539	1,24	0,69%	0,52%		
Kina i Hong Kong	24.271	31.364	1,29	13,48%	10,50%		
Koreja i Južna Koreja	188	252	1,34	0,10%	0,08%		
Ostale azijske zemlje	4.781	7.150	1,50	2,66%	2,39%		
Australija sa Okeanijom	1.233	2.059	1,67	0,68%	0,69%		
Australija	862	1.425	1,65	0,48%	0,48%		
Novi Zeland	200	377	1,89	0,11%	0,13%		
Ostale zemlje Okeanije	171	257	1,50	0,09%	0,10%		

*Podaci u tabeli se odnose na kolektivni smještaj

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 2020. godini planiran je prihod **364.000,00 eura**, odnosno 1% više u odnosu na realizaciju u 2019. godini (**358.763,53 eura**).

Očekivani prihod od članskog doprinosa u 2020. godini je **100.000,00 eura**, odnosno 17% manje u odnosu na prihod ostvaren u 2019. godini (**120.629,20 eura**).

PRIHODI OD TURIZMA/PUTOVANJA I NAMJENSKI PRIHODI LTO										
Period	Prihodi od putovanja/turizma	Index	NAMJENSKI PRIHODI							
			Prihodi od boravišne takse	Index	Prihodi od turističke takse	Index	Prihodi od članskog doprinosa	Index	Ukupni namjenski prihodi	Index
Januar			21.698,25	145	/	/	3.822,63	99	25.520,88	135
Februar			17.565,52	94	/	/	1.373,55	239	18.939,07	102

Mart		19.134,69	55	/	/	2.650,98	154	21.785,67	60
April		22.318,46	51	/	/	2.695,81	64	25.014,27	52
Maj		23.434,20	88	/	/	2.671,24	216	26.105,44	94
Jun		26.798,11	105	/	/	967,33	97	27.765,44	105
Jul		28.641,62	100	/	/	43.195,59	332	71.837,21	172
Avgust		40.860,10	115	/	/	31.926,20	77	72.786,30	94
Septembar		74.015,16	288	/	/	9.430,72	89	83.445,88	230
Oktobar		26.396,42	72	/	/	7.129,91	64	33.526,33	70
Novembar		26.679,88	78	/	/	5.563,10	257	32.242,98	89
Decembar		31.221,12	87	/	/	9.202,14	90	40.423,26	87
UKUPNO		358.763,53	99	/	/	120.629,20	119	479.392,73	104

Kompanije koje su platile najviše boravišne takse u 2019. godini, u Podgorici su:

- UTIP Crna Gora (hotel „Podgorica“),
- DOO Hilton-Podgoriča-Crna Gora (hotel „Hilton“),
- DOO Capital hotel (hotel „CentreVille“),
- DOO Savana Continental Property Menagment & Lodging (hotel „Ramada“),
- DOO Čelebić city (hotel „Verde Complex“),
- DOO HTP Aurel (hotel „Aurel“).

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.

- TOP će i u 2020. godini nastaviti intezivnu saradnju 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.
- U cilju bolje promocije i distribucije domaćih proizvoda, a u skladu sa zvaničnom kampanjom NTO Crne Gore „Dobro. Bolje. Domaće.“, TOP će u 2020. godini inicirati unapređenje i uvezivanje saradnje podgoričkih restoratera i lokalnih proizvođača zdrave hrane.
- 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 će tokom 2020. godine 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, jednostavno i brzo rezervisati izlet u gradu.

- 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.
- U februaru 2020. godine očekuje se potpisivanje ugovora o saradnji između Turistička organizacija Podgorice i Fakulteta za turizam i hotelijerstvo u Kotoru, kojim će se dogovoriti plan organizovanja prakse za studente. Inicijativa je potekla iz potrebe i želje da se već tokom studiranja budući turistički radnici upoznaju s ponudom, radom i prilikama kad je riječ o razvoju turizma u Glavnom gradu.
- 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.
- Na kraju, u 2020. godini 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, u cilju planiranja manifestacija u okviru zajedničkih lokaliteta (NP „Skadarsko jezero“, kanjon Cijevne i drugi).

2. sa stranim organizacijama i asocijacijam

- TOP je članica asocijalcije 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 konkuretan turizam (www.necstour.eu). TOP je članica radne grupe za

ETIS, što podrazumijeva praćenje i kontinuirano izvještavanje o turističkim indikatorima i tokom 2020. godine.

TOP će u 2020. godini uzeti učešće na godišnjim konferencijama ECM i NECSTouR, u skladu s planom aktivnosti.

- 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

Turistička organizacija Podgorice je prepoznata kao značajan partner prilikom apliciranja za EU projekte, pa i 2020. godinu posvetićemo pripremi aplikacija za tekuće pozive.

- TOP je u završnoj fazi realizacije RiTOUR projekta CRO - BIH – MNE, koji se finansirao iz IPA fondova EU i trajao je prethodne dvije godine. Preostala je izrada publikacije i završnog izvještaja o aktivnostima u okviru projekta.
- TOP je krajem 2019. godine postala partner s 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 – BiH 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 promovirati 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

1. Realizovane i podržane manifestacije u 2019. godini:

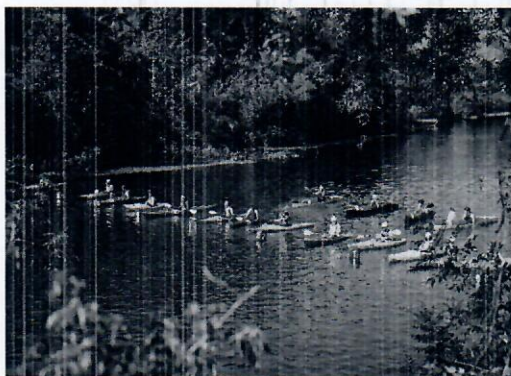
Tokom 2019. godine TOP je realizovala svih 11 planiranih manifestacija, u planiranom terminu („Dan raštana“, „Dan patišpanja“, „Podgorički prolječni pazar“, „Dan krapa“, „Joga u parku“, „Ajmo na Moraču“, „Regionalna kajak regata – Podgorica 2019“, „Podgorički praznični pazar“, „Biramo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu“, „Podgorička noć“, „Dječiji novogodišnji koncert“). Značajna novina u odnosu na ranije godine, a na oduševljenje kako sugrađana tako i turista, dvije najznačajnije, tradicionalne manifestacije TOP („Biramo najbolje“ i „Podgorička noć“), po prvi put ove godine su organizovane 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 u prigodan kulturno-umjetnički program u dvorištu škole, početkom oktobra 2019. godine.



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

Takođe, 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), „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), „Indijski festival hrane“ (jun).

2. Planirane manifestacije u 2020. godini

U organizaciji TO Podgorice, shodno planu za 2020. godinu, te zvaničnoj kampanji NTOCG, predviđeno je organizovanje pretežno gastro manifestacija, s ciljem prezentacije tradicionalnih proizvoda podgoričkog regiona:

- **Dan raštana** (februar) – organizuje se četvrtu godinu zaredom, u okviru manifestacije „Pijačni karavan“, sa ciljem dodatne promocije gastro ponude podgoričkog regiona i afirmaciji zelene pijace kao turističkog mjesta.
- **Dan patišpanja** (maj) - nastavak promocije tradicionalnih gastro proizvoda podgoričkog regiona, a manifestaciju će i ove godine podržati podgorički ugostitelji.
- **Dan krapa** (jun) – tradicionalna manifestacija koju TOP organizuje u cilju prezentacije jezerskih specijaliteta i jela od krapa, te promocije basena Skadarsko jezero kroz očuvanje i njegovanje kulturne baštine i zaštite autohtone vrste -krapa.
- **Ajmo na Moraču** (jul-avgust) – TOP organizuje 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 degustaciju dinje i lubenice, rashlađene u rijeci, tradicionalne poslastice u ljetnjim danima.
- **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.
- **Podgorički praznični pazar** (decembar-januar) – predstavlja novi koncept proslave novogodišnjih i božićnih praznika u Podgorici. Posjetioci mogu uživati u višednevnom, bogatom i raznovrsnom programu prilagođenom svim generacijama.

TOP će i u 2020. 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/AKTIVNOŠTI

- TOP u 2020. godini, shodno Akcionom planu iz Strategije razvoja turizma Glavnog grada do 2025. godine, planira sljedeće aktivnosti:
 - a) izrada Strategije turističkog brendiranja Glavnog grada-Podgorica i istraživanje pet ključnih tržišta, u saradnji sa međunarodnim savjetnicima;
 - b) osnivanje festivalskog fonda i godišnjeg programa događaja, u saradnji s kulturnim i drugim institucijama i subjektima u turizmu;
 - c) raspisivanje i razrada projekta „Privatni smještaj“ – sistem kvaliteta, u saradnji s Ministarstvom održivog razvoja i turizma – sektora za evidenciju smještaja.
- Shodno Zakonu o boravišnoj taksi, a na osnovu raspisanih javnih poziva i ponuđenih projekata, TOP će u 2020. godini sponzorirati i pomagati realizaciju:
 - a) projekata koji doprinose poboljšanju uslova boravka turista i podizanju nivoa kvaliteta turističke ponude, 35.876,35 eura (10% ostvarenog prihoda TOP po osnovu naplate boravišne takse);
 - b) projekata valorizacije kulturne baštine, 35.876,35 eura (10% od realizacije prihoda po osnovu naplate boravišne takse).

Odluku o nagrađenim projektima donosi tročlana stručna komisija.

- 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. Tokom 2020. godine uradiće se dizajn novih piktograma čime bi bila završena I faza izrade turističke signalizacije, a koja se odnosi na zamjenu postojeće signalizacije.
- TOP će raditi na pripremi video spota, s akcentom na vodne potencijale, u cilju predstavljanja Glavnog grada na EXPO Dubai 2020, a u okviru nastupa NTOCG, te samostalnog predstavljanja Glavnog grada.

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

Razvoj kongresnog turizma kao oblika turizma održivog tokom cijele godine, naš je strateški cilj, s toga se u tekućoj godini planiramo predstaviti na najznačajnijim turističkim sajmovima u Regionu i inostranstvu, a u saradnji sa NTO Crne Gore i lokalnim turističkim organizacijama.

TOP je tokom **2019. godine**, u saradnji sa NTOCG i lokalnim turističkim organizacijama, učestvovala na sajmovima emitivnih tržišta: Beč, Prag, Dubai, Minhén, Beograd, Berlin, Moskva, Tirana, Pariz, Varšava, London.

Iste godine, TOP je uzela učešće i u ROAD SHOW kampanji u Regionu.

TOP će se i u **2020. godini** predstaviti na svim značajnim sajmovima u organizaciji NTOCG i lokalnih turističkih organizacija, na tržištima interesantnim za promociju turističke ponude Glavnog grada-Podgorice (Beč, Prag, Minhén, Beograd, Berlin, Moskva, Tirana, Pariz, Varšava, London). Takođe, uzeće učešće u ROAD SHOW kampanji prema planu NTOCG, 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.

Tokom **2019. godine** ugostili smo oko desetak studijskih grupa novinara, blogera i turoperatora iz Poljske, Austrije, Njemačke, Rusije, Velike Britanije, Turske, Španije, Srbije... Takođe, organizovali smo i brojne promotivne izlete za sugrađane, školsku populaciju, predstavnike institucija, turističke privrede, medija i brojne druge.

U **2020. 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 raditi na promociji rekreativnih, planinarskih staza, staza zdravlja.

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.
- U **2020. godini** planirana je izrada novog promotivnog spota Podgorice, za potrebe sajamskih nastupa u Regionu i Evropi.
- Kao i tokom **2019. tako i u 2020. godini** svakodnevno će se ažurirati sadržaji 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 ažuriraće 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 nalog *podgorica.travel* čini drugim najpraćenijim među nalogima lokalnih turističkih organizacija. Fotografije koje objavljujemo pregleda u prosjeku od **4.000-6.000** korisnika ove mreže.

U **2020. godini** planirana je intenzivnija promocija za ciljane tržišta (Turska, Njemačka, Italija, Engleska, Francuska, UAE), sponzorisanjem objava i naloga.

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.

Cilj za **2020. godinu** je da održimo prisustvo na društvenim mrežama koje su definitivno postale jedno od najjačih sredstava komunikacije i informisanja, uz potencijalni rast novih korisnika od 15-20%. Aktivnosti TO Podgorice biće usmjerene na povećanju vidljivosti i aktivnosti na relevantnim digitalnim kanalima, animiranje potencijalnih gostiju da istražuju sadržaje i u konačnom njihov dolazak u destinaciju.

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 materijale (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.

U 2020. godini planirano je inoćviranje info flajera, turističke mape, redizajniranje promotivnog materijala TO Podgorice na crnogorskom i engleskom jeziku – „Tourism guide“ i „Accomodation guide“, u dijelu ažuriranja novim sadržajima i podacima.

Planirana je izrada nove foto arhive TOP-a u cilju bolje promocije ljepota grada putem prezentacije fotografija.

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 postojećea dva info punkta u centru grada, turisti mogu na više lokacija dobiti sve neophodne turističke, servisne i druge informacije.

7. PR i medijsko oglašavanje

- TOP u 2020. godini planira nastavak promocije 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 intervjue, saopštenja, izjave i gostovanja (preko 150 tekstova je objavljeno u štampanim medijima i približno toliko je bilo izjava i gostovanja u elektronskim medijima).
- Tokom 2020. godine, 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 2020. 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 2020. godinu	Plan za 2019. godinu	Index	Struktura %
1. Budžetska sredstva (sredstva koja opredijeli opština)	30.000,00	5.000,00	600	5,19
2. Projektovana sopstvena sredstva i drugi izvori prihoda	548.256,00	602.000,00	91	
2.1. Prihod od boravišne takse	369.756,00	384.000,00	96	63,94
2.2. Prihod od izletničke takse	/	/		
2.3. Prihod od članskog doprinosa	120.000,00	178.000,00	67	20,75
2.4. Prihodi od poslovanja	1.500,00	/		0,27
2.5. Prihodi od donacija	20.000,00	10.000,00	200	3,45
2.6. Sredstva EU IPA	37.000,00	30.000,00	123	6,40
UKUPNI PRIHODI	578.256,00	607.000,00	95	100

2. Rashodi

RASHODI	Plan za 2020 godinu (€)	Plan za 2019 godinu (€)	Index
1. Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca /10 zaposlenih/	155.000,00	150.000,00	103
2. Ostala lična primanja / ugovori o djelu 20-35/	50.000,00	35.000,00	142
2.1 Info punktovi /4 info punkta /	5.000,00	7.000,00	71
3. Rashodi za materijal	11.500,00	19.000,00	61
3.1. Rashodi za energiju	2.000,00	2.500,00	80
3.2. Rashodi za gorivo	2.300,00	1.000,00	230
3.3. Rashodi za kancelarijski materijal	3.000,00	3.000,00	100
3.4. Rashodi za održavanje prostorija (sredstva za higijenu)	700,00	2.500,00	28
3.5. Rashodi za tehničku opremu i održavanje	1.500,00	4.000,00	38
3.6. Rashodi za registraciju i održavanje službenog vozila	2.000,00	6.000,00 (lizing)	33
4. Rashodi za usluge	100.199,00	106.983,00	94
4.1. Službena putovanja (dnevnice, prevoz i smještaj)	45.000,00	57.000,00	79
4.2. Reprezentacija	4.999,00	4.999,00	100
4.3. Komunikacione usluge (telefon, internet, poštanske, DHL...)	6.000,00	7.999,00	75
4.4. Participacija za sajmove	28.000,00	28.000,00	100
4.5. Komunalne usluge, voda	500,00	485,00	103
4.6. Troškovi članstva u stranim asocijacijama	3.000,00	3.000,00	100
4.7. Troškovi platnog prometa u zemlji i inostranstvu	1.200,00	1.000,00	120
4.8. Troškovi računovodstva, revizije i dr. intelektualnih usluga fizičkih ili pravnih lica	8.500,00	1.500,00	566
4.9. Ostali troškovi (sudski troškovi, kotizacije, pretplate...)	3.000,00	3.000,00	100
5. Rashodi za usluge za realizaciju projekata/aktivnosti	261.557,00	242.970,00	108
5.1. Informativno propagandna djelatnost i izdavačka djelatnost	59.000,00	58.970,00	100
5.2. Troškovi manifestacija	76.000,00	75.000,00	101
5.3. Projekti u turizmu 10% za valorizaciju kulturne baštine	35.876,35	36.000,00	100
5.4. Projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude 10%	35.876,35	36.000,00	100
5.5. Apliciranje i učešće u projektima EU IPA	10.000,00	37.000,00	27
5.6. Usluge tehničke podrške - iznajmljivanje bine sa pratećom opremom za manifestaciju	24.805,00	/	
5.7 Usluge izrade strategije turističkog brendiranja Glavnog grada	20.000,00	/	
6. Ostali rashodi	/	53.047,00	
UKUPNI RASHODI	578.256,00	607.000,00	95

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

Broj: 166/1/20



**SKUPŠTINA TURISTIČKE ORGANIZACIJE
GLAVNOG GRADA PODGORICE**